

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS RURAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL**

**VISIBILIDADE MIDIÁTICA, DISCURSO E TERRITÓRIO:
EM BUSCA DE UMA IDENTIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO**

TESE DE DOUTORADO

Joseline Pippi

Santa Maria, RS, Brasil

2012

**VISIBILIDADE MUDIÁTICA, DISCURSO E TERRITÓRIO:
EM BUSCA DE UMA IDENTIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO**

Joseline Pippi

Tese apresentada ao Curso de Doutorado do Programa
de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de
Santa Maria (UFSM,RS), como requisito parcial para obtenção do grau de
Doutora em Extensão Rural

Orientador: Prof. Dr. José Marcos Froehlich

**Santa Maria, RS, Brasil
2012**

P665v Pippi, Joseline

Visibilidade midiática, discurso e território: em busca de uma identidade para o desenvolvimento/ Joseline Pippi. - 2012.
300 f.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Maria.
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, 2012.

Orientador: Prof. Dr. José Marcos Froehlich.

1. Mídia. 2. Poder. 3. Desenvolvimento. 4. Comunicação social.
5. Notícia. 6. Sociologia da comunicação. I. Froehlich, José Marcos. II. Universidade Federal de Santa Maria. Programa de Pós- Graduação em Extensão Rural. III. Título.

CDU: 316.77

Ficha catalográfica elaborada por Dilva Carvalho Marques (CRB 10/583)
Biblioteca Setorial da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

© 2012

Todos os direitos autorais reservados a Joseline Pippi. A reprodução de partes ou do todo deste trabalho só poderá ser feita com autorização por escrito da autora.

Endereço: Rua Barão do Rio Branco, 2840, Bairro Centro, São Borja, RS. CEP: 97670-000

Fone: (55) 91484681; E-mail: josipippi@gmail.com

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Rurais
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Tese de Doutorado**

**VISIBILIDADE MUDIÁTICA, DISCURSO E TERRITÓRIO:
EM BUSCA DE UMA IDENTIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO**

elaborada por
Joseline Pippi

como requisito parcial para obtenção do grau de
Doutora em Extensão Rural

COMISSÃO EXAMINADORA:

José Marcos Froehlich, Dr.
(Presidente/Orientador)

Rosa Cristina Monteiro, Dr^a. (UFRRJ)

Marcelo da Silva Rocha, Dr. (Unipampa)

Michele Negrini, Dr^a (UFPel)

Veneza Mayora Ronsini, Dr^a. (UFSM)

Santa Maria, 09 de julho de 2012.

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Edite Scalcon Pippi e Victório Alberto Pippi, por apoiarem minha incursão pela vida acadêmica, por acreditarem em mim, pelas constantes orações e pelas palavras de encorajamento nesses quatro anos.

Ao meu melhor amigo, companheiro, esposo e fiel crítico, Heleno Rocha Nazário, pelo amor sereno e tranquilo e, principalmente, pela compreensão durante minhas constantes ausências. Esta tese é para ti.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar ao meu orientador, Prof. Dr. José Marcos Froehlich, por acreditar em minha capacidade de fazer um bom trabalho e incentivar o desenvolvimento da pesquisa no exterior.

À UFSM e ao PPGER, pela aposta constante em meu potencial como pesquisadora.

Ao Prof. Dr. Flávio Sacco dos Anjos, pelo incentivo durante a execução da pesquisa em Sevilha (Espanha) e também à Coordenação de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cujo apoio financeiro foi essencial para a realização deste estudo.

A Prof^a. PhD Encarnación Aguilar Criado, pela calorosa acolhida em terras estrangeiras e também pelas conversas animadas entre um *tapeo* e outro.

À Unipampa, que manteve seu apoio constante durante todo o tempo de realização do curso, permitindo minha ausência das tarefas da docência.

À minha amiga e colega Mara Regina Rodrigues Ribeiro, por ter aceitado o desafio de compartilhar a sala de aula durante os anos de doutorado e, principalmente, pelas riquíssimas discussões teórico-metodológicas na hora do cafezinho.

À minha família, pelo constante incentivo e oportuniíssimos puxões de orelha.

E, finalmente, ao Heleno Rocha Nazário que soube, carinhosa e pacientemente, compartilhar minha atenção e presença com o doutorado e com a tese nos últimos quatro anos.

Não conseguiria ter produzido a tese sem o apoio de todos vocês.

É sempre possível dizer o verdadeiro no espaço de uma exterioridade selvagem; mas não nos encontramos no verdadeiro senão obedecendo às regras de uma “polícia” discursiva que devemos reativar em cada um de nossos discursos.

Michel Foucault – A Ordem do Discurso

RESUMO

Tese de Doutorado
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural
Universidade Federal de Santa Maria

VISIBILIDADE MIDIÁTICA, DISCURSO E TERRITÓRIO: EM BUSCA DE UMA IDENTIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO

AUTORA: JOSELINE PIPPI

ORIENTADOR: JOSÉ MARCOS FROELICH

DATA E LOCAL DE DEFESA: Santa Maria, 09 de julho de 2012.

O momento histórico vivenciado mundialmente permite que as comunidades mostrem seus traços específicos, evidenciando-os como marcas culturais distintas em sua auto-afirmação e legitimando suas identidades – muitas delas territorializadas. O palco almejado para a evidência de tais peculiaridades é a mídia, capaz de garantir a existência de realidades. A presente tese tem como objetivo descortinar as relações entre visibilidade midiática, identidade territorial e desenvolvimento nas regiões da Quarta Colônia (RS-Brasil) e Aljarafe-Doñana (Sevilha, Espanha). O recorte espacial foi operacionalizado devido ao fato de, em ambas regiões, serem produzidos periódicos informativos que evidenciam a identidade territorial como característica singular. Interessou desvendar como as identidades foram territorializadas e também visibilizadas midiaticamente. O ponto de partida do estudo foi a análise de três periódicos produzidos por associações voltadas para o desenvolvimento rural das regiões, respectivamente: Caderno Quarta Colônia, revista Adad e revista Tierra Sur. Num segundo momento foram analisados periódicos da mídia regional de cada um dos recortes espaciais: Diário de Santa Maria e Diário de Sevilla, com o intuito de verificar a inserção das associações no espaço noticioso tradicional. Para contemplar a complexidade da problemática, foi desenvolvida uma Matriz Analítica Composta (MAC), formada pela Análise Documental e Análise do Discurso dos *corpora*. O estudo evidenciou que a identidade territorial foi utilizada racionalmente como ferramenta de visibilidade dos territórios, como parte estratégica de uma ação cujo objetivo principal visava o desenvolvimento rural dos espaços; além, foi verificado que o discurso jornalístico foi agenciado como tática de legitimação e reconhecimento do discurso pró-desenvolvimento publicado nos periódicos das associações.

Palavras-chave: Visibilidade Midiática. Identidade Territorial. Desenvolvimento.

ABSTRACT
PhD Thesis
PhD in Rural Extension
Federal University of Santa Maria

**MEDIA VISIBILITY, DISCOURSE AND TERRITORY:
SEARCHING AN IDENTITY TO DEVELOPMENT**

AUTHOR: JOSELINE PIPPI

ADVISOR: JOSÉ MARCOS FROEHLICH

DATE AND PLACE OF DEFENCE: Santa Maria, July 09th, 2012.

The world-historical period allows communities to show their specific traits, showing them as brands in their distinct cultural self-assertion and legitimizing their identities - many of them territorialized. The stage for these desired evidence of such peculiarities is the media. This thesis aims to uncover the relationship between media visibility, territorial identity and development in the regions of the *Quarta Colônia* (RS-Brazil) and *Aljarafe-Doñana* (Seville, Spain). The area was operated due to the fact that in both regions, regular newsletters are produced by associations of territorial development, that show the territorial identity as unique features. Interested to discover how identities are territorialized and also shown on media. The starting point of the study was the analysis of two magazines and one newspaper produced by the associations related to the development of rural regions, respectively: Magazines *Adad* and *Tierra Sur* and also *Caderno Quarta Colônia*. The second groups of newspapers analyzed were *Diário de Santa Maria* and *Diario de Sevilla*, in order to verify the integration of traditional associations in the news space. To address the complexity of the problem, we developed a Composite Analytical Matrix (CAM), formed by the Documental Analysis and Discourse Analysis of the *corpora*. The study showed that local identity was used rationally as hand tools, mint visibility of the territories as part of a strategic action aimed to developing the rural areas, in addition, were observed that the media discourse has been touted as a tactic in legitimacy and recognition of the favorable discourse of development, published in the magazines and the newspaper produced by the associations.

Key-words: Media Visibility. Territorial Identity. Development.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
CAPÍTULO I – AS MUDANÇAS NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO	30
1.1 Globalização: uma nova realidade	31
1.2 A realocação do espaço na contemporaneidade	46
1.3 O reflorescimento identitário	59
1.4 A importância da mídia	67
CAPÍTULO II – OS SINAIS DO DESENVOLVIMENTO	79
2.1 Aproximação teórica	79
2.2 Onde estaria o desenvolvimento?	85
CAPÍTULO III – O DISCURSO COMO ESTRATÉGIA	102
3.1 O poder e a forma do discurso	102
3.2 O discurso midiático	110
3.3 As especificidades do discurso jornalístico	115
CAPÍTULO IV – ASPECTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO	123
4.1 Apresentando os <i>corpora</i>	126
4.2 AD como método central	130
CAPÍTULO V – VALORES-NOTÍCIA NO DISCURSO SOBRE O TERRITÓRIO	133
5.1 <i>Aljarafe-Doñana</i> em pauta: o que é notícia sobre a comarca	133
5.1.1 Quando <i>Aljarafe-Doñana</i> é notícia: valores-notícia e identidade em evidência	133
5.1.2 Revista Adad e Revista Tierra Sur: quando o desenvolvimento determina a notícia...	147
5.2 Cobertura jornalística e cultura na Quarta Colônia	189
CAPÍTULO VI – TERRITÓRIO, IDENTIDADE E DESENVOLVIMENTO: DOS ENUNCIADOS VISÍVEIS AO DISCURSO MIDIÁTICO	219
6.1 Como delimitar território, identidade e desenvolvimento?	219
6.1.1 O contexto andaluz	220
6.1.2 A Quarta Colônia e suas inflexões discursivas	230
6.2 Discurso midiático: uma breve síntese	241
CONSIDERAÇÕES FINAIS	251

REFERÊNCIAS	257
APÊNDICES	266
ANEXOS	300

INTRODUÇÃO

A contemporaneidade é o lugar dos conceitos mutantes e das verdades relativas. Inúmeras mudanças foram implementadas no cotidiano dos indivíduos e das instituições, transformando as relações sociais e também a percepção acerca do mundo no qual a sociedade está inserida. Novos desafios tornaram-se evidentes na mesma medida em que novos paradigmas surgiram na tentativa de explicar os inúmeros rearranjos sócio-políticos, culturais e espaço-temporais do dia a dia. A modernidade foi o ápice da soberania do tempo sobre o espaço. Hoje, momento contemporâneo, o espaço recupera sua soberania e atrela-se ao tempo pelo imperativo de sua própria existência. O espaço é o eixo central que viabiliza o desenrolar de ações sociais, ora vitimado pelas intencionalidades intrínsecas à sua organização e reconhecimento, ora protagonizando embates mais acirrados.

Nenhum momento histórico do passado se equivale ao presente, principalmente em se tratando da disseminação da economia dos fluxos, existentes graças às redes de transporte e comunicação. A ampliação da logística de transporte permitiu que os indivíduos pudessem deslocar-se de maneira segura e relativamente rápida entre cidades, países e continentes; o espaço e o tempo foram, assim, desvencilhados de suas amarras milenares. A comunicação, por sua vez, permitiu que se mantivesse contato em tempo integral com qualquer pessoa, bastando ter acesso ao aparato tecnológico e conexão com as redes informacionais - realidade garantida, em parte, pelo processo de globalização. Assim, o mundo midiaticizou-se.

O mundo diminuiu porque suas distâncias (reais e virtuais) foram encurtadas. Nunca se soube tanto sobre *o outro* e jamais o local foi tão evidenciado na mídia. Num mundo cada vez mais interconectado e onde se tem conhecimento instantâneo sobre acontecimentos fora do alcance da vivência diária, como se deve lidar com essa nova condição? Logicamente a sociabilidade mudou e transmutou-se em algo novo, adquiriu novos significados em função da presença constante e visível da mídia e suas articulações sócio-culturais que reordenaram a ontologia tradicional dos fatos sociais.

Ao mesmo tempo em que a globalização estreitou as relações entre os diversos países via novas tecnologias comunicacionais, foi também responsável pela fragmentação do indivíduo, sujeito às inúmeras possibilidades identitárias de pertencimento. Em meio a tantas possibilidades de identificação, apenas aquelas disponíveis para a visualização e consumo imediatos serão acessadas no intuito de suprir a necessidade individual de tornar-se alguém e com-

partilhar algo – mesmo que de maneira momentânea. Em meio a essas inúmeras possibilidades de identificação, como singularizar-se? Como sobressair-se em meio a tantas diferenças constantemente evidenciadas pela mídia? Dentre as inúmeras possibilidades aventadas como resposta a esses questionamentos uma em particular interessa ao presente estudo: diferenciar-se através da visibilidade de algo único e irrepetível, *sui generis* e repleto de significados e valores. Que elemento poderia ser agenciador dessas características intrínsecas, ao mesmo tempo relacioná-las ao local e ainda ser capaz de diferenciá-lo em relação aos demais? O território.

O território é compreendido como área e, sobretudo, como relação social, econômica e política. É organizado pela sociedade, que transforma (humaniza) a natureza, controlando política e economicamente certas áreas e atividades; significa relações sociais e complementaridade; processualidade histórica e relacional. O território corresponde a uma área onde estão distribuídos os fenômenos físicos e humanos, é ambiente, lugar, redes e relações/articulações, no qual se expressa de forma mais simples a identidade – transformada em singularidade quando conjugada à territorialidade. Novamente o espaço passa a ter importância e qualifica os indivíduos. A identidade territorial torna-se elemento de visibilidade.

Se o território é capaz de ser agenciado estrategicamente como elemento de diferenciação, seu uso pode ter intencionalidades outras além da existência midiática. À visibilidade aferida às características territoriais podem ser agregados objetivos outros, como por exemplo sensibilizar o público para que consuma o território, seja como informação, através de sua experientiação ou como produto que o qualifique.

O território, como espaço de lutas, é configurado pelo poder, esse elemento intrínseco a todas as relações, evidenciado pela linguagem, pelo discurso e sua expressão. O poder encontra-se na base de todas as relações sociais: é a chave da inteligibilidade do espaço social, como mecanismo condutor e instável, onipresente, reproduzido a cada momento na multiplicidade e no entrecruzamento das relações. “O poder não é uma instituição e nem uma estrutura, não é uma certa potência de que alguns sejam dotados: é o nome dado a uma situação estratégica numa sociedade determinada” (FOUCAULT, 2010a, p.103). É o poder e sua lógica relacional que delimita o modo como os recortes de visibilidade são operacionalizados, evidenciando determinadas características em detrimento de outras para atingir objetivos previamente estabelecidos. São as relações de poder que delimitam o discurso e definem seus enunciados.

Onde e como se pode verificar a existência do poder? O discurso é seu espaço mais profícuo, sua zona de fala e do exercício pleno de posicionamentos: “(...) os discursos são

elementos ou blocos táticos no campo das correlações de força” (*Id.*, 2008, p. 97). O poder articula o recorte das práticas sociais. O recorte é o discurso: reflexo das relações de poder e reflete determinadas práticas concebidas a partir de certas estratégias tanto de produção como de objetivos. Mas onde estampar, mostrar, evidenciar o discurso? Onde desfraldá-lo como bandeira em prol de ideais e intencionalidades? Onde e como torná-lo visível? Simplesmente transformando-o em discurso midiático.

Nos produtos midiáticos é possível verificar apenas o resultado dessas relações que configuram o discurso. Para compreendê-lo é necessário encontrar os elementos formadores que lhe conferem sentido: os enunciados. O discurso é constituído por famílias de enunciados (*Id.*, *Ibid.*), sendo neles que residem a unidade primordial de sentido expressa pelas relações de poder que formam o discurso.

No cenário contemporâneo a mídia é o palco que recebe as mais diversas manifestações identitárias e onde há a possibilidade institucionalizada de auto-afirmação. A ampliação de horizontes proporcionada pela visibilidade faz da mídia a vitrine perfeita, almejada por todos aqueles que pretendem existir além do seu alcance de visão, espriar suas especificidades além do seu campo de relações cotidianas, visto que é através dos periódicos, dos sites, dos programas televisivos e radiofônicos que as identidades singularizadas ganham o mundo e podem ser também compartilhadas com outros indivíduos. É a mídia o espaço de visibilidade da identidade territorializada que busca se sobressair no cenário global.

A cena midiática tornou-se o espaço a ser alcançado, a *Shangri-la* de todos aqueles que buscam não apenas se destacar mas também existir efetivamente, ou seja, legitimar-se como real e diferente. Mundialmente, apenas os veículos midiáticos (ou *midiatizados*) podem garantir o sucesso dessa existência produzida, pois tem a chancela do reconhecimento social público para tanto. É a mídia a responsável pelo fazer ver e fazer crer os fatos e a realidade no contexto atual.

Embora muitos sujeitos almejem seus 15 minutos de fama midiática, muitos não tem a oportunidade, visto não se adequarem às exigências do meio, ou seja, não dominarem as regras do jogo, não estarem aptos a elaborar um discurso adequado ao meio de divulgação comunicacional. Qual a solução? Produzir um veículo midiático cujas regras possam ser manipuladas a ponto de garantir a visibilidade. Assim, grande número de veículos de comunicação surgiram na última década, muitos dos quais criados unicamente com o intuito de legitimar a existência de agentes sociais, tornando-os visíveis no cenário globalizado. Sejam boletins informativos, jornais, revistas, portais de informação, muitos veículos são de caráter institucional e mantêm pouca ou nenhuma relação com o modo de produção noticioso das grandes em-

presas midiáticas, mas buscam no modo de produção da mídia jornalística a legitimidade para a sua existência. É o saber acerca do funcionamento do discurso midiático, principalmente o discurso jornalístico que está em jogo e muitas instituições, empresas e sujeitos sociais almejam ter o conhecimento sobre esse discurso e seu modo de produção.

O jornalismo tem um modo de produção específico já legitimado e reconhecido. Suas rotinas produtivas são transnacionais e compartilhadas por uma comunidade internacional (os jornalistas), que fazem uso de determinadas regras e originam um discurso específico mostrado através de matérias jornalísticas – dentre as quais as notícias são as mais conhecidas (TRAQUINA, 2005). Ser notícia é tornar-se visível a partir do alcance de um *status* legitimado por esta comunidade, sendo aceito como tal pela ampla audiência (leitores, radiouvintes, telespectadores, internautas). Ou seja, o discurso jornalístico provê uma das formas de atingir a visibilidade.

Ao expor possibilidades de relações entre identidade territorial e mídia, procura-se demonstrar que a idéia de indivíduos integrando o discurso midiático ao seu cotidiano é uma prática possível. Ao fazer uso de sua identidade territorial como um produto simbólico a ser ofertado como mercadoria, abrem-se outras possibilidades, outros objetivos de uso da visibilidade midiática. Neste sentido, Thompson (2008) demonstra bem esta situação ao afirmar que a apropriação localizada dos produtos da mídia foi o maior fator de estímulo às variadas formas de conflito e mudança social no mundo moderno. Se a apropriação de bens veiculados via mídia abre a possibilidade de mudança social, então é capaz de gerar modificações que guiem os grupos para agir em nome do desenvolvimento.

Tendo como integrantes do contexto elementos como identidade territorial, mídia, desenvolvimento e discurso, o presente estudo busca descrever e analisar a maneira como a identidade territorial é utilizada em estratégias voltadas para o desenvolvimento e como o discurso midiático auxilia nesse processo. Pretende-se verificar como a mídia é utilizada como suporte tático, principalmente no que concerne à utilização de seu escopo técnico e discursivo como agente publicizador da identidade territorial. Entende-se que uma estratégia seja o conjunto das decisões tomadas visando a determinados objetivos; a tática, por sua vez, é a ação padronizada delineada pela estratégia. Sendo o desenvolvimento o objetivo de algumas instituições, percebe-se que o uso da identidade territorial se configura como estratégia que faz uso do discurso midiático e de sua visibilidade como tática de ação.

Sendo assim, a problematização sobre a qual se reflete no presente estudo é o modo como a identidade territorial é agenciada num discurso cujo objetivo central é integrar estratégias voltadas para o desenvolvimento de comunidades territorializadas, utilizando-se da mídia

como suporte tático de visibilidade social. Parte-se das características identitárias relacionadas ao território de dois recortes espaciais delimitados para a pesquisa: *Aljarafe-Doñana* (comarca da província de Sevilha, Espanha) e Quarta Colônia (região formada por nove municípios da mesorregião central do Rio Grande do Sul – Brasil), visibilizadas em periódicos produzidos pelas assessorias de imprensa de três associações voltadas para o desenvolvimento: *Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana* (Associação para o Desenvolvimento de Aljarafe-Doñana – Adad) e *Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía* (Associação para o Desenvolvimento Rural da Andaluzia – ARA) e o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (CONDESUS).

A Comunidade Autônoma da Andaluzia é subdividida em províncias (oito), cada província é subdividida em comarcas, estas formadas por municípios (*pueblos*). A *Comarca de Aljarafe-Doñana*, uma das oito subdivisões da Província de Sevilha¹, é formada por 16 municípios: *Albaida del Aljarafe*, *Almensilla*, *Aznalcázar*, *Benacazón*, *Bollullos de la Mitación*, *Carrión de los Céspedes*, *Castilleja del Campo*, *Huévar del Aljarafe*, *Isla Mayor*, *Olivares*, *Pilas*, *La Puebla del Río*, *Salteras*, *Sanlúcar la Mayor*, *Umbrete* e *Villamanrique de la Condesa* e sua população gira em torno dos 91.500 habitantes². A comarca localiza-se nos limites da zona urbana de Sevilha (região do *Aljarafe*), adentrando o *Espacio Natural de Doñana*, uma das últimas reservas intocáveis da Europa, fator que torna a região uma das mais dicotômicas, tendo de conciliar projetos de urbanização e preservação dos espaços naturais. Na página seguinte (figura 1) ilustração da comarca, cuja área estende-se por 1.492 Km². A figura abaixo, representa a comarca, a partir de seus 16 municípios integrantes. A divisão norte-sul (amarelo e verde, respectivamente) representa os limites entre as áreas de cunho essencialmente urbano (norte) e os municípios que estão dentro do parque de *Doñana* (sul).

O recorte representado pela Quarta Colônia tem área cujas especificidades geográficas e naturais a caracterizam e ajudaram a moldar os fazeres tradicionais trazidos pelos imigrantes, singularizando a cultura local. Formada pelos municípios de Agudo, Dona Francisca, Fxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Seca, São João do Polêsine e Silveira Martins, possui cerca de 60.600 habitantes (segundo Censo de 2010). A figura 2, na página seguinte, mostra o mapa da região, identificando seus municípios.

¹ Na *figura 1*, a referida comarca está assinalada pelo número 48.

² Fonte: < <http://www.adad.es/descripcion-de-la-comarca.html>>. Dados atualizados acessados em dezembro de 2011.

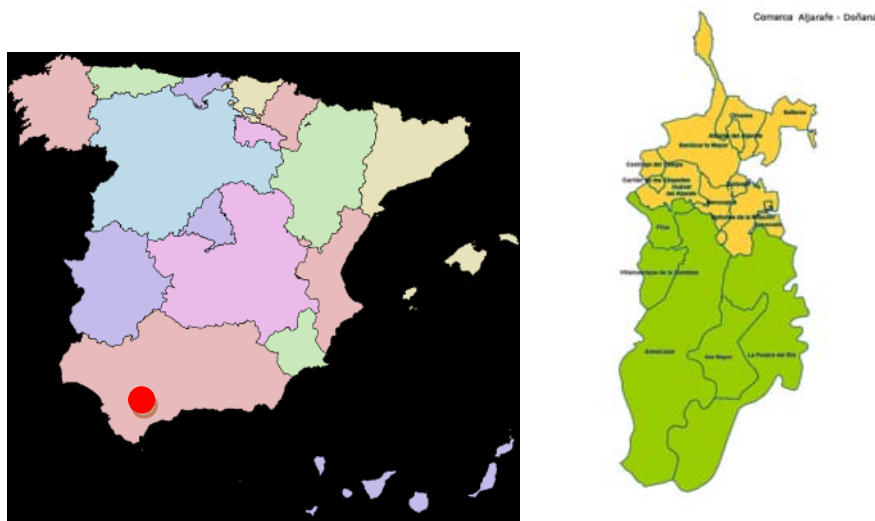


Figura 1 – Comarca de Aljarafe-Doñana, Sevilha – Espanha.
 Fonte: < <http://www.adad.es/descripcion-de-la-comarca.html>>



Figura 2 – Região da Quarta Colônia, RS – Brasil.
 (Fonte: Caderno Quarta Colônia. Ed. 163, 23/11/2009, p.03)

Por que se optou por tais recortes? A Quarta Colônia foi escolhida porque possui um periódico cujo objetivo é publicizar suas características intrínsecas. Contexto semelhante observou-se na comarca de Aljarafe-Doñana, onde também são publicados periódicos com os mesmos interesses. A intenção é, num primeiro momento, mapear as singularidades reproduzidas e como elas são engendradas num discurso com vistas a obter reconhecimento de seu

“lugar no mundo”. Assim, a forma como enunciados sobre identidade territorial e desenvolvimento integram o discurso midiático é um dos focos da pesquisa.

A mídia constitui-se como uma vitrine para a afirmação identitária. Para compreendê-la deve-se estudar a extensão da visibilidade dos recortes espaciais em suas respectivas mídias jornalísticas locais. Duas formas de visibilidade midiática interessam à análise: a visibilidade garantida pelo ser notícia, o que depende da pauta das empresas jornalísticas (grande mídia); e a visibilidade garantida pelo tornar-se notícia, ou seja, pela produção de veículos informativos independentes, institucionalizados por empresas outras que não de caráter exclusivamente jornalístico. Ambas garantem a existência e circulação das informações, mesmo que com objetivos distintos. Assim, foi necessário aliar outro eixo analítico que permitisse diferenciar a produção noticiosa da grande mídia e a produção noticiosa das associações. Esses processos englobam dois vieses da visibilidade, ou seja, como (e quando) a mídia busca a identidade territorial como informação e como (e em que contexto) os agentes locais transformam a sua identidade em informação midiática. A delimitação dessa comparação é importante para entender as relações que determinam as “visibilidades midiáticas” e a partir de quais intencionalidades.

Partindo-se da determinação das visibilidades, constituíram os *corpora* de análise exemplos dos dois agrupamentos de mídia: das produções das associações (revista *Tierra Sur*, revista *Adad* e Caderno Quarta Colônia) e da grande mídia: Diário de Santa Maria e *Diario de Sevilla*. Foram analisadas quatro edições da revista *Tierra Sur*, publicadas entre junho de 2009 e março de 2009; quatro edições da revista *Adad*, publicadas entre junho de 2008 e dezembro de 2009; do Caderno Quarta Colônia integraram os *corpora* 20 edições publicadas entre maio de 2009 e janeiro de 2011. Em se tratando dos periódicos noticiosos, foram analisadas 13 edições online do jornal Diário de Santa Maria, referente ao mês de fevereiro de 2010 e 57 edições do *Diario de Sevilla*, publicadas entre janeiro de 2005 e setembro de 2009.

Compreende-se que o discurso é fruto de relações que se dão na sociedade, entre sujeitos que tem intencionalidades definidas segundo seus objetivos almejados. O discurso é composto por elementos imateriais que se materializam na linguagem e em sua expressão – os enunciados. Para atingir os objetivos da tese, o foco analítico centrou-se nos elementos discursivos materializados, ou seja, os enunciados sobre identidade territorial e desenvolvimento publicados nos *corpora* empíricos do presente estudo.

Como pressupostos do estudo, foram estabelecidas as seguintes premissas:

- a) Se o uso estratégico da identidade territorial tem como finalidade angariar a visibilidade, diferenciar-se, ou seja, existir no contexto midiático globalizado, então as informações

veiculadas tem apenas caráter informativo e sua função é apenas ser notícia. Neste caso, a visibilidade midiática enquanto tática é agenciada apenas como possibilidade de ação em nome do desenvolvimento do território.

b) Entretanto, caso a finalidade seja sensibilizar o público leitor acerca da existência da identidade territorial, as informações veiculadas adquirem outro caráter. Se o intuito é vender-se como informação e, posteriormente, ser consumido como mercadoria, o caráter da informação pode definir a intencionalidade do discurso que comporá a tática de uso da mídia. A visibilidade pode ser agenciada neste caso como ferramenta para despertar o interesse consumidor do público, configurando-se como tática passível de gerar ações de desenvolvimento mais incisivas.

O cenário social contemporâneo alterado pela globalização mostra que a realidade foi transformada, evidenciando um contexto repleto de fragmentações dos sujeitos e de suas identidades. Os indivíduos, dessa forma, tentam adequar-se ao novo paradigma apresentado pelas novas relações sociais e ao mesmo tempo almejam o pertencimento a uma determinada comunidade. Uma das maneiras de administrar a globalização colocada em prática pelas pequenas comunidades torna-se visível na forma como a mídia é incorporada em seus cotidianos e serve de suporte para a divulgação de seus elementos constitutivos e identitários. A contemporaneidade abriu a possibilidade de esses grupos não desaparecerem ou serem assimilados, mas de existirem e poderem ser consumidos como mercadoria. Assim, o indivíduo e seu modo de vida também se tornam mercadoria, também são desejados e podem ser oferecidos como elementos de troca num mercado não somente de produtos, mas também de ideias.

Quando a identidade, os costumes, o modo de vida tornam-se uma mercadoria, há a possibilidade de sua exploração com vistas a outras finalidades além da econômica. Um grupo pode transformar sua identidade em objetos em troca de outros recursos além do capital (reconhecimento, pertencimento). Uma experiência que pode ser oferecida e desperta desejo no indivíduo apenas ativa a já latente vontade de consumo. Se há a possibilidade de explorar um ideário identitário como mercadoria, pode-se ofertar uma experiência ou uma forma de conhecimento como produto consumível. A identidade pode tornar-se mercadoria e despertar desejo no consumidor. A experiência do rural, como por exemplo, uma caminhada numa região historicamente reconhecida como rural ou um passeio a cavalo, tornam-se, assim, um bem que também pode ser ofertado como mercadoria. Mas uma mercadoria com fins mais complexos do que apenas o consumo: fins de existência, permanência, identificação com certa realidade.

A expressividade desse jogo de relações torna-se clara através do discurso. A pesquisa delinea as estratégias discursivas utilizadas tendo como ponto de apoio teórico-metodológico a Teoria do Discurso de ordem foucaultiana. Parte-se da constituição de uma Matriz Analítica Híbrida que congrega diferentes modos de leitura crítica aos princípios da análise arqueogenealógica, buscando equacionar de maneira clara a problemática de investigação.

O estudo se justifica pelo fato de serem raras as pesquisas que tem se proposto a elucidar os liames que permeiam as relações entre identidade territorial, visibilidade midiática e estratégias de desenvolvimento. Além disso, a pertinência da pesquisa também se mostra pela iniciativa de buscar compreender, à guisa de comparação, duas realidades diferenciadas que, num primeiro momento, propõem-se ao mesmo objetivo: existir midiaticamente com o intuito de promover suas identidades territoriais com vistas ao desenvolvimento. O presente estudo é importante, ainda, porque permite reunir, de forma interdisciplinar, elementos de áreas diferentes, mas que na realidade empírica se encontram imbricados. A metodologia utilizada, por se propor a desvendar as estratégias de produção do discurso veiculado na mídia, proporciona maior compreensão acerca do papel dos produtores destes discursos, suas intencionalidades e as relações de poder que delimitam os enunciados voltados para retratar os territórios.

Em se tratando das metas da presente pesquisa, como objetivo geral propõe-se a investigação de como a mídia vem sendo agenciada nos processos de visibilidade das identidades territoriais da Quarta Colônia, RS e Comarca de Aljarafe-Doñana, Sevilha, na Andaluzia. Com o intuito de alcançar este objetivo geral, busca-se contemplar os seguintes objetivos específicos:

- a) descrever o território e caracterizar a identidade territorial das duas comunidades com base em suas características específicas e tendo como pressuposto que ambas agenciam este viés identitário mais forte em busca da existência midiática;
- b) verificar o teor de inserção da mídia local e regional nas estratégias de desenvolvimento territorial das duas comunidades;
- c) evidenciar e caracterizar o papel da mídia em sendo agenciada como ferramenta de visibilidade em estratégias voltadas para o desenvolvimento territorial;

A tese está estruturada em seis capítulos. Os três capítulos iniciais apontam os elementos teóricos nos quais foi lastreado o estudo. O primeiro capítulo localiza o leitor no tempo e espaço frente às transformações incitadas pelo processo globalizante. Para tanto explicita de forma clara o que se compreende por globalização e sua influência na determinação de conceitos como território e identidade. O papel da mídia no processo globalizante também é abordado, esclarecendo sua importância no cenário contemporâneo. Ademais, busca identificar

adequadamente a concepção de território partindo de três abordagens complementares cuja síntese possibilita relacioná-lo à identidade. Preza-se, assim, as aproximações teóricas que permitem estabelecer o conceito de identidade territorial. No presente estudo segue-se o viés da abordagem sociológica da identidade porque este demonstra o protagonismo das relações sociais no processo de manifestação e reprodução da identidade.

O segundo capítulo tem como principal objetivo mostrar o papel do desenvolvimento no processo. Aqui uma ressalva é importante: buscou-se compilar uma abordagem do conceito de desenvolvimento que demonstrasse, de maneira sintética, as convergências e complementaridades dos estudiosos do assunto. Para tanto, partiu-se das relações entre espaço e sociedade, ação que invariavelmente conduziu a abordagem para o território e também às relações de poder. Concebe-se o desenvolvimento, portanto, como um discurso. Faz-se, também, menção aos elementos sobre o desenvolvimento que as entidades estudadas acionam – conectando-o ao social, ao sustentável e também ao cultural.

No terceiro capítulo busca-se evidenciar a importância do discurso para a pesquisa. Partindo dos pressupostos teóricos de ordem foucaultiana, elucidam-se seus elementos constitutivos em termos de força (relações de poder) e forma (enunciados). Ressalta-se que a análise dar-se-á sobre os elementos constituintes da forma, ou seja, os enunciados. A ambiência discursiva é pressuposto de existência das produções midiáticas e as determinam e qualificam. A elaboração teórica acerca do discurso midiático propõe-se a evidenciar o modo de produção inerente à mídia (jornalística) e elucidar as semelhanças e diferenças em comparação ao produto *mediatizado*, ou seja, produzido por instituições não-midiáticas mas com a pretensão de serem cancelados como tal. Esse jogo de forças se manifesta claramente nos enunciados sobre identidade territorial e desenvolvimento visibilizados nos *corpora*. Ao tratar sobre a midiatização procura-se esclarecer que este processo é inerente à contemporaneidade, sendo fator constitutivo da sociabilidade entre indivíduos e instituições, o que lhe garante preponderância nas estratégias de visibilidade. A primeira subdivisão deste capítulo contém os pressupostos teórico-metodológicos que guiaram a pesquisa, esquematizados no capítulo IV.

Os dois capítulos subsequentes propõem a aplicação e discussão do esquema metodológico da pesquisa. No capítulo IV são apresentados e sistematizados os aspectos teórico-metodológicos do estudo, bem como a Matriz Analítica Composta (MAC) utilizada como metodologia analítica. A sessão seguinte (capítulo V) apresenta a análise dos *corpora*, delimitando os mapeamentos de significados e perscrutando a alocação dos valores-notícia nos periódicos noticiosos e informativos analisados. Esta sessão abre a discussão para o capítulo seguinte (VI), no qual serão evidenciadas as relações discursivas entre território, identidade e

desenvolvimento, fruto das relações de força visibilizadas nos periódicos integrantes dos *corpora*. Aqui são evidenciados os elementos singulares que constituem a pesquisa e é proposta a interpretação dos dados. Por fim, as considerações finais expõem as conclusões e retomam os objetivos aqui encetados com o intuito de verificá-los à luz das reflexões realizadas no decorrer dos capítulos anteriores. Delineado o percurso de leitura, passa-se ao desvelamento das relações discursivas entre identidade territorial, mídia e desenvolvimento – propósito do estudo aqui apresentado.

CAPÍTULO I

AS MUDANÇAS NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO

Em busca de elucidação da problemática que guia a tese foi preciso desvendar o contexto contemporâneo, ou seja, compreender a lógica do processo de globalização e suas consequências. No intuito de caracterizar os cenários onde se desenrolam os fluxos comunicacionais e ocorrem os processos que conduzem à identificação, buscou-se conceituar teoricamente alguns elementos-chave, decisivos para a compreensão da problemática exposta.

O modo de operacionalização do processo globalizante que se expandiu massivamente em todo o mundo a partir do final da década de 1980³, baseado essencialmente no abarcamento de novas tecnologias de mediação, suscitou diferentes interpretações acerca de seu significado para a sociedade, seus reflexos na política e economia e também sobre os rumos tomados no novo século. Ao mesmo tempo em que foi aberto espaço para maior interação entre nações, num movimento expansivo de influências, percebeu-se movimento inverso, onde os indivíduos buscam identificar-se com algo a eles próximo, conhecido, concreto e repleto de referências mnemônicas. A globalização possibilitou o aumento da oferta de mercadorias e informações transnacionais, evidenciando *o outro*⁴ e o contexto sócio-cultural no qual está inserido. Foi possível perceber as nuances de pertencimento através da diferenciação de características social, culturais, religiosas, etc.

A profusão das diferenças pode ser lida como uma reação natural à padronização e produção em série, o *fordismo*, que, na primeira metade do século XX, permitiu a retenção de capital para que a sociedade passasse ao momento seguinte, o da *macdonaldização*⁵. Essa fase também é resultado da ampliação da circulação de mercadorias, pessoas e informações. O que permitiu as condições de valorização das diferenças? A produção em série, através da criação de reservas de capital que permitiu à sociedade seguir seu ritmo de progresso. Havendo capital a ser investido no desenvolvimento e aquisição de novas tecnologias, passou-se a um mo-

³ Há discrepâncias teóricas em ordenar um período preciso para o estabelecimento do processo de globalização. Toma-se como referência Thompson (2008), que endossa a intensificação do processo a partir da organização e expansão das redes comunicacionais em escala global, em fins do séc. XIX. A década de 1980 é emblemática para este estudo porque representa o processo massivo de internacionalização das empresas de mídia e o uso do computador como meio de comunicação (MATTELART, 1994). Em se tratando de Brasil, o final dos 80' é importante porque, além de representar a década da abertura política, é o momento no qual mudanças tecnológicas são adaptadas ao cotidiano das empresas jornalísticas, como a entrada do computador nas redações (BALDESSAR, 2003) – transformações que afetaram o processo de produção de informações noticiosas no país.

⁴ Aqui 'outro' em referência à alteridade, o 'não-eu' que, à guisa de comparação, define o indivíduo.

⁵ (JAMESON, 1997).

mento de intensas trocas mercantis e informacionais na esfera global: passou-se do produto mercadoria para o produto pessoa-identidade.

Em meio às diferenças, o mesmo processo apontou a necessidade de delimitar as fronteiras de pertencimento e de reconhecimento em relação às infinitas possibilidades visibilizadas via meios de comunicação. Sucederam-se, assim, movimentos aparentemente antagônicos mas contíguos: ao mesmo tempo que se expandiu o conhecimento sobre o mundo, ampliando-o virtualmente e tornando-o acessível, há a necessidade intrínseca de delimitar o grupo de contato real e seu espaço de vivência, restringem-se as referências localizadas dos indivíduos.

Ao enfatizar as relações entre *globalização, território, identidade e mídia*, pretende-se mostrar até que ponto (e de que forma) o processo globalizante transforma as estruturas discursivas sócio-culturais de auto-definição, influenciando a percepção do espaço de vivência dos indivíduos e, por conseguinte, as definições de pertencimento. Estudos demonstraram que a globalização foi responsável por diversas rupturas conceituais e de valores que, via intensificação da compressão tempo/espaço, fragmentaram tanto a sociedade como o indivíduo, originando um momento histórico em que se opta por denominar como *contemporaneidade*. É interessante para a tese determinar como o processo de alocação espacial e identificação do indivíduo (e dos grupos) passaram a tomar forma nesta complexa realidade.

1.1 Globalização: uma nova realidade

O que é globalização e qual sua relevância? Muitas respostas conceituais poderiam ser referidas à questão. Contudo, interessa desvelar as implicações do processo relacionadas diretamente ao cotidiano dos indivíduos, ou seja, de que forma a vida dos sujeitos foi realmente afetada pela reestruturação das relações sociais neste início de milênio. Resultado da sobreposição e interconexão de poderes (THOMPSON, 1995), o processo globalizante deve ser lido desde as mudanças significativas que suscitaram na sociedade, em especial nos processos de comunicação – centrais para o presente estudo.

A década de 1990 foi promissora para os teóricos das ciências sociais que se dedicaram a diagnosticar as causas e prever as consequências da globalização a partir do ponto de vista da economia e das relações capitalistas. Muitos pontos de vista foram evidenciados, suposições sobre a origem da conexão integrada do planeta, e diversos pesquisadores da área

atreveram-se a conceituar o processo⁶, muitos deles assentando seu início no período pós-segunda guerra mundial e sua intensificação após a queda do muro de Berlim, que selou um acordo tácito em prol do capitalismo e da economia de mercado. Além da intensa influência do capital, que a médio prazo propiciou a intensificação do uso das novas tecnologias (meio técnico da expansão), é necessário adicionar, entretanto, que a grande maioria das nações já se encontrava imersa na teia monetária internacional: a queda do muro pareceu legitimar o capitalismo como sistema econômico e ampliou seu raio de ação.

O processo de internacionalização⁷ antecedeu a tendência de pensamento sobre a globalização. Para os organismos internacionais criados com o objetivo de guiar o novo mundo contemporâneo na busca da recriação dos espaços de poder, definir o andamento do processo de ampla extensão que tomara conta do globo já em meados da década anterior consistia numa maneira de desestatizar as regras do jogo e legitimar a ação conjunta dos países-membros. À época, os grandes baluartes da nova ordem (inicialmente de cunho econômico), como a Organização das Nações Unidas (ONU), a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), além da Comunidade Econômica Européia (CEE) e demais organismos internacionais tomaram para si a “árdua” tarefa de definir a estrutura das relações transinstitucionais no período e conceituar o processo que já estava em andamento.

Alguns sociólogos, como Octávio Ianni, apontaram como catalisador do processo globalizante a extinção do bloco comunista asiático e do leste europeu:

O que vinha já ocorrendo em décadas anteriores, mas limitadamente, devido à vigência dos blocos e alinhamentos mundiais antagônicos liderados pelos Estados Unidos e pela União Soviética logo se explicita e se espraia. De repente, o mundo inteiro parece estar se transformando em capitalista. (1992, p.22)

O autor referia-se à sociedade global como ‘máquina do mundo’ e explicava que houve impulsionamento do processo de globalização graças ao rompimento dos blocos de poder⁸. Vencidas as dicotomias político-econômicas responsáveis por feudalizar o planeta em territórios ideológicos distintos, o mundo aderiu à economia de mercado e sua doutrina de livre-

⁶ Só para citar alguns autores da área das ciências sociais que publicaram seus prognósticos acerca da globalização e sua influência na sociedade na década de 1990: Giddens (1991), Ianni (1992), Mattelart (1994), Featherstone (1995), Ortiz (1996), Bauman (1998) e Castells (1999).

⁷ Entende-se internacionalização como o processo antecessor que designa a ampliação do contato entre as nações, tanto em âmbito econômico como social e cultural, em grande parte intensificado pela disponibilidade de tecnologias de comunicação e transportes em nível global.

⁸ Menção aos papéis desempenhados pelas duas grandes nações protagonistas de antagonismos político-econômicos: União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) e Estados Unidos da América (EUA).

concorrência. Ao fim do embate entre os dois blocos de poder que dividiam a atenção e as simpatias do mundo houve, implicitamente, a opção irrestrita pelos moldes econômicos que guiavam o sistema capitalista, abrindo espaço para o processo que tomaria, então, proporções globais. De acordo com o autor, foi o lastro econômico das grandes potências globais da época que desencadeou o processo de globalização, que num segundo momento estendeu-se pelos setores social e cultural⁹.

A supressão do antagonismo ideológico que impunha limites à expansão da economia de mercado e à livre concorrência empresarial transformou o quintal dos países no objeto de desejo do capital financeiro. O período foi crucial para expandir influências e acordos mercantis, acumular favores e dividendos em nível internacional, afinal as nações entraram em processo de modernização e as grandes potências capitalistas¹⁰ que nasciam já dispunham de subsídios tecnológicos para tal.

Outros autores também seguiram a mesma linha de raciocínio. Entretanto, é preciso ter clara a ideia de que o processo em curso estendeu-se, num primeiro momento, pela massa dos países desenvolvidos do hemisfério norte, sendo espreitado para os demais países da América Latina e África, considerados à época o espaço mais pobre do planeta. Tendo como baluarte as economias de mercado do primeiro mundo, a extensão de sua influência foi sendo amplificada através das relações mercadológicas. Conforme aponta Robert Cox:

As características da marcha da globalização incluem a internacionalização das finanças e seguros comerciais, a mudança da divisão internacional do trabalho, o vasto movimento migratório do sul para o norte e a competição ambiental que acelera esses processos. Elas incluem também mudanças na natureza dos estados e nos sistemas de Estado. Os Estados estão sendo internacionalizados em suas estruturas internas e funções. Por toda a maior parte deste século, o papel dos Estados era concebido como o de um aparato protetor das economias nacionais, em face das forças externas perturbadoras, de modo a garantir adequados níveis de emprego e bem-estar nacionais. A prioridade do Estado era o bem-estar. Nas últimas décadas, a prioridade modificou-se, no sentido de adaptar as economias nacionais às exigências da economia mundial. O Estado está se tornando uma correia de transmissão da economia mundial à economia nacional. (1990, p.22-23)

Tendo-se como parâmetro o cenário do início da década de 1990 como reflexo das intensas modificações sócio-políticas e econômicas da década anterior, sofridas intensamente

⁹ Vale adicionar que o apoio de países do então considerado “mundo subdesenvolvido” foi de crucial importância neste momento, sustentando o processo a partir da economia de base primária.

¹⁰ Estados Unidos, Alemanha e Tigres Asiáticos eram consideradas, à época, nações capitalistas com potencial de crescimento mais intenso, se comparadas aos demais países que estavam se abrindo para a livre-concorrência.

pela grande maioria das nações do planeta¹¹, punha-se em xeque a ordem das estruturas de poder. Havendo entrada de investidores estrangeiros, como ficaria a economia do país? Quais as regras a serem seguidas? Qual o papel do Estado nesse processo? Ampliando-se o contato entre as nações, aumentou-se na mesma proporção, o nível de influência entre elas. Assim, quanto maior o valor investido, maior a legitimidade em ditar as regras do jogo – fator percebido pela influência dos órgãos credores internacionais e nacionais¹² e pela existência de países ‘subdesenvolvidos’ com dívidas externas exorbitantes (América Latina). Além disso, quando o poder do Estado foi reduzido frente às prerrogativas de influência externa, originou-se uma crise de poder político sobre os ditames nacionais (Ianni, 1992), conduzindo-o a uma crise de legitimidade (Bauman, 1998).

A crise do papel do Estado no período contemporâneo trouxe consigo uma dualidade: pode ser considerada como positiva porque possibilitou o repensar sobre sua atuação nos níveis local/global; por outro lado, abriu espaço para o recrudescimento de políticas de cerceamento de liberdades individuais. Não faltaram exemplos contundentes da consequência de ‘aberturas’ à influência internacional no período, visualizados desde a internacionalização das relações econômicas ao instauração de conflitos dos mais variados tipos. Importa ter em mente que a globalização evidencia as diferenças, e ao fazê-lo expõe os jogos de poder que estrategicamente se articulam em sua manutenção.

O processo de globalização pôde ser considerado como tal apenas parcialmente, já que as regras eram ditadas apenas pelas potências econômicas da época. Assim, novamente as nações do planeta foram divididas entre aquelas influenciadas e as influenciadoras. Nos dizeres de Pedro Belli os polos de poder continuaram a existir, apenas as regras do jogo mudaram:

Globalização – o termo que define a economia dos anos 1990 – é hoje inadequado. Em verdade, as economias das nações industrializadas têm-se tornado crescentemente interligadas, por meio do *comércio global* e dos *produtos globais*. Mas a globalização deixou bastante à parte duas imensas regiões do globo, compreendendo mais de 60 países, com cerca de 20% da população mundial e uma respeitável parcela de seus produtos naturais: África e América Latina (1990, p.50, grifos do original).

¹¹ Somente para citar mudanças importantes no Brasil, os 80’ foram a década da redemocratização do país. Ao término da ditadura militar o país presenciou um impulso devido à reabertura do mercado ao capital estrangeiro, fator determinante para o início da implantação de novas tecnologias visando à intensificação do comércio com as outras nações. Na época, o Brasil constituía-se como um importante mercado a ser conquistado.

¹² Citam-se: Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Fundo Monetário Internacional (FMI) e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Se o comércio mundializado e seus produtos conectaram as nações, então a influência compartilhada foi inicialmente de ordem econômica. Um produto que necessitava ser vendido precisava de um mercado consumidor, logo, os países pobres tornaram-se compradores. Não apenas de produtos industrializados, mas também de cultura. “(...) a expansão cíclica mas contínua do capitalismo envolve tanto a produção material como a cultural” (IANNI, 1992, p. 19), e envolvia não apenas produção de bens materiais, mas também de bens imateriais (conceitos, ideias) ofertados como produtos a serem consumidos. Viu-se, assim, nos países que constituíam a zona pobre do globo, um vasto mercado consumidor para os bens dos países detentores do capital.

Enquanto processo, a globalização iniciou-se a partir de mudanças estruturais de aspecto econômico, mas não estancou aí. Ainda de acordo com o autor, “há situações e momentos nos quais as determinações econômicas adquirem preeminência, tornam-se particularmente visíveis, decisivas. Mas sempre levam consigo implicações sociais, políticas e culturais” (*Id., Ibid.*, p. 39). Nenhum setor permaneceu alheio à influência do processo, que se manifestou nos mais diferentes campos, intensificada pela ampliação da malha comunicacional que se estendeu pelo planeta. As transformações não poderiam ser lidas somente sob o âmbito econômico sob pena de condicionar a compreensão do processo globalizante ao reducionismo.

É importante ressaltar que a intensa circulação de mercadorias e indivíduos na contemporaneidade seguiu uma lógica distinta dos mesmos processos em épocas anteriores. O surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação e sua posterior expansão mundial facilitou a circulação de dados e permitiu a intensificação do contato entre as diferentes realidades e contextos. A mídia, como grande disseminadora de informações transformou-se, assim, em elemento essencial ao processo de evidência de cenários em todo o mundo. Instaurou-se a sociedade da informação (CASTELLS, 1999), na qual amplas redes de contato se mesclam num *continuum*, transformando tempo e espaço.

O fato de os meios de comunicação terem possibilitado a ampliação e intensificação do contato entre as diferenças não significa, contudo, que houve abandono das especificidades em prol de algo comum e largamente compartilhado. Houve, por outro lado, a permanência dos caracteres específicos na mesma medida que se ampliou o conhecimento das alteridades culturais. Segundo Octávio Ianni, tomou forma a sociedade global

(...) no sentido de que compreende relações, processos e estruturas sociais, econômicas, políticas e culturais, ainda que operando de modo desigual e contraditório. Nesse contexto, as formas regionais e nacionais evidentemente continuam a subsistir e atuar. Os nacionalismos e regionalismos sociais, econômicos, políticos, culturais, étnicos, lingüísticos, religiosos e outros podem até ressurgir, recrudescer. Mas o que começa a predominar, a apresentar-se como uma determinação básica, constitutiva, é a sociedade global, a totalidade na qual pouco a pouco tudo o mais começa a parecer parte, segmento, elo, momento. São singularidades ou particularidades cuja fisionomia possui ao menos um traço fundamental conferido pelo todo, pelos movimentos da sociedade civil global. (*Op. Cit.*, p.39)

As diferenças de âmbito sócio-cultural permaneceram. Poderia se afirmar que o princípio da ‘aldeia global’ somente seria válido quando considerado pelo viés da amplitude do contato entre os sujeitos, que permitiu a emergência de suas diferentes concepções de mundo. Assim, a existência global traria como prerrogativa a diferenciação.

Uma década após os reais significados do termo “globalização” tornarem-se frequentemente debatidos e criticados, houve a possibilidade de compreendê-lo à luz das transformações que o causaram. Anthony Giddens (2011) mencionaria certa dificuldade em conceituar o termo e atribui a ele um significado relacional, diretamente proporcional ao número de nações inseridas e à amplitude do processo. Em entrevista concedida a um programa de televisão, o sociólogo britânico afirmou que

Deve-se entender que o termo “globalização” tem um leque de diferentes significados. É como se fosse um termo para acobertar uma série de mudanças. Algumas mudanças são reversíveis, como a abertura, a liberalização de mercados, que já foi revertida antes. No início do século XX, houve um período de liberalização seguido por um período de protecionismo. Outras mudanças, como o que fazemos aqui, frente à câmera [referindo-se à entrevista], as tecnologias de comunicação, a crescente integração da cultura global, o fim da Guerra Fria e do mundo bipolar, não são reversíveis. Este é o nosso mundo. É um mundo mais interdependente do que jamais foi. A definição mais simples de globalização é o aumento da interdependência.¹³

Como interdependência o autor ressaltaria o papel entre os diferentes setores da sociedade e o Estado, para além das relações mercadológicas entre nações. Uma década de reordenamento nos mais diferentes setores (economia, política, cultura) evidenciou o caráter *sui generis* do processo: ampliação do contato e intensificação das influências. Na mesma medida que os países avivaram suas relações, mais o setor econômico tornou-se independente das

¹³ Entrevista realizada por Silio Boccanera, em Londres, para o programa “Milênio”, da rede de televisão paga Globo News. Publicada no sítio eletrônico da emissora em 28 de outubro de 2002. Fonte: <<http://g1.globo.com/videos/globo-news/milenio/v/silio-boccanera-entrevista-o-sociologo-anthony-giddens/1512063/#/programas/page/5>>. Acesso em 12 out 2011.

fronteiras e dependente de medidas regulatórias (ou necessitado de tais medidas) de cunho político, para garantir a fluência de capital e sanar eventuais perdas. Atos de cunho político-econômico são implementados em nível local e repercutem globalmente, e a recíproca também pode ser verificada, como por exemplo em referência à crise global de 2008, cujo estopim foi localizado (setor imobiliário dos Estados Unidos), tendo ecoado por todo o planeta, causando pânico (economia, política, sociedade), sendo perceptível até a atualidade.

A globalização tem essa característica imanente: conectar as nações, os indivíduos, e para essa mudança não há retorno. Estar imerso num cenário globalizado é estar sujeito à interdependência, é conhecer e dar-se a conhecer; ser influenciado e influenciar; ter acesso a informações as mais variadas sobre o que ocorre em lugares longínquos, mas estar ciente de que se vive num determinado recorte espacial e se está sujeito às relações imediatas que ali tomam forma, bem como a influência externa sobre as mesmas.

Ainda segundo o autor, “a globalização diz respeito à interseção entre presença e ausência, ao entrelaçamento de eventos e relações sociais à distância com contextualidades locais” (GIDDENS, 2002, p.27). Para o autor a globalização produziria resultados divergentes ou mesmo contrários, o que definiu como perspectiva da *dialética do local e global*. De acordo com essa perspectiva acontecimentos que tomassem forma em lugares longínquos poderiam influenciar a vida cotidiana dos indivíduos num outro espaço contextual específico, a milhares de quilômetros de distância. Instabilidades econômicas, crises políticas ou ainda conflitos que tivessem lugar em espaços outros poderiam desencadear mudanças que acabariam por transformar o cotidiano de indivíduos em outros países. O contato instantâneo com a multiplicidade de mundos situados além do horizonte da percepção espontânea fez com que a compreensão da realidade ultrapassasse as barreiras de espaço e tempo, antes delimitadas.

O sociólogo notou que a mídia poderia ser a grande responsável pela disseminação desta influência, visto ser através dela que as informações transcorrem o mundo. Uma das características que o autor atribui à experiência transmitida pela mídia seria justamente a intrusão de eventos distantes na consciência cotidiana, “onde muitos eventos relatados no noticiário [...] podem ser experimentados pelo indivíduo como exteriores ou remotos; mas muitos também se infiltram na atividade diária” (GIDDENS, 2002, p.31). Isso demonstrou que o processo de globalização poderia ser encarado de forma dialética: ações em âmbito global incidiriam e teriam consequências melhor observáveis em âmbito local. Esta relação representaria o teor e importância que o processo (em si) desencadeia e como seus resultados incidem sobre o cotidiano dos indivíduos.

Ao discorrer sobre a reordenação do espaço e do tempo provocada pelo desenvolvimento da mídia, John Thompson alegou que este é apenas um dos vários efeitos que caracterizariam a globalização. Para o autor, comunicação globalizada é um dos fatores essenciais que diferenciam os momentos de evolução da sociedade humana, apontando para um maior grau de interdependência entre as nações – seguindo, assim, perspectiva semelhante àquela de Anthony Giddens. Ao mostrar a evolução das ações comunicacionais de âmbito global a partir do viés histórico, Thompson (2008, p. 135) afirma que a

Globalização surge somente quando (a) atividades acontecem numa arena que é global ou quase isso (e não apenas regional, por exemplo); (b) atividades são organizadas, planejadas ou coordenadas numa escala global; e (c) atividades envolvem algum grau de reciprocidade e interdependência, de modo a permitir que atividades locais situadas em diferentes partes do mundo sejam modeladas umas pelas outras.

Ou seja, deveria haver no processo pelo menos a intencionalidade de que se abarcasse um cenário mais amplo de ação. No caso específico da comunicação, ampliar os horizontes de modo a prever em ações comunicativas o alcance de audiências mais afastadas seria admitir certo grau de interconexão, que deveria prever certo grau de reciprocidade para que a ação pudesse ser considerada “globalizada” em toda a extensão do termo. Contudo, não haveria o abandono das influências locais nesse jogo, pelo contrário, o sistema complexifica-se a ponto de prever a existência de uma interface localizada para sua assimilação. A mídia, assim, elabora seus produtos tendo como horizonte a difusão globalizada dos mesmos. Todavia, a apropriação desses produtos ocorre de maneira localizada (*Id. Ibid*).

A emergência das redes de comunicação global, a partir de meados do séc. XIX, foram de grande importância para a difusão de informações em larga escala, em menos tempo e abrangendo horizontes cada vez mais longínquos, além de permitir o armazenamento de dados. Desde o telégrafo, na década de 1830, intensificou-se a troca de informações em nível internacional, compartilhando-se a realidade vivenciada por um espectro cada vez maior de indivíduos, situados a distâncias maiores. Com o surgimento das agências internacionais de notícias, no mesmo período, expandiu-se consideravelmente o contingente de informações sobre outros países nos meios de comunicação tradicionais à época (jornais, em sua grande maioria). Começavam a se formar as primeiras redes comunicacionais de nível global que permitiram o incremento da demanda por informações variadas, possibilitando a retro-alimentação do setor e também a disseminação mundial de influência através da produção em larga escala

de produtos informacionais (notícias, publicidades). Nunca se soube tanto nem de forma tão rápida sobre lugares tão longínquos.

Outro avanço tecnológico importante para a afirmação das redes globais de comunicação em seu início foi a descoberta da difusão de informações via ondas eletromagnéticas, no início do século XX. Com rapidez e necessitando de logística menos dispendiosa, o sinal chegava com mais rapidez ao seu destino, atingindo distâncias cada vez maiores. É imprescindível notar que o desenvolvimento de novas tecnologias no setor das telecomunicações dependiam diretamente das descobertas realizadas na área, as quais eram feitas, em sua grande maioria, por instituições e empresas de países que dispunham de capital a ser investido no setor. Assim, desde sua origem, percebeu-se a prevalência de determinadas nações sobre outras: de um lado os países que tinham condições financeiras e técnico-científicas para o desenvolvimento de novos saberes e práticas, além de um setor empresarial forte o bastante para pôr em prática os novos conhecimentos e uma legislação que apoiasse os investimentos na área; de outro lado, países disponíveis para tornar-se mercado consumidor das tecnologias desenvolvidas e também dos padrões de produção de conteúdo (empacotamento de informações). São as relações de poder determinando a evolução tecnológica das nações.

Durante o período em que as redes de comunicação começaram a se formar, houve o impulsionamento do processo de globalização devido ao contato e à proximidade informativa entre os diferentes países. A partir de meados do século XX, com a massificação do rádio e da televisão através da profusão de canais de comunicação o contato se intensificou: foi possível ter acesso a informações e acontecimentos oriundos dos diferentes países quase em tempo real, além da difusão de mais informações sobre os países abastados - prolíficos em novas tecnologias de transmissão. Novamente neste processo de ampliação das redes comunicacionais televisivas e radiofônicas percebiam-se desigualdades.

Buscando esclarecer o caráter estruturado e também desigual das redes comunicacionais, Thompson (2008) argumentou que a comunicação globalizada no mundo moderno caracteriza-se por quatro aspectos. O primeiro evidencia a presença dos conglomerados comunicacionais de grande escala, que dirigem as atividades de comunicação. A acumulação e concentração de capital nas indústrias da mídia permitiram o crescimento corporativo e sua consequente internacionalização. Grandes conglomerados agem no mercado mundial e organizam suas atividades sobre estratégias efetivamente globais. Segundo o autor,

Por isso o desenvolvimento dos conglomerados de comunicação provocou a formação de grandes concentrações de poder econômico e simbólico que são privadamente controlados e desigualmente distribuídos, e que dispõem de recursos maciços para garantir os objetivos corporativos na arena global, provocou também a formação de extensas redes de comunicação, privadamente controladas, através das quais informação e conteúdo simbólico podem fluir. (*Id, Ibid, p. 144*)

A acumulação e concentração possibilitaram a expansão dos conglomerados, que por terem ao seu dispor capital de investimento, puderam controlar a circulação de informações e também criar uma forma de padronizá-las. O legado das grandes corporações de comunicação foi estabelecer um formato para as informações, nomeá-las, transformá-las em arautos do poder simbólico. O interessante é que determinados padrões permanecem, tendo sido copiados e reproduzidos por diferentes corporações de comunicação, em diferentes instâncias e nos mais variados lugares do mundo, sendo admitidos como “exemplos modelares” de informação¹⁴.

Quem produz conteúdo para ser veiculado em nível global é porque possui capital e, logo, possui as condições para continuar produzindo cada vez mais. Ao difundir informações de modo mais incisivo, pode legitimar-se produtor de um modelo comunicacional, sendo copiado por outros produtores de informações que buscam reproduzir a mesma fôrma reprodutiva. A cópia é reproduzida *ad infinitum*, a ponto de tornar-se modelar e ditar as regras, legitimar-se como sendo a maneira mais plausível de ser informação. Eis o motivo de haver “repetições” de formatos: programas jornalísticos, filmes, novelas, *sitcoms*, etc., que parecem sempre reproduzir os mesmos formatos – já legitimados pela reprodutibilidade e passíveis de serem reconhecidos como tipologias específicas de informação. A existência dos conglomerados comunicacionais permite a reprodutibilidade de amplo espectro dos formatos informativos, sendo essa uma das características da comunicação globalizada.

O segundo aspecto refere-se ao impacto social do uso de novas tecnologias. Desde o uso da transmissão via satélite, que facilitou a logística de troca de dados, até o avanço o setor de micro (nano) processadores, permitindo alta capacidade de processamento, armazenamento e recuperação de informações e agilidade nas trocas informacionais, agregados à posterior ampliação das redes de transmissão de dados via cabeamento de fibra ótica, o desenvolvimento do setor de tecnologia de informação e comunicação (TIC's) contribuiu para a intensificação da globalização. Havendo redes que permitam a circulação de dados, há a possibilidade de trocas informativas e permite-se o contato com a alteridade – o conhecimento sobre o ou-

¹⁴ Um exemplo que pode ser considerado modelar na comunicação brasileira é o formato do programa telejornalístico de maior audiência no país, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo. Criou-se até mesmo a alcunha de “padrão Globo de jornalismo” em referência ao telejornal, que é copiado por outras emissoras até hoje.

tro, em outros países, noutras realidades. O desenvolvimento de novas TIC's permitiu a convergência dos diferentes meios de comunicação, abrindo espaço para a troca mais intensiva/extensiva de informações entre os indivíduos.

Desde que a logística permita, hoje é possível trocar informações com indivíduos em diferentes locais do planeta, quase que simultaneamente, ultrapassando as barreiras espaciais que antes restringiam o contato e o acesso. Basta ter disponível o aparato tecnológico e conexão à web. O contato amplo com diferentes meios de comunicação e as novas ferramentas de convergência (celulares, softwares, *gadgets* eletrônicos) que possibilitam a exploração de novas formas de interação interpessoal permitem que os indivíduos interiorizem determinados formatos informativos. Assim, torna-se inerente ao indivíduo saber o que é diferenciar uma notícia de outro tipo de informação midiática – uma publicidade, por exemplo. E esse “conhecimento inato” lhe permite reconhecer o formato, independente do seu suporte. Uma consequência direta da convergência é a expansão do mercado global dos produtos midiáticos.

Um terceiro elemento característico da comunicação globalizada e de importância central para a presente tese é justamente o fato de que os produtos da mídia circulam numa arena internacional. Como advento da internet e a inexistência de barreiras físicas para o acesso à informação, que circula globalmente na rede, o que se produz localmente acaba tendo repercussão global, visto que se encontra disponível para o acesso amplo. Assim se verifica com todos os produtos midiáticos. Um acontecimento num país qualquer em outro continente, ao tornar-se notícia, pode circular por diferentes mídias (web, televisão, rádio, jornal, revista), com objetivos distintos (informar, educar, elucidar, formar opinião), dependendo da intencionalidade do produtor da informação. Outra possibilidade de ser compartilhado em âmbito global é através da interação via mídias sociais (facebook, twitter, etc), que ultimamente tem peso considerável na determinação do agendamento de discussões no espaço público¹⁵. Ou seja, é a mídia agindo sobre a sociabilidade do indivíduo, determinando os assuntos a serem abordados no espaço público.

O quarto aspecto a ser considerado na análise da comunicação são os padrões de acesso ao material transmitido e de sua captação através das redes globais. Relacionado à recepção do material midiático, este item diz respeito ao uso que os indivíduos dão aos produtos midiáticos e como estes influenciam em seu comportamento. O autor continua:

¹⁵ Jenkins (2004) aborda diversos exemplos do agendamento das discussões no espaço público fomentado via redes sociais. Dois casos atuais que podem ser remetidos à organização desse tipo de agendamento foram as manifestações ocorridas em Wall Street (EUA) em maio de 2011, onde o público organizou diversos atos conjuntos via redes sociais; e a recente série de conflitos nos países islâmicos, proficuamente citados nas diferentes mídias como “primavera árabe”, também agendam as discussões no espaço público.

(...) se quisermos explorar o impacto da globalização da comunicação, devemos considerar não somente os padrões de captação, mas também a *utilização* das matérias simbólicas globalizadas – isto é, o que os receptores fazem delas, como as entendem, e como as incorporam em suas rotinas e práticas da vida cotidiana. (THOMPSON, 2008, p. 147. Grifos do original)

O que a audiência faz com as informações às quais tem acesso é tão importante quanto as próprias informações, pois evidencia o papel da recepção no processo comunicacional e merece atenção porque suscita questionamentos como, por exemplo, como os diferentes formatos informativos midiáticos influem na leitura da realidade por parte da audiência? Ou ainda: qual a apropriação imaterial dos produtos jornalísticos em determinadas comunidades?¹⁶

Thompson (*Id. Ibid.*), em sua teoria sobre a globalização da mídia, fez uso de conjecturas que remetiam às distinções entre os diferentes tipos de poder e suas influências na sociedade, enfocando de maneira mais aprofundada o poder simbólico, regente das trocas informacionais via meios de comunicação, que por sua vez transformaram a natureza da produção e do intercâmbio simbólico na contemporaneidade.

Aqui é necessária uma pausa para se compreender qual é a concepção de poder da qual o teórico faz uso e delimitar sua relação à globalização da mídia no presente estudo. O poder, segundo Thompson (2008, p.21), está diretamente relacionado à ação,

(...) à capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. Ao acumular recursos dos mais variados tipos, os indivíduos podem aumentar seu poder.

Ao ser compreendido a partir de sua descrição mais genérica, o poder torna-se um fenômeno social, podendo ser atribuído às mais variadas ações e oriundo dos mais diversos interesses. Sua manifestação está relacionada a objetivos determinados e faz uso de meios específicos através dos quais intui materializar-se, num contexto social estruturado. O autor segue concepção teórica que aponta a existência de quatro tipos de poder na sociedade: o econômico¹⁷, o político¹⁸, o coercitivo¹⁹ e o simbólico.

¹⁶ Ressalta-se que não é intenção da tese refletir com base em estudos de recepção, visto que os *corpora* empíricos foram analisados a partir de suas estratégias de produção. Admite-se, contudo, pesquisa futura acerca do tema.

¹⁷ Diz respeito à atividade humana produtiva relacionada ao uso de recursos materiais e financeiros.

¹⁸ Deriva-se da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de interação.

O poder simbólico origina-se da atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas²⁰, que existe em igualdade de condições aos demais tipos de poder, sendo característica fundamental da vida social. Continuamente os indivíduos estão imersos em atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou interpretando as expressões de mesmo caráter utilizadas por outros indivíduos. Segundo o sociólogo, os meios de informação e comunicação são um dos “recursos” dos quais os indivíduos se utilizam para exercer esse tipo de poder. Esses “recursos” são nomeados como: os meios técnicos de fixação e transmissão; as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico, bem como o prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados aos produtores dos bens simbólicos. Como instituições que fazem uso do poder simbólico, o autor aloca as organizações religiosas, as instituições educacionais e as instituições da mídia, “que se orientam para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no tempo e no espaço” (THOMPSON, 2008, p. 14).

Qual a importância do exercício do poder simbólico para a teoria da globalização da comunicação? O poder simbólico teve papel central na globalização da comunicação através da determinação de padrões de difusão global de informações e também por gerenciar o tensionamento em relação aos demais tipos de poder (econômico, político e coercitivo), fatores que direcionaram e/ou influenciaram mudanças sociais na contemporaneidade. É no âmbito da produção das informações (quem/o que diz/ como) que se manifesta o poder simbólico, que se pode mapear as intencionalidades; por outro lado, também a recepção (significado/contexto/interpretação) esse poder se exerce, transformando modos de pensar e levando o indivíduo a uma determinada ação que se refletirá em âmbito social. Conforme o autor,

Na produção de formas simbólicas, os indivíduos se servem destas [meios de informação e comunicação] e de outras fontes para realizar ações que possam intervir no curso dos acontecimentos com consequências mais diversas. As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva. (*Id. Ibid.*, p. 24)

¹⁹ Implicado no uso ou ameaça da força física para subjugar ou conquistar um oponente.

²⁰ O autor faz seguidas alusões ao *âmbito simbólico*, seja ele relacionado à cultura ou às trocas comunicacionais. Neste trecho o significado a ele atribuído refere-se aos símbolos culturais concebidos, elaborados e legados por gerações sucessivas como a linguagem verbal, os gestos e comportamentos, o vestuário, a arte, a disposição do arranjo do espaço público ou do espaço privado. No mesmo sentido, poderia-se afirmar que, sendo a sociedade essencialmente simbólica, este simbolismo seria responsável por “constituir uma ordem de fenômenos (práticas e crenças) que se podem qualificar de objetivos, no sentido de que instituem entre os membros da sociedade uma autêntica comunidade. (...) o simbolismo social, sendo inseparável do processo de comunicação, varia segundo a forma e o conteúdo do processo de comunicação” (BOUDON e BOURRICAUD, 2007, p.490-491).

Partindo do pressuposto que a apropriação dos produtos midiáticos acontece localmente (mesmo que sua difusão seja globalizada), Thompson abre caminho para a reflexão acerca da importância da apropriação do material simbólico difundido via meios de comunicação e designa esse processo a partir do termo “eixo da difusão globalizada e da apropriação localizada” (*Id.* p.155).

A apropriação dos produtos midiáticos na contemporaneidade globalizada suscita esclarecimentos em três pontos cruciais. São eles:

- a) A importância das mensagens midiáticas e os modos de utilizar os materiais simbólicos mediados dependem dos contextos de recepção. Com bens simbólicos circulando num universo cada vez mais amplo, muitas vezes desconectados das realidades localizadas, os produtos midiáticos são muitas vezes trasladados para espaços de práticas sociais distintas que modelam e alteram seus significados. A audiência interpreta os produtos midiáticos a partir de seus próprios aparatos simbólicos e a eles atribui significados de acordo com as práticas sociais às quais está exposta. Determinados objetivos requerem, assim, o agenciamento de certos recursos simbólicos para fazer sentido para a audiência – a produção, portanto, é o momento do pleno exercício do poder simbólico por parte do produtor da informação.
- b) A apropriação do material simbólico globalizado acentua o “simbólico distanciamento dos contextos espaço-temporais da vida cotidiana” (*Id., Ibid.*, p. 156). Os sujeitos podem conceber formas diferentes de vida e de experiências do dia-a-dia completamente díspares das que vivenciam e que se situam geograficamente distantes de seu espaço de convivência. Percebe-se, assim, que a mídia globalizada exerce seu poder simbólico ao dar a conhecer à audiência lugares e situações antes desconhecidos, munindo-a de subsídios que a permite questionar seu próprio modo de vida, refutar ou adquirir hábitos e também identificar-se.
- c) A apropriação dos produtos midiáticos é também uma fonte de tensão e conflito. Ao possibilitar o contato com o diferente, o material simbólico midiático pode suscitar choques de valores, os quais podem reformular a concepção de si e também de sociedade que o indivíduo comunga com demais. Os conflitos que emergem do contato com os produtos midiáticos também são formas de exercício do poder, e a manutenção e/ou resolução desses tensionamentos são frutos de intencionalidades que muitas vezes subjazem na mensagem.

Mesmo que a apropriação seja localizada e os efeitos do poder simbólico sejam melhor verificados a partir de indivíduos situados num determinado tempo/espaço, não se pode negar que as intencionalidades estão presentes no material circulante, nas informações que são difundidas globalmente. São essas informações que retém intencionalidades e que as transmi-

tem a partir de um padrão existente que as legitima como sendo midiáticas e devem ser interpretadas de certa forma.

A partir de Thompson e de sua teoria da comunicação globalizada é possível apreender que, por mais ampla e irrestrita que sejam as transmissões de informações (bens simbólicos), sua apropriação e influências são percebidas em locais específicos, por indivíduos que comungam de características simbólicas semelhantes, mas que podem dar uso diverso para os mesmos componentes simbólicos – dependendo também de suas intencionalidades.

A argumentação de Thompson acerca da apropriação dos produtos midiáticos e sua relação com os diferentes tipos de poder foi utilizada em parte nas reflexões. Em primeiro lugar, seu conceito de difusão globalizada e apropriação localizada é importante para a constituição do cenário globalizado midiático porque permite compreender as relações global/local a partir da produção e da recepção das informações circulantes na mídia. A indústria midiática produz um bem que será difundido globalmente, mas será lido, consumido, por sujeitos em contextos locais específicos – em lugares determinados.

Em segundo lugar, a denominação *poder simbólico* e seu respectivo conceito foram sujeitos a algumas ressalvas. Concordou-se com o autor quando o mesmo inferiu que a mídia é detentora de uma espécie de poder que influencia os sujeitos e propicia mudanças sociais. Na tese optou-se pela vereda que considera a produção midiática como representativa de um discurso específico (CHARAUDEAU, 2006), que segue determinações de produção e se expressa através de sua própria materialidade (FOUCAULT, 2008), ou seja, o produto midiático é o seu próprio discurso, resultado de embates, de relações de poder, e difunde intencionalidades através das escolhas que o constituem como algo material e passível de ser compartilhado.

Por fim, em se tratando do *poder*, admite-se a existência de diferentes poderes, constituintes de todas as relações sociais e organizados em torno de dispositivos (FOUCAULT, 2010a). A mídia pode ser considerada um desses dispositivos contemporâneos de exercício e difusão de influências e poderes – que se espraiam através de seus produtos. O poder da mídia está presente de forma residual nos discursos que ela projeta globalmente e que são apreendidos localmente.

A expressividade do processo de globalização é ampla, pode ser verificada em diferentes espaços, relacionada a contextos os mais diversificados. Entretanto, o ponto fulcral desta discussão para a presente tese são as relações entre o processo globalizante e suas influências nas práticas de comunicação e como alguns setores dessa área se estruturaram frente às mudanças de cenário impostas pelas novas lógicas de interdependência entre as nações.

É inegável a codependência econômica entre nações, originando debates que questionam o papel do Estado nos processos monetários. Contudo, elemento mais importante são as interconexões aventadas pelos meios de comunicação no processo globalizante, em especial a mídia. É crucial ter em mente como princípio da reflexão aqui encetada que o amplo contato entre os países permitiu aos produtos midiáticos circularem numa arena internacional, tornando seus formatos reconhecidos mundialmente e consumidos localmente.

1.2 A re-alocação do espaço na contemporaneidade

Diversas pesquisas e teorizações redefiniram o conceito e o significado de “estar onde” bem como o rearranjo entre tempo e espaço²¹. Dinâmicas entre desterritorialização e reterritorialização e suas consequências; dicotomias das relações espaço-tempo; previsões e possibilidades envolvendo as transformações do espaço e as consequências para a sociedade são alguns dos conceitos elementares que surgiram em estudos na última década do século XX. Expostas as diferenças teóricas de filiação, tornava-se claro o surgimento de um novo paradigma que definiria as perspectivas de estudo para o novo século que se anunciava: como pensar o espaço na contemporaneidade? Diferentes teorizações podem ser aventadas em resposta ao questionamento, buscando definir o *status* mais adequado do espaço em relação às transformações em curso e a sua influência no cotidiano dos indivíduos.

Não é intuito da tese historicizar os conceitos de território e territorialidade utilizados no decorrer das pesquisas sociais conhecidas – objetivos como este foram elegantemente alcançados em diversos estudos realizados. Contudo, é importante para a linha argumentativa deste trabalho expor alguns construtos teóricos referentes à problemática territorial no intuito de esclarecer a origem da terminologia utilizada, a fim de que a elaboração teórica explique da forma mais clara possível as questões envolvidas na pesquisa.

O processo de globalização afetou o modo como o espaço é percebido porque alterou as dinâmicas de deslocamento dos indivíduos e das informações, revisando conceitos antes incólumes como os de fronteira e identidade a partir de um novo prisma. Não mais se pode considerar o espaço apenas como estrutura material e estática: o espaço é constituído por elementos também intangíveis e móveis que se reconfiguram e o realocam continuamente. O que é e como se constitui o espaço no cenário globalizado? Tal questionamento não busca a evi-

²¹ Diferentes explicações acerca das interações entre tempo e espaço podem ser verificadas nas definições de Giddens (1991) do desencaixe espaço-tempo, Jameson (1997) e as transformações do espaço pós-moderno, além de Bauman (2001) e sua lógica fragmentada dos não-lugares, e Harvey (2004) e a sua compressão tempo-espaço.

dência de uma concepção universalista sobre o espaço, mas sim aponta para uma nova realidade que o concebe como integrante de relações entre os diversos âmbitos nos quais se desenvolve a vivência. O espaço é um híbrido constituído entre a natureza e a sociedade, entre a economia, a política e a cultura, entre materialidade e imaterialidade (SANTOS, 1996; HAESBAERT, 2010).

A partir do momento em que o espaço é capaz de ser reconfigurado através de logísticas de circulação de informações, por exemplo, o seu significado se altera. Não mais ligado unicamente à materialidade de suas amarras físicas, pode fluir e tornar-se referência intangível repleta de sentidos subjetivos ou inter-subjetivos. Uma das principais abordagens do espaço na contemporaneidade é aquela que o qualifica também como imaterial. Partindo de uma perspectiva multifacetada do espaço, Marcelo Souza aponta:

Como qualquer realidade social, o espaço não é uma entidade apenas objetiva; sua objetividade é lida (inter)subjetivamente, sua materialidade é dotada de significações específicas para cada indivíduo (subjetividade) mas que são, também, em certa medida, compartilhadas por vários indivíduos (intersubjetividade). (1997, p.22-23)

O autor salienta que o espaço é constituído não somente das formas físicas que o materializam, mas também pelo significado que cada indivíduo lhe confere e que lhe é atribuído também pelo coletivo. O espaço seria, assim, composto por uma tríade de aspectos que delimitariam seus vieses material e imaterial, as dimensões objetiva, subjetiva e intersubjetiva.

A dimensão objetiva do espaço alude à sua materialidade imanente: o natural (recursos, fontes de energia indispensáveis ao processo produtivo, condições de salubridade). Agrega-se, ainda, a imaterialidade (subjetividade) do espaço social, ou seja, produzido pelas relações sociais. Este viés possui importância múltipla, a qual pode ser descrita pelos âmbitos i) econômico: onde a estrutura e forma espaciais terão influência sobre a circulação de bens e pessoas; ii) político: onde a geografia e a configuração do espaço estão vinculados ao controle e segurança; iii) cultural: os símbolos e significados nele escritos serão vinculados à formação e reprodução de identidades coletivas. Este último aspecto salvaguarda a possibilidade da existência material de traços da identidade cultural agregadas ao espaço.

A dimensão (inter)subjetiva diz respeito às imagens e representações²² espaciais constituídas pelos indivíduos que nele habitam; é a capacidade de ser vivenciado (apropriado, territorializado) por determinado grupo, que ao interagir com (e no) espaço desenvolve uma i-

²² Para o autor representação é: “captura pelo imaginário de uma sociedade e uma forma ou projeto de apropriação” (SOUZA, 1997, p. 23). Nesse caso, o espaço seria representativo de uma materialidade impregnada de valores, um referencial para os indivíduos no cotidiano, repleto de significado afetivo.

dentidade. A importância de se considerar o espaço em suas três dimensões expõe, assim, a necessidade de vinculá-lo a elementos que o diferenciem e o qualifiquem como especial para determinado grupo social. Sendo o espaço lugar de vivência onde as relações sociais tomam forma, seu papel é preponderante também para as negociações identitárias que definem os diferentes grupos em seus diferentes cenários de existência. Sendo assim, a utilização do espaço transcende os aspectos materiais e passa a estruturar-se antes como referência para quem nele vive. Ou seja, o espaço é materializado a partir de seu significado, manifestando-se muitas vezes como um discurso definidor e regente de práticas não discursivas de ação entre os indivíduos.

A reestruturação relacional propiciada pelo intenso contato fez com que o espaço adquirisse nova importância, passou a ter propriedades outras além de apenas localizar os indivíduos no cenário no qual vivem. Sobre o espaço e suas relações erige-se o território. A partir do momento que determinado espaço possui relevância instrumental e cultural para um grupo, este é capaz de territorializá-lo. De acordo com Souza (1996, p. 24) território é “um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder, ou dito de maneira mais precisa, um ‘campo de força’ concernente a relações de poder espacialmente delimitadas e operando sobre um substrato (espaço material) referencial”. O autor refere-se ao uso foucaultiano do termo ‘campo de força’, relacionado ao poder e às interações sociais que ocorrem entre os sujeitos. As relações de força demonstram a existência de múltiplos poderes que são responsáveis pelas constantes reestruturações e rearranjos da sociedade (FOUCAULT, 2010b).

O território, então, seria a materialidade onde se ajustariam e atuariam as relações de poder na determinação das características do espaço. Sobre a importância das relações de poder na constituição do território e como estratégia de territorialização, é pertinente traçar aqui o mapeamento teórico que as balizam, tomando como ponto de partida as elaborações de três investigadores da área da geografia²³: Claude Raffestin (1993), Robert Sack (1986 e 1997) e Rogério Haesbaert (2010).

Robert Sack (1986; 1997), à luz das constantes transformações que configuraram a abordagem sobre o espaço na contemporaneidade aponta a territorialidade como elemento

²³ A abordagem geográfica sobre o conceito de território e territorialidade é interessante porque toma como pressuposto a materialidade do espaço, sua constituição física e também geopolítica. O conceito de território começou a ser revisitado na geografia a partir da década de 1970, principalmente em função das novas formas de organização sócio-espacial que surgiam a partir da intensificação dos fluxos de pessoas, informações, fenômenos e ideias (SAQUET e SOUZA, 2009). Como os objetos de estudo localizam-se em contextos distintos e são visibilizados como tal justamente por essa característica, optou-se por partir dos questionamentos de espaço imanentes ao paradigma da geografia, expandindo-o conforme o mesmo se propunha a tangenciar as problemáticas das Ciências Sociais.

definidor do território²⁴ a partir das relações de poder a ele intrínsecas. Para o autor territórios são “(...) os resultados de estratégias para afetar, influenciar e controlar pessoas, fenômenos e relações²⁵” (1986, p. 216). Ou seja, o território é o produto da territorialidade.

De acordo com o autor, a territorialidade seria uma tentativa de um grupo ou indivíduo de afetar ou influenciar pessoas, relacionamentos e fenômenos, almejando a afirmação do controle sobre determinada área. Para o autor (*Id.*, p. 05), “territorialidade para os humanos é uma poderosa estratégia geográfica para controlar pessoas e coisas, pelo controle de área. Territorialidade é uma expressão geográfica primária de poder social. São os meios através dos quais espaço e sociedade interrelacionam-se”²⁶.

Para Robert Sack, ainda, “a territorialidade configura-se não apenas como o efetivo e visibilizado controle de determinada área, mas principalmente como uma estratégia espacial para atingir, influenciar ou controlar recursos e pessoas e, como estratégia, a territorialidade pode ser ativada e desativada” (*Id.*, *Ibid.*). Ao considerar a territorialidade como estratégia e conferir ao território o status de seu produto, o autor atribui ao espaço um caráter de flexibilidade. Considerar como estratégia de delimitação territorial as relações de poder implica considerar a importância das relações sociais no processo, visto que aquelas são sempre mobilizadas segundo as intencionalidades de indivíduos ou grupos (FOUCAULT, 2010a), ou seja, os territórios são sempre socialmente construídos. Como estratégia, a territorialidade depende de quem influencia e dos contextos abarcados por essa influência (lugar, espaço e tempo). Além do referido uso político, Sack reconhece também as dimensões econômica e cultural do processo, abordagem reconhecida como relacional.

Três características apontadas pelo autor (SACK, 1986) como contidas na definição de territorialidade são importantes para a presente abordagem. Sua existência implica, necessariamente: i) a delimitação de área (espaço físico); ii) a comunicação, e, iii) a manutenção do controle (acesso). Em primeiro lugar, a territorialidade possui o elemento espacial como referência, ou seja, coordenadas materiais que definem um limite caracterizado. Contudo, esse limite não é apenas material, mas pode também ser considerado simbólico – quando também definido pelas relações de poder (que são imateriais). Segundo: conter uma forma de comuni-

²⁴ Duas leituras importantes para se compreender as mudanças de configuração do território a partir do paradigma geográfico são: o livro “*Abordagens e concepções de território*” (SAQUET: 2010) e o compêndio organizado por Saquet e Souza (2009), intitulado “*Leituras do conceito de território e de processos espaciais*”.

²⁵ Tradução livre de: “They are the results of strategies to affect, influence and control people, phenomena and relationships” (SACK, 1986, p.216).

²⁶ Tradução livre de “Territoriality for humans is a powerful geographic strategy to control people and thing by controlling area. Territoriality is a primary geographical expression of social power. It is the means by which space and society are interrelated” (SACK, 1986, p.05).

cação implica fazer saber que determinada área “está territorializada”, ou seja, não basta haver limites físicos: a fronteira deve ser visibilizada de maneira eficiente, sendo reconhecida como tal pelos indivíduos. Por último, o controle do acesso ao território possibilita reforçar o controle sobre a área e também sobre os elementos que a definem e a restringem. Essa característica pode ser relacionada à manutenção da existência da fronteira (limite) em relação aos demais territórios existentes (diferença), no sentido estratégico de também delinear os limites identitários pela evidência dessa mesma diferença.

Concebe-se a territorialidade a partir do exposto como a ação de territorializar uma determinada área, que, torna-se território somente a partir da manifestação das relações sociais a ela intrínsecas ou a ela atribuídas. A territorialidade, portanto, é o elemento estratégico funcional colocado em prática por grupos sociais na tentativa de, através da comunicação eficiente de seus limites e características, diferenciar-se a ponto de produzir espacial e socialmente um território. Tal abordagem é interessante e muito pertinente para o presente estudo, pois evidencia não somente o papel das relações de poder como estratégia de determinação de um território, mas também alude ao papel preponderante da comunicação no processo.

A abordagem relacional proposta por Robert Sack instrumentaliza a importância da territorialidade como ação voltada para a delimitação e legitimação de um território. Visto que são determinadas características e sua visibilidade que definem um segmento espacial, imputando-lhe qualificativos e a ele agregando relações de poder que também o especificam e o tornam único, pode-se inferir que um território existe por ser reconhecido a partir dessas características, reiteradamente expressas pelo grupo social que nele habita ou que a ele permanece conectado – seja de maneira material ou imaterial. Ao se pressupor a existência de determinados elementos qualificativos que expressem uma territorialidade, pode-se concluir que o território tem capacidade de existir no plano imaterial, mas devido a essas mesmas características necessita da instrumentalidade material para que seja reconhecido e possa ser visibilizado. Assim, são justamente as relações de poder os elementos-guia das estratégias de manutenção do território enquanto espaço (de vivência, de trocas, de conflitos, de negociações) constituído, materializadas numa área.

Outra abordagem interessante que deve constar como referência é a leitura também relacional do território apontada por Raffestin (1993). Discípulo de uma concepção teórico-metodológica²⁷ diferente daquela empregada por Robert Sack, o autor argumenta que a geo-

²⁷ Saquet (2010) em sua leitura historiográfica acerca da evolução do conceito de território expõe que os estudos de Claude Raffestin podem ser concatenados como integrantes da matriz de pensamento francesa dentro do paradigma da Geografia. Tal abordagem pode ser concebida como complementar às demais aqui acolhidas por sua

grafia política clássica seria nada mais que uma geografia analítica do Estado – abordagem que deveria ser ultrapassada devido às novas problemáticas espaciais que surgiram, como a que define a territorialidade a partir das relações de poder. Partindo também de uma perspectiva relacional, afirma que o cerne para a compreensão do real significado do território para os grupos sociais poderia ser verificado nas dinâmicas das relações de poder a ele imanentes, pois “(...) o poder é chave – em toda relação circula o poder que não é nem possuído nem adquirido, mas simplesmente exercido” (*Id., Ibid.*, p. 07).

Tomando como esteio a concepção de poder advinda de Foucault (2008), Raffestin argumenta que todo o conteúdo das relações é político, fazendo com que o poder faça parte de todo o processo relacional, o qual é sempre voltado para determinados objetivos, atingidos através de estratégias. Em se tratando das estratégias, recorre às semelhanças entre as ações praticadas nos jogos e nas atividades militares para afirmar que as mesmas constituem-se de energia (potencial que possibilita o deslocamento ou a modificação da matéria) e informação (forma ou ordem detectada em toda matéria ou energia). Compreende-se que a manutenção das características materiais e imateriais que compõem o território depende da circulação da informação dentro da área material que compreende seus limites e, também, imaterialmente além desses mesmos limites. Tão mais amplamente conhecida será a existência do território quanto maior for a amplitude do raio de expansão informacional. O autor assegura a importância do teor informacional quando afirma que a circulação da informação estabelece uma comunicação que ocorre num campo de poder e todo poder é desempenhado no campo da comunicação. Ou seja, as relações de poder aparecem como estratégias de afirmação territorial (tanto material como imaterialmente) e se manifestam como estratégias através da comunicação. Sendo assim, estratégias de comunicação podem ser consideradas como estratégias de poder na afirmação da territorialidade.

Sendo co-extensivo de qualquer relação, torna-se inútil distinguir um poder político, econômico, cultural, etc. Sendo toda relação um lugar de poder, isso significa que o poder está ligado muito intimamente à manipulação dos fluxos que atravessam e desligam a relação, a saber, a energia e a informação. (...) A energia com a informação, se forma, se acumula, se combina e circula. (RAFFESTIN, 1993, p.54)

Para que o poder se manifeste ele se utiliza de três elementos-chave designados pelo autor como ‘trunfos’: a população (componente dinâmico de onde resulta a ação); o território (espaço político, o campo de ação do poder); e, os recursos (definidores e condicionantes dos

horizontes realizáveis da ação). Esses elementos são mobilizados ao mesmo tempo numa relação, mas em graus diferentes. Quando as trocas são contrabalançadas, o resultado é um sistema relacional equilibrado. Assim, os trunfos devem estar em equilíbrio para que a energia gasta no processo relacional origine estratégias plausíveis.

Para o autor, o espaço é algo anterior ao território, a matéria-prima da qual sujeitos se apropriam e em cujo trabalho de construção manifestam-se as relações de poder. O espaço é produzido pela territorialização.

(...) uma produção, a partir do espaço. Ora, a produção por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder. Produzir uma representação do espaço, já é uma apropriação, uma empresa, um controle portanto, mesmo se isso permanece nos limites de um conhecimento (RAFFESTIN, 1993, p. 144).

Como representação do espaço o autor toma a imagem do espaço/território vivido pelos indivíduos. Como cada indivíduo pode representar o espaço segundo suas próprias experiências, pode haver inúmeras representações diferentes (e muitas vezes divergentes) do espaço, fato gerador de conflitos. Sendo que uma representação é sempre uma imagem, nem sempre condiz com o objeto real, o que também gera conflitos. Ambas rupturas podem ser consideradas os elementos imanentes das relações de poder que determinam o processo de territorialização. Assim, quaisquer sujeitos integrantes do grupo social que territorializam o espaço estão inseridos numa relação de poder imanente ao território – não há necessidade, portanto, de haver outro tipo de relação (de trabalho, por exemplo), que determine a existência dessas relações. A simples existência do sujeito no espaço é reflexo da imanência das relações de poder.

A territorialidade, enquanto ação que transforma o espaço num produto pode ser definida como a multidimensionalidade do espaço vivido pelos indivíduos, pela coletividade, por intermédio de um sistema de relações existenciais ou produtivas. Continuando, Raffestin aponta que a territorialidade vai além do espaço, sendo constituída também pelas características dos indivíduos e dos grupos:

(...) a vida é constituída por relações, e daí a territorialidade pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema sociedade-espaço-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema (...) tudo reside na relação concebida como processo de troca e/ou de comunicação. (*Id., Ibid., p 161*)

Torna-se perceptível a importância do processo de comunicação para a existência do território. Sendo um artifício importante, a reprodução informativa das características que definem o território constitui-se como estratégia necessária à sua existência tanto dentro de seus próprios limites quanto para a exterioridade. O presente estudo toma por base o pressuposto de que o que constitui e visibiliza os diferentes elementos constituintes da territorialidade e, por consequência, do território, são as características que podem ser reproduzidas a partir dos sujeitos, as quais exigem uma manifestação material adequada para que possam ser compreendidas. Sendo assim, desconsidera-se a representação como ação de visibilizar o território, tarefa delegada às práticas de ordem discursiva.

São as relações de poder que cristalizam o território e a territorialidade (Saquet, 2010). O autor argumenta que tanto Raffestin (1993) quanto Sack (1986), mesmo tendo-se debruçado sobre questões envolvendo a definição de território e territorialidade, representam concepções diferentes: o primeiro de ordem política e econômica; o segundo, de acordo com os aspectos geopolíticos do espaço. Não é compreendido entre os objetivos da presente tese criar uma concepção própria sobre o território ou sobre o processo de territorialidade. Propõe-se, contudo, a busca do entendimento acerca do método mais plausível de equacionar informações teóricas que possam explicar os fenômenos envolvidos na determinação da territorialidade nos dois segmentos espaciais estudados. Interessam as complementaridades entre as distintas abordagens aqui apresentadas que possibilitem elaborar uma imagem conceitual acerca do que seja o território e do seu significado para os grupos sociais que nele vivem.

A elaboração *raffestiniana* afirma que as relações de poder consideram prioritariamente o controle sobre o território. Formulada num momento histórico onde as disputas por espaço ainda eram condição permanente para algumas nações e onde o significado da territorialidade ultrapassava os marcos da materialidade, ela baseava-se nas relações de poder entre dominadores e dominados (classes), pressupondo a existência de custos e ganhos no decorrer do processo. Reconhece-se a sofisticação de tal construto teórico, entretanto, não cabe aqui abarcar a totalidade da percepção de Raffestin, apenas alguns conceitos interessantes para a constituição de outro aporte teórico que possibilite compreender a problemática exposta.

Outra abordagem interessante é aquela proposta por Rogério Haesbaert (1995, 1997e 2010), que parte de uma concepção integradora ou híbrida entre as dimensões material e ideal do território, enfatizando as processualidades culturais e políticas. Inicialmente, para o autor (HAESBAERT, 1995), deve-se reconhecer a existência dos vieses objetivo e subjetivo na constituição do território: há o domínio social, econômico, político e cultural do espaço sobre a natureza (base e materialidade), sendo esta dominada e apropriada por um grupo social. As-

sim, surge a abordagem múltipla e (i)material do território, constituída pelas afinidades e disjunções referentes aos aspectos econômico-político-cultural, levadas a cabo através das relações de poder²⁸ existentes. É a multiplicidade dessas interações que configuram o território:

(...) o território (...), enquanto *mediação espacial do poder*, resulta da interação diferenciada entre as múltiplas dimensões desse poder, desde sua natureza mais estritamente política até seu caráter mais propriamente simbólico, passando pelas relações dentro do chamado poder econômico, indissociáveis da esfera jurídico-política. (HAESBAERT, 2004, p.93) (grifo do autor).

Outro aspecto bastante relevante das considerações do autor é perceber que a produção do espaço envolve sempre e de maneira concomitante, a desterritorialização e a reterritorialização. Economia e política constituir-se-iam como dimensões sociais da desterritorialização; territorializando o espaço estariam a cultura e também a política. O momento histórico vivenciado no período da elaboração desses conceitos foi crucial para sua constituição, visto que o autor considerou a influência da globalização como reconfiguradora dos espaços. Conforme aponta (HAESBAERT, 1997, p. 116):

Entretanto, se a territorialização é sobretudo enraizadora, promovendo a coesão por seu caráter mais intrínseco e introvertido, é claro que ela vai estar ligada muito mais às iniciativas político-culturais de apropriação e domínio do que à dinâmica do capital, cujo caráter é intrinsecamente desterritorializador e 'sem pátria'.

Desterritorialização, nesse sentido, vincula-se à modernização e às dinâmicas dos diversos fluxos de mobilidade do período técnico-científico (pós-1960). O papel da rede é crucial nesse processo. Sucintamente, caracteriza a desterritorialização como a destruição de antigos territórios e/ou desintegração de novos espaços, em rede; a reterritorialização seria a constituição de novos territórios com uma nova apropriação política e/ou simbólica do espaço, também em redes. As redes envolvidas na circulação do capital são eminentemente desterritorializadoras, enquanto a territorialização é representada pelo próprio território enquanto espaço coeso e dotado de uma identidade, ou seja, há ordenamento político através da apropriação espacial e cultural. Enquanto a desterritorialização é promovida de maneira mais incisiva pelas redes mais amplas (globais e nacionais), a reterritorialização é verificável de forma mais

²⁸ São consideradas desde as relações estabelecidas pelo Estado até a multidimensionalidade das relações sociais, forças que condicionam e constituem o território.

contundente em âmbito local²⁹. Esse processo gera o que o autor denomina multiterritorialidade: múltiplas relações vividas por diferentes indivíduos e grupos sociais, em distintas escalas de interação.

Para o autor o território tem um domínio politicamente estruturado (concreto) e uma apropriação simbólico-identitária, determinados por ações de grupos sociais sobre o espaço de vivência. A identidade tem peso importante em suas considerações, qualificando o território. Tornam-se relevantes as redes de circulação e comunicação, as interações sociais e a (i)materialidade que constituem a qualificação da territorialidade enquanto processo.

Afora seu caráter padronizador, a territorialidade delimita fronteiras entre espaços, grupos e também indivíduos, sendo um dos principais elementos constituintes da identidade. Como elementos cruciais no processo de identificação com dado território apontam-se as relações de poder. Para Haesbaert (2010, p. 89)

(...) toda relação de poder espacialmente mediada é também produtora de identidade, pois controla, distingue, separa e, ao separar, de alguma forma nomeia e classifica os indivíduos e os grupos sociais. E vice-versa: todo processo de identificação social é também uma relação política, acionada como estratégia em momentos de conflito e/ou negociação.

Ou seja, os elementos que delimitam e definem o território também o constituem enquanto elemento de distinção, de identificação. Para estabelecer a confluência de afinidades que perpassam o território também é necessário contextualizá-lo historicamente, perscrutar as relações de poder que nele se estabeleceram e definiram suas características. Não existe espaço isento de história, elemento essencial para a determinação das relações que o concretizam: “o território pode ser concebido a partir da imbricação de múltiplas relações de poder, do poder mais material das relações econômico-políticas ao poder mais simbólico das relações de ordem mais estritamente cultural” (*Idem*, p. 79). Ou seja, a delimitação e significado do território manifestam-se de forma a legitimar a existência de um determinado espaço territorializado³⁰ por grupos sociais.

²⁹ Em termos de relações escalares, ressaltam-se as semelhanças de abordagem do processo (T-D-R) do autor com os pressupostos elaborados por Giddens (1991) acerca da dicotomia global-local propiciada pelo processo de globalização.

³⁰ O mesmo autor (HAESBAERT, 2010) aponta para um aspecto que deve ser considerado central no debate sobre o território: a territorialidade, conceito este utilizado na ênfase a questões de ordem simbólico-cultural. “Ao falar-se em territorialidade estar-se-ia dando ênfase ao caráter simbólico, ainda que ele não seja o elemento dominante e muito menos esgote as características do território” (p. 74).

Compreender a importância do território na contemporaneidade exige que se vislumbre de maneira interconectada seus diferentes matizes. É necessário perceber as nuances de seus segmentos natural, material e também ideal, confluindo-os a partir de seus aspectos físicos, econômicos, políticos, jurídicos e culturais. O território deve ser compreendido antes como um valor através (e muitas vezes em função) do qual os vínculos sociais são estabelecidos: desde as relações de trabalho, passando pelas de parentesco e também pelas afinidades e dissociações que definem o pertencimento, a identidade. Para Haesbaert (1997, p.42):

O território envolve sempre, ao mesmo tempo (...), uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de 'controle simbólico' sobre o espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta, de caráter político-disciplinar [e político-econômico], deveríamos acrescentar: a apropriação e ordenação do espaço com forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos.

Partindo de um viés geográfico integrador que percebe a territorialização como um processo de domínio (político-econômico) e/ou apropriação (simbólico-cultural) do espaço pelos grupos humanos, há a possibilidade da experimentação dos diferentes territórios – quer pela mobilidade, quer pela reinvenção do consumo³¹ (HAESBAERT, 2010). Para o autor, mesmo o sonho da multiterritorialidade parte da “territorialidade mínima, abrigo e aconchego, condições indispensáveis para (...) estimular a individualidade e promover o convívio solidário”, ou seja, o conhecido, o vivenciado (*Idem*, p.17). O inovador da abordagem integradora é que parte do princípio de que a sociedade necessita, para existir, do espaço (diga-se, por extensão, do território) e considera, portanto, as transformações pelas quais ambos passaram no decorrer do tempo.

O quadro reproduzido na página seguinte (quadro um) aponta, de maneira resumida, as elaborações teóricas dos três principais autores considerados centrais para a determinação reflexiva acerca do território e da territorialidade, conceitos-chave da tese.

Tendo como base as considerações sobre territorialidade e território apresentadas resumidamente acima, pode-se elaborar um conceito em perspectiva múltipla que englobe os diferentes aspectos relacionados pelos autores referenciados. Considera-se que a toda prática social antecede uma prática discursiva, sendo assim, a ideia de território a ser utilizada na

³¹ O consumo, aqui, é tomado como uma ação que também transforma a leitura do território onde se vive, reordenando-o a partir de infindáveis possibilidades de recortes da realidade visível. Em se tratando especificamente das relações de consumo que permitem apreender determinado território, considera-se importante o papel desempenhado pelos meios de comunicação como dispositivos responsáveis pela disseminação das informações sobre o espaço, voltados para a oferta do mesmo como produto a ser consumido.

presente pesquisa deve partir do encadeamento discurso-prática social num determinado contexto sócio-histórico-espacial.

	Raffestin (1993)	Sack (1986, 1997)	Haesbaert (1995, 1997 e 2010)
Abordagem	Relacional	Relacional	Integradora, híbrida e multiterritorial
Territorialidade	Estratégia resultante das relações de poder. É multi-dimensional (considera espaço e sujeitos).	Estratégia definidora do território a partir da delimitação de área, comunicação e acesso controlado.	Dimensão simbólica do território que o define e caracteriza.
Território	Produto da territorialidade e espaço político e campo de ação do poder.	Produto da territorialidade.	Espaço com valor onde ocorre a mediação espacial do poder.
Relação definidora	Relações de poder e comunicação.	Relações sociais voltadas para o controle da área e comunicação.	Relações de poder e identitárias (são múltiplas e em distintas escalas).
Dimensões <i>a priori</i>	Geopolítica.	Economia e política (num segundo momento, cultura).	Economia, política e cultura.
Sujeitos	São contingentes e representam o espaço.	Ativos e determinantes das relações sociais.	Apropriam-se do espaço e da natureza, produzindo o território.
Caráter	Material e imaterial.	Predominantemente material.	Predominantemente imaterial.
Uso	Lugar onde se manifestam as relações de poder.	Lugar de vivência e de especificidades.	Lugar de manifestação da identidade.
Problemática T-D-R	Ausente	Ausente	Produção do espaço envolve sempre D-R; T= apropriação do espaço em âmbito local; D=desintegração do espaço em âmbito global; R= nova apropriação do espaço;
Manifestação	Material e simbólica.	Material e simbólica (via informação).	Primeiramente simbólica, depois material.

Quadro 1: Resumo das considerações teóricas sobre o conceito de território.

O contexto no qual se insere o território é o dos fluxos comunicacionais e alta mobilidade, proporcionados pelas transformações oriundas do processo de globalização. A contemporaneidade, firmada pela dinâmica flexível do capital, dos transportes e das redes lógicas, é caracterizada basicamente pela intensificação do contato entre nações, grupos sociais e indivíduos, fator que permite que se tenha conhecimento sobre realidades outras além dos limites fisicamente conhecidos do espaço. Sabe-se de acontecimentos localizados além do ambiente de percepção imediata, sujeitos a outra lógica temporal; conhece-se costumes e culturas de grupos localizados em espaços diametralmente opostos no planeta; há relativização de tempo e espaço no mundo que atualmente se encontra numa situação de complexidade ímpar e nunca

dantes vivenciada - situação esta que facilita a influência mútua acarretada pelas distintas especificidades culturais.

O território é o espaço físico prenhe de significados que abriga especificidades (materiais e imateriais) para um determinado grupo social. Depende não somente dos sujeitos para existir, mas também de estratégias que o visibilizem (local e globalmente). O território é o espaço de valor imprescindível para a alocação das relações de poder e práticas cotidianas que o definem. Essas relações de poder materializam-se através da população, do território como espaço e dos recursos disponíveis.

O espaço cotidiano é constantemente redimensionado: amplia-se no momento em que os indivíduos transitam pelas inúmeras redes existentes (desterritorializa-se); reduz-se quando, por escolha, seleciona uma opção dentre inúmeras outras (reterritorializa-se). Contudo, o espaço ainda é necessário para abrigar a vivência humana, fato comprovado pela constante reiteração (individual/coletiva) da importância de seu *locus* previamente escolhido (territorialização). O cosmopolitismo, o desenraizamento espacial somente existe e toma forma porque há ação diametralmente oposta/complementar: a localização.

Os sujeitos imersos nessa realidade repleta de incertezas e ambivalências existenciais buscam elementos que transformem o lugar elegido como seu *locus* num espaço que o qualifique e diferencie em relação à alteridade. Assim, os indivíduos territorializam-se para identificarem-se e ter seu espaço garantido no mundo. Além do processo de identificação incluso no processo de territorialização, pode-se verificar claramente a ideia de delimitação geográfica, que localiza espacialmente a existência do grupo social. Há, portanto, uma relação implícita de complementaridade entre território e identidade bem como entre territorialidade e identificação. A identidade é intrínseca ao território.

São justamente os aspectos imateriais, conjuntamente aos elementos materiais do território que permitem haver a diferenciação entre os grupos sociais, a qual pode ser expressa pelas características intrínsecas a esses grupos, externadas através das relações de poder territorializadas num determinado espaço e tempo. As relações de poder, por sua vez, tornam-se visíveis de duas formas distintas mas complementares: através do discurso e das ações não discursivas (práticas cotidianas).

Exposto o viés pelo qual o território é abordado, torna-se imprescindível incluir outra variável na equação: a problemática identitária e sua relação com o território.

1.3 O reflorescimento identitário

Antes de se adentrar na seara das relações identitárias, é preciso esclarecer a tomada de rumo, visto que o conceito de identidade pode ser compreendido por diferentes ângulos dentro das Ciências Sociais. O presente estudo compreende o processo identitário como reflexo de relações entre indivíduos, grupos e instituições semelhantes ou distintos, que compartilham determinadas características, evidenciando-as através de relações sociais que tem por finalidade manifestar esses caracteres, seja pela semelhança (intrapares) ou diferença (extrapares). Ou seja, compreende-se a identidade a partir de seu caráter sociológico – referente às relações sociais e sua dinâmica de produção/reprodução do poder.

Dentre as demais abordagens existentes sobre o assunto, faz-se especial menção àquela que reconhece o processo de identificação a partir de sua relação direta com a cultura. Ao considerar a cultura tal como Jameson (1996) aponta, como o conjunto de estigmas que um grupo leva aos olhos de outro (e vice-versa); ou ainda uma substância ou um fenômeno por direito próprio, uma miragem objetiva que emerge na relação entre dois grupos, no mínimo, percebe-se que a existência dos grupos ou comunidades é reafirmada no contato com o ‘outro’. Conforme aponta Caldas (1986), a cultura seria constituída pelo complexo dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições e de outros valores subjetivos e objetivos transmitidos coletivamente e característico de uma sociedade. A cultura seria, assim, anterior à identidade, mas também condicionante da representação desta.

São os padrões culturais de determinado grupo que condicionariam as suas características identitárias, bem como a forma de visibilizá-las³². Assim, a identidade carregaria valores simbólicos da cultura, evidenciando seus traços específicos que a delimite em meio a tantas outras. É interessante notar que muitos autores oriundos dessa perspectiva culturalista vêem o conceito de identidade como dependente do sentimento de *pertencimento*, da *representação* e da *diferença*, conforme explicitado por Woodward (2007), tendo como cenário definidor desta constituição justamente as fraturas, indefinições e justaposições da atualidade.

Atenta-se para o fato de que o contexto contemporâneo atual influencia a constituição das identidades sociais, visto que as formas de mobilização e pertencimento dos indivíduos frente a suas características identitárias visam não somente a existência dentro de determinado

³² Mas não designariam qual o processo de visibilização adotado – ato relegado aos desígnios das relações sociais.

grupo, mas também para os demais, os ‘outros’ – e as semelhanças e diferenças emergem, sempre, através das relações sociais e são determinantes para a manifestação da identidade.

A crescente complexificação das relações sociais frente ao amplo contato entre as nações mostrou que a tendência neste sentido é haver o recrudescimento de conflitos³³, levando a tentativas mais intensas de demarcar contundentemente as barreiras que delineiam o pertencimento. O aumento da proximidade e a possível intensificação das relações entre grupos distintos também mostra que o indivíduo tenha de rever seu aparato de autoidentificação e o repertório de autoimagens, processo deveras complexo em se tratando das inúmeras possibilidades de identificação das quais se tem conhecimento na atualidade. Featherstone (1996), ao abordar as transformações do cenário sócio-cultural globalizado aponta que a mundialização não produz novas variedades de cosmopolitismo, mas desencadeia uma série de reações contrárias (que designou como desglobalização), voltadas para o recrudescimento dos localismos, regionalismos e nacionalismos.

Se a globalização diz respeito a um processo que encurta os espaços e torna os indivíduos conscientes dessas mudanças, em nível cultural as transformações apontam para o ressurgimento dos localismos. Nesta perspectiva, as mudanças que vem ocorrendo no mundo devido ao processo de globalização provocam reações responsáveis por fazer o indivíduo voltar-se para a particularidade, seu espaço conhecido e vivenciado, repleto de significados e lugar da memória (FEATHERSTONE, 1996). Houve aumento da importância da proximidade geográfica, das afinidades de pertencimento às comunidades locais na mesma proporção que houve intensificação do contato entre as nações. São indissociáveis, portanto, os processos de globalização e localização. Em meio às inúmeras possibilidades de estar em locais diferentes, em contato com outras culturas, há o inverso do processo: a busca pelo local. Neste sentido o *estar* identifica-se com o cosmopolitismo; o *ser*, com as referencialidades locais. O indivíduo encontra-se, assim, sujeito à experiência da duplicidade: pertencer a um local e ao mesmo tempo estar exposto a uma infinidade de outras possibilidades de pertença.

A idéia de local a que Featherstone alude surge em referência à noção de um “espaço particular delimitado, com suas relações sociais baseadas em laços familiares e tempo de residência” (*Id.Ibid.*, p.11). Supõe-se que a própria identidade se ancore num local específico emocionalmente carregado e sedimentado com suficiente significado simbólico³⁴ para tornar-

³³ Canclini (2000) caracteriza o fenômeno como “choques culturais”, no qual grupos promulgadores de características específicas (cultura) autoafirmam-se através do conflito baseado em suas diferenças identitárias.

³⁴ O *âmbito simbólico* aqui aludido refere-se à cultura ou às trocas comunicacionais. São os símbolos culturais concebidos, elaborados e legados por gerações sucessivas como a linguagem verbal, os gestos e comportamentos, o vestuário, a arte, a disposição do arranjo do espaço público ou do espaço privado (RODRIGUES, 1994).

se um lugar. Entretanto, o local constitui-se também pelos conflitos, estando longe de ser considerado como comunidade integrada. O local é o sentido geográfico mais próximo do indivíduo, mas não é homogêneo. Há semelhança entre o significado de território e a concepção de local ‘delimitado’ utilizado por Featherstone, onde elementos imateriais e representativos de relações subjetivas que o compõem – evidenciadas pelo peso das relações sociais que o constituem.

Outra perspectiva interessante que considera as inúmeras transformações de âmbito identitário possibilitadas pela globalização é a da ambivalência, considerada por Bauman (2005) como a inconstante maneira de ser e de identificar-se do indivíduo no período líquido-moderno³⁵ atual. O autor expõe que a constituição mutante e transfigurada do conceito de classe, uma das principais categorias distintivas da sociedade capitalista, não mais serviria como esconderijo identitário, fato que fomentou a origem de diversas categorias que procuravam indefinidamente suas âncoras sociais. Assim, em meados dos anos 80, o Estado já parecia destituído de sua rigidez e estabilidade, sentimento que abriu caminho para o processo de globalização. Na era do Estado-nação não existiria mais uma supra-identidade que daria sentido a todas as demais. Houve uma “fragmentação acelerada da dissensão social, uma progressiva desintegração do conflito social numa multiplicidade de confrontos intergrupais, numa proliferação de campos de batalha” (BAUMAN, 2005, p.42). Uma identidade unificadora não mais existiria, cedendo espaço para grupos atomizados que combatiam entre si pela afirmação do pertencimento. Instaurado o conflito por uma afirmação da identidade de pequenos grupos, perdeu-se o ideário de “mundo melhor”, partindo-se para o princípio da defesa de causas atuais relacionadas a grupos ou categorias.

Com o início da globalização, muitos teóricos não reagiram às desigualdades econômicas (estas responsáveis pelo desenvolvimento assimétrico). A economia não era bombarde-

Este viés caracteriza a sociedade como essencialmente simbólica, sendo o simbolismo responsável por “constituir uma ordem de fenômenos (práticas e crenças) que se podem qualificar de objetivos, no sentido de que instituem entre os membros da sociedade uma autêntica comunidade. (...) o simbolismo social, sendo inseparável do processo de comunicação, varia segundo a forma e o conteúdo do processo de comunicação” (BOUDON e BOURRICAUD, 2007, p.490-491). Conforme já aludido no primeiro capítulo, esta pesquisa não enceta correlação com a abordagem simbólica das trocas sociais e seus significados, mas sim utiliza-se de compêndio análogo que aborda as trocas e relações sociais via práticas discursivas e práticas não-discursivas, segundo perspectiva de cunho foucaultiano.

³⁵ “Estamos agora passando da fase ‘sólida’ da modernidade para a fase ‘fluida’. E os ‘fluidos’ são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo. (...) não se deve esperar que as estruturas quando (se) disponíveis, durem muito tempo. (...) Autoridades hoje respeitadas amanhã serão ridicularizadas, ignoradas ou desprezadas; celebridades serão esquecidas; (...) novidades preciosas serão atiradas nos depósitos de lixo. (...) Tudo isso é como habitar um universo desenhado por Escher, onde ninguém, em lugar algum, pode apontar a diferença entre um caminho ascendente e um declive acentuado” (p. 57-58). Eis a concepção do autor acerca da *modernidade líquida* na qual está imersa a sociedade atual.

ada por posicionamentos dissidentes. A guerra por justiça social, a partir destes termos, foi reduzida a um excesso de batalhas por reconhecimento. Para o autor,

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorrem, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. Em outras palavras, a idéia de “ter uma identidade” não vai ocorrer às pessoas enquanto o “pertencimento” continuar sendo o seu destino, uma condição sem alternativa. Só começarão a ter essa idéia na forma de uma tarefa a ser realizada, e realizada vezes e vezes sem conta, e não de uma só tacada. (*Id., Ibid*, p. 17)

A constituição interconectada (logística de transporte e comunicação) do globo facilitaria a condição de se ter múltiplas alternativas de pertencimento para os indivíduos. A constituição identitária do indivíduo contemporâneo oscilaria basicamente entre dois tipos de comunidade – unidade-base e definidora do processo de identificação, segundo o autor: a) comunidades de vida e destino, nas quais os membros vivem juntos numa ligação absoluta e, b) comunidades fundidas unicamente por ideias ou variedade de princípios, às quais os membros aderem por escolha consciente. O questionamento relativo ao pertencimento somente acontece quando o indivíduo é exposto ao segundo tipo, visto que existe uma infinidade de comunidades e de idéias para serem compartilhadas pelos indivíduos. Assim, “*A idéia de identidade nasceu da crise de pertencimento* e do esforço que esta desencadeou no sentido de transpor a brecha entre o ‘deve’ e o ‘é’ e erguer a realidade ao nível dos padrões estabelecidos pela idéia – recriar a realidade à semelhança da idéia (Id. p. 26) [grifos do autor]. Ou seja, pode-se considerar que a crise de pertencimento à qual constantemente se expõe o indivíduo contemporâneo é intrínseca ao meio no qual vive e fruto direto do contato estendido entre os diferentes grupos sociais. É a relação com a alteridade e com a diversidade que desencadeia o processo de crise, ao mesmo tempo que almeja equacioná-la à busca pela identificação e pertencimento. Partindo de um viés sociológico, o autor afirma que

A identidade só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, “um objetivo”; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta. (*Id.* p. 22)

Ao colocar a identidade como algo a ser produzido e a identificação como alvo de um objetivo, Bauman permite encarar o processo como sendo resultado de uma estratégia. Ora, em meio à profusão de identidades manifestadas atualmente e ao sem-número de indivíduos que anseiam por pertencer a algum grupo, a melhor estratégia construída possui mais chances de despertar o interesse. Eis um dos princípios cruciais para a presente reflexão: a produção e o uso intencional da identidade.

Produzir intencionalmente a identidade significa operá-la vislumbrando um objetivo pré-determinado. Como a ideia de comunidade, segundo o autor, é essencial para a existência do processo de identificação (em ambos os casos), deve haver acordo prévio entre os sujeitos para que haja a manifestação dessa identidade. O ideal de grupo compartilhando determinados elementos materiais e imateriais específicos pode tornar-se crucial para a manifestação da identidade territorial, por exemplo. Como se materializariam tais características? Através de elementos materiais comuns, memórias e significados partilhados pelo grupo social, responsáveis pela produção de especificidades e pelo reconhecimento das mesmas através da diferenciação em relação aos demais grupos sociais com os quais mantém contato.

Jesús Martín Barbero, ao analisar a dinâmica dos processos identitários e as mudanças na percepção da identidade frente às transformações ocasionadas pela globalização e sua economia de fluxos, argumenta que o que induz essa realidade híbrida é a profusão de referentes, causando o descentramento da sociedade e do indivíduo. O discurso da fragmentação do pertencimento, segundo ele, é rentabilizado pelo mercado: “A identidade local é assim conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo e a hibridizações que neutralizem suas classes mais conflitivas” (BARBERO, 2006, p. 61). A perspectiva aludida pelo autor é interessante porque permite visualizar o uso mercadológico de elementos identitários, ou seja, abre-se a possibilidade de encarar a existência de identidades diferenciadas a partir de uma funcionalidade de caráter econômico.

Para Castells (1999), a identidade é produzida com o intuito de lutar por interesses: sociais, políticos ou econômicos. Para o autor, “a construção social da identidade sempre ocorre em um contexto marcado por relações de poder” (*Id.*, p. 24). Sua definição de uma tipologia identitária leva a crer que a identidade, pelo fato de ser afirmada entre sujeitos, é uma forma de tensionamento do poder nas relações sociais, onde as intencionalidades geram embates que pressionam os indivíduos a manifestar suas características ou delas fazer uso em prol da autoafirmação cultural. Esse viés é interessante para o presente estudo porque demonstra que a afirmação da identidade é resultado de relações de poder que por sua vez são fruto de

intencionalidades nem sempre relacionadas somente à autoafirmação. A perspectiva, assim como aquela apontada por Bauman (2005), abre caminho para a percepção de uso racional da identidade.

O território, como produto gerado pela territorialidade, encaixa-se nesse critério e pode, assim, ser considerado como um dos elementos definidores da identidade. Fala-se, então, de identidade territorial. Wanderley (2000) afirma que o território pode ser percebido como um espaço de vida de um grupo localizado que possua uma história, dinâmica e redes de integração com o conjunto da sociedade na qual se insere, considerando-o como a inscrição espacial da memória coletiva e também como uma referência identitária para os indivíduos. Contudo, para serem evidenciadas e partilhadas, as características – intrínsecas e definidoras do território – devem ser visibilizadas de forma a serem reconhecidas como tal. A autora recorre à evidência materializada desses caracteres específicos, perceptíveis através de marcos territoriais. Os marcos sugeridos pela autora constituem-se como os traços reais e imateriais do território que qualificam a identidade territorial do grupo. Podem ser: i) lugares: rio, montanha, vale, mercado tradicional; ii) trajetos: de caça, de trabalho, defesa, lazer; iii) símbolos: lutas, heróis, criações, produção; iv) estruturas fundiárias: obras, construções, pontes, arquitetura; e, por fim, v) equipamentos coletivos: moinhos, hospitais, escolas, campos de futebol.

A identificação, como fenômeno, permite que o indivíduo tenha consciência acerca da existência do *outro* e o transforme em interlocutor do grupo ao qual pertence. Sujeitos pertencentes a outros grupos também são considerados alteridade, mas são reconhecidos como tal pelo fenômeno inverso: a diferenciação.

O palco no qual se desenrolam as relações políticas e econômicas é moldado pela globalização e pela contemporaneidade, cujo “universo não é de delimitação, mas de misturas, de celebração do cruzamento, do híbrido, do *pout-pourri*” (ANDERSON, 1999, p.110). O palco é amplo e representa o grande cadinho cultural no qual os indivíduos se relacionam via tecnologias de mediação e afirmam sua identidade. “(...) a nova forma que a vida moderna assumiu (...) diz respeito basicamente aos selecionadores involuntários/compulsivos que todos nós nos tornamos em nosso ambiente social desregulamentado, fragmentado, desconjuntado e amplamente incontrolável” (BAUMAN, 2005, p.93). Para o autor este é o contexto no qual se inserem as identidades líquido-modernas³⁶. O fracionamento, assim, tornaria o processo de identi-

³⁶ Bauman (*d. Ibid.*) vê na “fixidez” identitária um problema para o indivíduo moderno. Para ele, não estar apto a pertencer a diversas identidades é um risco muito grande para o sujeito, visto o contexto no qual se insere exige que o mesmo esteja disponível, à procura de uma identidade que o satisfaça e que talvez nunca a encontre. Mas, em relação à identidade territorial, constituiria a ancoragem identitária num determinado território um risco desta magnitude? Poderia ser considerada realmente como um risco para o indivíduo contemporâneo?

ficação e pertencimento a determinado grupo uma verdadeira batalha travada pelo sujeito, tanto internamente (âmbito psicanalítico, subjetivo) quanto externamente (âmbito das relações sociais), fazendo com que o indivíduo torne-se um ser ambivalente e à mercê do medo. Considera-se a formulação de cenário que o autor evidencia, repleto de incertezas e da oferta de inúmeras identidades, onde optar pelo pertencimento a alguma em especial refreia a possibilidade de pertencer a inúmeras outras: “em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos do que a vida toda, mas por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado” (Id., *Ibid.*, p.96). Este contexto complexo onde são travadas buscas por identificação em locais específicos, ressalta-se o papel de protagonismo desempenhado pelo território na constituição material da identidade.

Stuart Hall afirma que identidade é um conceito que opera sob rasura, e depende do discurso para existir. Nesta abordagem que leva em consideração o discurso, a identificação é uma construção nunca completa, mas algo que está sempre “em processo”³⁷. Para o autor, a contemporaneidade relegou aos sujeitos a não permanência de uma identidade fixa, essencial ou permanente, tornando-a “uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2007., p.13). O sujeito sofre inúmeras influências, tanto das identidades com as quais toma contato, quanto através das relações que circundam e direcionam sua vida, como por exemplo, relações econômicas, políticas, de poder (subordinação ou dominação). É interessante notar que estas relações se projetam da subjetividade do indivíduo para a objetividade através do discurso, ou seja, a identidade é, assim como o discurso, “produzida em locais históricos e institucionais específicos, no interior de práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas” (HALL, *Id., Ibid.*, p.109). Por este viés as identidades existem somente dentro de contextos discursivos, sendo visibilizadas através destes.

A dialética do global e local de Giddens (2002), frente às demais colocações expostas, permite inferir alguns fatos a partir do exposto em referência aos papéis da identidade e cultura na contemporaneidade. Em primeiro lugar deve-se considerar que, por mais que haja uma tendência direcionada para perceber a cultura como “globalizada” como homogênea, isto não ocorre. Houve, em contrapartida, a reprodução em potencial de qualificações e características culturais em todo o mundo, possibilitando o afloramento das culturas e identidades locais, que

³⁷ A perspectiva adotada por Stuart Hall diz respeito ao viés culturalista acima mencionado. Os Estudos Culturais britânicos constituem-se como uma abordagem importante na compreensão dos processos identitários na contemporaneidade. Partindo inicialmente do fenômeno da identificação, seus estudos buscam compreender a identidade através da análise da recepção. Não será considerado este viés na presente argumentação, contudo é interessante notar que Hall aborda a manifestação da identidade através do discurso.

sentiram necessidade de existir e proclamar sua existência frente ao outro, o diferente. Os lugares³⁸ passaram a congrega e condensar as valorações identitárias, em apoio a este “retorno às localidades”.

Em segundo lugar, os elementos identitários, assim como aqueles relacionados ao território, estão sujeitos às mesmas leis de mercado que direcionam os fluxos econômicos. Ao mesmo tempo que visibilizar as diferenças torna-se uma estratégia de existência, pode também tornar-se um meio de vender-se como mercadoria – um produto original para um mundo repleto de consumidores potenciais.

Em terceiro lugar, a mídia configura-se como o palco onde estas identidades localizadas se tornam visíveis. Tendo como pressuposto que “não há cultura sem mediação” (MATELART, 2005, p.97), e se o sujeito necessita do discurso para se fazer compreender, para existir socialmente, então é através dele que será expressa sua identidade. Além dos indivíduos, sujeitos responsáveis pela existência de características identitárias, a mídia também encampa este processo. É via discurso midiático que as expressões identitárias são reproduzidas e difundidas. É através dos programas televisivos, radiofônicos, de notícias impressas e na internet que as mais diferentes culturas tomam conhecimento das demais existentes. A mídia é, assim, a grande responsável pela mediação cultural na contemporaneidade.

O modo como as identidades são mostradas na mídia pode ter vieses distintos, dependendo do produtor da informação e de sua intencionalidade. Além disso, a ambiência midiática originada pela midiatização amplia o cenário retratado e põe em constante contato realidades culturais distintas, instigando um processo permanente de construção identitária. Conforme aludido na problemática da investigação, regiões como as delimitadas pelo recorte de pesquisa, utilizam-se do formato da informação midiática (jornalística) com o intuito de ter visibilidade, sendo esta um *meio* agenciado para atingir determinado fim, ou seja, fazem uso do formato discursivo midiático como estratégia para alcançar objetivos pré-determinados. Passa-se, então, aos desvelamentos destas relações.

³⁸ Entenda-se como lugar um “local específico e emocionalmente carregado e sedimentado com associações simbólicas”; “o lugar é simbólico no sentido de que pode ser um espaço geograficamente delimitado, sedimentado com sentimentos simbólicos” (Featherstone, 1996, p. 15, 17).

1.4 A importância da mídia

A ampliação do acesso às novas tecnologias de comunicação permitiu que diferentes enunciados fossem acessados continuamente, superando o prisma dicotômico espaço-temporal. As transformações que originaram a contemporaneidade foram as mesmas que possibilitaram a co-existência de inúmeros enunciados e diversos discursos, advindos de diferentes lugares, com diferentes intencionalidades. A territorialidade, como estratégia de delimitação e socialização de um território, origina um discurso específico; a própria identidade faz-se valer antes como discurso, da mesma forma que o desenvolvimento. A produção midiática de mensagens também origina um discurso específico e diferente dos demais. Assim, a sociedade encontra-se imersa numa constelação discursiva.

Fazer-se presente na mídia é destacar-se: integrar o discurso midiático é garantia de existência, de diferenciação em relação aos demais discursos existentes. A necessidade da existência e visibilidade midiáticas é, em parte, também fruto do processo de midiatização amplamente disseminado na sociedade, que relega às mensagens o caráter de realidade. A existência torna-se relevante quando esta é visibilizada midiaticamente.

A presente abordagem considera mídia como o “conjunto dos meios de comunicação existentes em uma área, ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação” (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p.490). Por sua vez, os meios de comunicação são descritos como “canal ou cadeia de canais que liga a fonte ao receptor; sistema onde ocorre a transmissão de mensagens” (*Id., Ibid*, p.479). São considerados como mídia impressa aqueles meios físicos dependentes da materialidade (papel, tinta) para divulgarem sua mensagem, como jornais, revistas, boletins informativos, *fliers*, *outdoors*, cartazes, *banners*; já a mídia eletrônica é composta pelos meios rádio, televisão, vídeo, cinema, CDRom, DVD e web, cujas mensagens são codificadas em ondas e sinais específicos e necessitam de decodificadores para que as informações sejam emitidas e compreendidas³⁹.

Cada meio utiliza-se de um tipo de linguagem ou código para transmitir suas mensagens. Assim, a informação divulgada por um jornal difere daquela transmitida pela televisão devido às constituições dos suportes, que definem as mensagens como homólogas, mas não idênticas. Ainda outra diferenciação é importante e diz respeito ao objetivo da mensagem

³⁹ A web também é considerada um meio multimídia, por agregar diferentes tipos de signos na constituição da mensagem. Para o presente estudo interessa o suporte impresso – meio para o qual são produzidos os textos midiáticos constituintes dos *corpora*.

transmitida: informar ou vender. Toda mensagem produzida e veiculada pela mídia tem como objetivo primevo informar o destinatário e isso caracteriza os meios de comunicação. Contudo, existem mensagens voltadas não apenas para a informação do destinatário, mas também para sua sensibilização e posterior instigação do consumo – nesses casos específicos entra-se na seara da publicidade e propaganda, ou ainda de certas estratégias de *marketing* que produzem informações com o objetivo específico e bem delimitado de vender produtos ou marcas.

É importante ter bem claro que a informação por si só também é um produto, sendo consumido como tal, entretanto, há diferenças elementares entre os objetivos das informações divulgadas pela mídia: uma publicidade vende um conceito, uma ideia, e busca instigar o desejo de consumo do produto anunciado (material); o jornalismo, por sua vez, produz informações que também são consumidas como produtos, mas por si só – seu discurso é a própria materialidade construída, divulgada e consumida. A publicidade procura vender um produto; a informação noticiosa é o produto do jornalismo.

Um meio de comunicação é o espaço para diferentes veículos midiáticos. São os meios que condicionam os formatos a partir dos quais as mensagens serão produzidas; são eles que definem as especificidades de linguagem (ou código) a serem utilizadas. Por sua vez são os veículos que delimitam o discurso a ser divulgado. Para a análise proposta foram utilizados exemplos do meio impresso, mais especificamente das mídias jornalísticas produtoras de jornais e revistas – e dentro desse universo, os veículos Caderno Quarta Colônia, jornal Diário de Santa Maria, revista *Tierra Sur*, revista *Adad* e jornal *Diario de Sevilla*. São esses os veículos nos quais são publicados textos noticiosos oriundos do modo de produção jornalístico e, por consequência, do discurso jornalístico.

A expansão das redes midiáticas ao redor do mundo reconfigurou a existência das culturas e também foi responsável pela re-estruturação das características do pertencimento. Houve, por conseguinte, um rearranjo na organização social do poder simbólico⁴⁰ (THOMPSON, 2008), cujas formas extravasaram os limites dos locais compartilhados da vida cotidiana. Esta expansão trouxe mudanças significativas tanto para a indústria da mídia como para o cotidiano dos indivíduos. A mídia teve de se adaptar a um contexto mais amplo de influências onde sua expansão transnacional permitiu a existência simultânea de informações localizadas, nacionais e internacionais. O indivíduo teve também de adaptar-se aos fluxos contínuos de

⁴⁰ Importa enfatizar que o poder simbólico (ou cultural) atribuído à mídia refere-se à capacidade que a mídia tem de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e transmissão de formas simbólicas (THOMPSON, 2008). Para o autor, os meios de comunicação têm uma dimensão simbólica irreduzível “eles se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais que são significativos para os indivíduos que os produzem e recebem” (*Id., Ibid.*, p. 19).

informações advindas de tantos lugares diferentes. As novas potencialidades dos meios de comunicação possibilitaram mudanças contínuas, forçando adaptações também no nível da produção e divulgação de mensagens.

A comunicação, enquanto conjunto dos processos que permitem a disseminação de informações em larga escala (planetária), através das diferentes redes tecnológicas, integra o plano sistêmico das estruturas de poder. Estrutura-se um novo tipo de formalização da vida social que implica outra dimensão da realidade: os espaços aproximam-se e transforma-se o conceito de tempo; o deslocamento de indivíduos e produtos é rápido; o tráfego de informações torna-se praticamente instantâneo. Este é o cenário contemporâneo possibilitado em grande parte pelo processo de globalização. Para Rodrigues (1994, p.20) “a esfera da informação é uma realidade relativa que compreende o conjunto dos acontecimentos que ocorrem no mundo e formam o nosso meio ambiente”. Esta noção atribui à mídia o papel de afiançar a existência pública dos acontecimentos através de sua ampla divulgação. A visibilidade midiática, assim, passaria a condicionar a existência real das informações.

Numa economia de fluxos intensos na qual grande importância é aferida à comunicação, não somente o advento de novas tecnologias facilita a otimização dos processos mas também instiga a determinação de outros regimes de visibilidade pública. Toda sociedade constrói seu próprio ritmo autorrepresentativo de visibilidade. De certa forma a intensidade das trocas comunicacionais possibilitadas pela inserção de novos aparatos tecnológicos no cotidiano dos indivíduos começou a ter influência direta na delimitação do agendamento⁴¹ do que é discutido no espaço público. Quer pela intensificação do acesso aos novos aparatos tecnológicos, quer pela ampla disponibilidade de informações, a lógica do tornar-se visível no espaço público sofreu alterações nas últimas décadas.

De uma sociedade caracterizada pela realização de discussões políticas no espaço público cujos motes advinham essencialmente da imprensa escrita, a “(r)evolução” atual trouxe outros assuntos, movimentando outros sujeitos sociais em novos espaços de sociabilidade onde a mídia enuncia a maioria dos temas. Assim, figurar no cenário midiático, ser notícia ou obter a visibilidade através da mídia garante a existência no espaço público – não a título de reconhecimento, mas principalmente como modo de diferenciação.

⁴¹ A Teoria do Agendamento ou *agenda-setting* postula que a compreensão que os indivíduos tem da realidade social lhes é fornecida pela mídia (WOLF, 1999), ou seja, os assuntos discutidos nos espaços de sociabilidade são, em grande parte, sugeridos pela programação dos veículos midiáticos. No caso específico de informações sobre acontecimentos, os veículos jornalísticos são os grandes determinantes não apenas dos assuntos debatidos mas também do teor valorativo a eles relacionados.

Todo esse processo é resultado da articulação institucional com as tecnologias da comunicação, o que Muniz Sodré (2011) denomina de midiatização. No espaço contemporâneo preenche de tecnologias que facilitam a interação e permitem contato ininterrupto com os fluxos comunicacionais, a lógica midiática ultrapassa as fronteiras de seu *locus* e influencia as estratégias de relacionamento entre os sujeitos, as instituições e os sujeitos e as instituições, reordenando esse complexo interacional. A mídia expande seu campo de ação e gera novas formas de sociabilidade e legitima um regime de visibilidade pública hegemônico: é notório apenas o que é disseminado pela mídia. Segundo o autor (SODRE, 2011, p.24), “implica a midiatização, por conseguinte, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo”, ou seja, instituições e sujeitos estão imersos na nova lógica de visibilidade regida pela mídia, criando um contexto específico e altamente tecnificado a partir do qual se reconhece a realidade.

A natureza da informação começa a afetar as formas de vida tradicionais dos indivíduos “cuja inclinação no sentido de configurar discursivamente o funcionamento social em função dos vetores mercadológicos e tecnológicos é caracterizada por uma prevalência da forma (...) sobre os conteúdos” (*Id., Ibid.*, p.23). Assim, o processo de comunicação é posto a serviço da lei estrutural do valor (capital), afinal, o que é visibilizado não passa de mercadoria para consumo – ofertada através de um discurso envolvente.

Interessa ter em mente que o âmbito discursivo é central para a estruturação argumentativa seguida neste estudo, principalmente no que tange ao discurso operacionalizado pela mídia via material noticioso. Sabe-se que as notícias são o primado existencial da prática jornalística, historicamente alocada e amplamente reconhecida. Passa-se a elucidar as importâncias acerca do processo de produção jornalístico, essencial para a tese.

Antes é importante elucidar algumas diferenças entre as instâncias nas quais se alocam o discurso jornalístico: a instituição e a organização. De acordo com Guerra (2003, p 79),

A instituição jornalística representa uma concepção da atividade, que molda determinados padrões do ser e fazer profissionais, os quais se consolidam pela sua relativa eficácia com o passar do tempo. A própria consolidação da instituição se dá com a consolidação desses padrões que não são apenas relacionados às tecnologias dos suportes midiáticos, mas, sobretudo, técnicos: um conjunto de procedimentos de trabalho. Tais padrões são na verdade uma tipificação de fazeres e condutas, que constituem um acervo de conhecimentos sempre tomados a mão como referência de ação, seja para o fazer seja para a conduta. Além disso, essa tipificação de fazeres e condutas tem uma dimensão interna à instituição, mas também externa. Isso significa que a partir dela se estabelece um contrato pertinente, há relações e obrigações recíprocas entre os que fazem parte da instituição, assim como estabelece um outro contrato de relacionamento entre a instituição e os demais atores sociais.

A primeira integra a dimensão normativa, enquanto a segunda é de ordem empírica. A organização é a “célula institucional” onde se manifestam as regras de conduta estipuladas pela instituição e na qual ocorrem os problemas institucionais e extrainstitucionais, além dos organizacionais e extra-organizacionais. As organizações podem ser analisadas por suas condições estruturais (aspectos macro-sociais), conjunturais (possibilidades e limites num momento) e situacionais (ocorrência pontual). As organizações jornalísticas podem se compor como conglomerados jornalísticos, agências de notícias, imprensa escrita, redes de audiovisual, além de poderem produzir periódicos (jornais e revistas) e demais produtos noticiosos dos diferentes meios.

As diferenças consideram a grande diversidade de produtos já reconhecidos no mercado e a diversidade de conglomerados existentes, demonstrando a influência das condições de produção em se tratando do emprego das competências, responsabilidades e compromissos de jornalistas e não-jornalistas que integram a organização. Dessa forma é possível saber como essas organizações cumprem as finalidades reconhecidas através da composição discursiva que visibilizam. Considera-se que as finalidades empregadas no discurso jornalístico pertencem à dimensão institucional, ou seja, daquilo que é reconhecido socialmente.

Informar é função institucionalizada da atividade jornalística, mas um produto jornalístico pode ter outras composições discursivas com diferentes funcionalidades – por exemplo as peças publicitárias, advindas de outra indústria. Há certa confusão entre o que é ou não fruto da produção jornalística, ou melhor, quais composições estão sob a égide de uma das finalidades da instituição jornalística e quais não estão.

Para elucidar a questão é importante analisar o fazer jornalístico a partir de suas competências. Quando se menciona o termo “competência específica”, busca-se referência no modo de produção exclusivo da prática jornalística, associado a uma forma peculiar de leitura da realidade. Ericson, Baranek e Chan (1987) apontam os três saberes principais da atividade jornalística, que caracterizam as competências profissionais empregadas na produção de enunciados: o saber de reconhecimento diz respeito ao ato de decidir o que é ou não noticiável; o saber de procedimento está relacionado à forma de obter os dados, ou seja, a apuração jornalística; e, por fim, o saber de narração (considerado aqui como competência discursiva) determina as lógicas enunciativas das quais o profissional lança mão na produção de seus textos (relacionada à redação e edição). Seixas (2008) atribui um quarto elemento a esse grupo: o saber de domínio, relacionado à desenvoltura e conhecimento do jornalista sobre objetos e conceitos advindos de outras áreas e que se encontram em constante diálogo com o campo jornalístico. Este saber é bastante importante porque os nichos de conhecimento também de-

limitam a atuação profissional dentro da organização, em editorias ou até mesmo em áreas especializadas – local de domínio do que hoje se convencionou denominar jornalismo especializado. O saber de domínio é colocado em prática na relação entre as diferentes formações discursivas dentro do discurso jornalístico.

Tomando como base a composição discursiva dos veículos midiáticos noticiosos, o fator preponderante que torna uma informação essencialmente jornalística e, logo, passível de ser divulgada é seu valor informativo. Para Mouillaud “a informação é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido” (*In* PORTO, 2002, p.30), ou seja, torna-se visível a informação que atende a critérios previamente estabelecidos e reconhecidos tanto pela comunidade dos indivíduos produtores das notícias quanto dos receptores. O que é visibilizado na mídia, portanto, é o que foi escolhido e produzido para este fim.

Em se tratando da produção noticiosa, existem os critérios de noticiabilidade, ou seja, valores partilhados pelos membros da comunidade jornalística que definem o que pode ou deve virar notícia. Segundo Traquina (2005, p.63)

(...) conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia (*newsworthiness*) [grifo do original].

São um aspecto fundamental na cultura profissional, sendo partilhados por toda a comunidade jornalística e constituem-se como referências que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração das notícias, além de serem responsáveis pela apresentação de um padrão nos conteúdos da mídia noticiosos. Contudo, como atributo mais importante os valores-notícia delimitam o mapa cultural do mundo social, ajudando a marcar as fronteiras entre o normal e o desvio, o legítimo e o ilegítimo, transformando as notícias num retrato do espaço público.

A seleção de informações é imanente à mídia, visto ser (até o momento) impossível divulgar tudo o que acontece no mundo. Dá-se visibilidade, portanto, a assuntos que atendem a determinados critérios. Em se tratando dos critérios de noticiabilidade, é importante ter em mente que eles agem durante todo o processo de seleção jornalística, ou seja, desde a seleção dos acontecimentos até a elaboração da notícia. Tomam-se como valores no presente estudo

aqueles apontados por Traquina (2005), divididos em dois grandes agrupamentos: os valores-notícia de seleção (subdivididos em critérios substantivos e critérios contextuais) e os valores-notícia de construção.

Os valores-notícia de seleção dizem respeito aos critérios que os jornalistas utilizam na escolha dos acontecimentos que serão transformados em notícia. Como critérios substantivos, avaliados a partir de sua importância ou interesse noticioso, tem-se: morte; notoriedade do ator principal (celebridade, hierarquia política, etc); proximidade (geográfica ou cultural da comunidade envolvida); relevância (medida em termos do impacto direto sobre a vida dos indivíduos); atualidade (mutável de acordo com a periodicidade do veículo); notabilidade (o que pode ser visto, mensurado; geralmente relacionado à quantidade de pessoas envolvidas, ao insólito, à escassez, ao excesso, à falha); inesperado (fator surpresa); controvérsia (conflito); infração (violação de normas e regras, escândalos).

Ainda dentro dos valores de seleção há os critérios contextuais, em referência ao contexto de produção das notícias. São eles: disponibilidade (acesso às informações); equilíbrio (quantidade de notícias já veiculadas sobre o assunto); visualidade (disponibilidade de elementos visuais que possam ilustrar a notícia); concorrência (exclusividade de assunto ou abordagem); dia noticioso (acontecimentos programados ou de pouca relevância).

Por sua vez, os valores de construção constituem-se como linhas-guia na apresentação do material noticioso, apontando o que deve ser destacado ou mesmo omitido. São eles: simplificação (redação inteligível e clara); amplificação (quanto maior a ampliação do acontecimento ou suas consequências, maior a probabilidade da notícia ser notada); relevância (a notícia deve ter significado para o maior número possível de pessoas); personalização (quanto maior a valorização das pessoas envolvidas no acontecimento, mais fácil a notícia será notada); dramatização (reforço dos aspectos emocionais e humanos envolvidos) e consonância (inserção do acontecimento na linha enunciativa já existente).

Atenta-se para o fato de que os valores-notícia aqui explícitos são mais ou menos universais, sendo percebida sua influência na maioria dos veículos jornalísticos existentes. Contudo, nada impede que os veículos formulem seus próprios critérios, atentando para seus objetivos e também para o público ao qual se destina o periódico.

Sobre as técnicas envolvidas na produção de notícias, Medina (2000, p.22) aponta que

A informação é o conjunto de formas, condições e atuações para fazer públicos – contínua ou periodicamente – os elementos do saber, de fatos, de acontecimentos, de especulações, de ações e projetos, tudo isso mediante uma técnica especial feita com este fim e utilizando os meios de transmissão ou comunicação social. Esta técnica especial pode ser a técnica jornalística, que necessariamente utiliza instrumentos próprios para que a informação – conseguida e formada por esta técnica – se faça pública.

Segundo estes elementos trazidos pela autora, pode-se concluir que o *fazer jornalístico* é dotado de técnicas específicas para tratar determinadas informações que, a partir de passarem por este processo terão condições serem divulgadas e se tornarem públicas. Certamente existem informações que se tornam visíveis e outras que permanecem na obscuridade. E em se tratando do discurso jornalístico, não se pode preterir o fato de que as intencionalidades dos agentes produtores da informação também são fatores importantes no momento da delimitação da pauta. As relações de força que atuam na sala de redação dos veículos jornalísticos também atuam como determinantes das notícias.

É importante compreender que nem toda informação que é produzida para se tornar notícia é divulgada pela mídia. Mesmo estando no formato noticioso, a informação passa pelos crivos editoriais do veículo jornalístico. O jornalismo é a instância responsável por adaptar as informações que tomam forma na tessitura social para formatos específicos a fim de que sejam divulgadas nos veículos jornalísticos. Estes veículos são institucionalizados e representam as informações segundo decisões editoriais, mas sempre subjugados ao fazer jornalístico, prática esta reconhecida como universal. É o jornalismo que garante que as informações se tornem notícias. Para Traquina (2005, p.169), notícia é “o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”.

As notícias, segundo princípios do jornalismo, deveriam apresentar somente as informações que se constituíssem como de interesse público, entretanto, pelo fato de serem as empresas jornalísticas que produzem as notícias, elas se tornam tal qual *produtos*, sendo vendidas. Este é um dos grandes dilemas éticos da profissão: o jornalista tem um papel social bem definido, devendo trabalhar em prol do bem comum, investigando informações de interesse público; todavia, sendo empregado de uma empresa jornalística, está à mercê das decisões empresariais. Nos dizeres de Medina (1978, p.16):

A notícia é um produto e como tal obedece às leis de mercado: é vendida regularmente (de acordo com a periodicidade do veículo), é produzida conforme o aparato ideológico da empresa que representa e segue a oferta e a procura inerentes também ao mercado da informação.

As notícias são produzidas para serem consumidas. E somente podem ser consumidas se forem visibilizadas pela mídia, via *dispositivos* midiáticos. Dispositivos são “lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem os textos” (MOUILLAUD, 2002, p. 34); são matrizes que impõem suas formas aos textos, ou seja, o conjunto de forma e conteúdo que qualificam e determinam o periódico jornal (p. ex.). Os dispositivos pertencem a lugares institucionais, mas têm relativa autonomia entre si: um lugar institucional pode ser o mesmo com dispositivos diferentes, e um dispositivo pode funcionar em diferentes lugares. As notícias inscrevem-se nos dispositivos e a partir deles são divulgadas. Nos dizeres de Rodrigues (1994, p.24), “os dispositivos da informação funcionam assim como um sistema nervoso da experiência, fazendo repercutir instantânea e automaticamente pelo tecido social o seu influxo”.

Os dispositivos midiáticos são os responsáveis pela captação, produção e veiculação de informações na mídia. São eles, portanto, que imprimem intencionalidades às mensagens que visibilizam. A visibilidade depende da amplitude de alcance dos meios de comunicação, mas a sua apropriação se dá em locais específicos.

No momento em que a globalização possibilitou a ampliação do espaço de existência das identidades, a contemporaneidade decretou a necessidade anterior da existência restrita como forma de auto-afirmação. Este movimento de vai-vém das identificações cria um novo ciclo a partir do momento em que, consciente da existência em grupo, há a necessidade de evidenciá-lo para os demais, justificando sua existência através da diferença.

Em se tratando da mídia como mediadora da visibilidade das culturas, atenta-se para o fato de que todos os produtos midiáticos atendem a padrões pré-estabelecidos que possuem uma intencionalidade na disseminação de mensagens. Assim, programas jornalísticos formulam um padrão de discurso voltado para finalidades diferentes de anúncios publicitários, por exemplo. Cada produto midiático tem uma finalidade específica e procura despertar interesse através do processo de identificação. A mídia pode delimitar como deve ser ocupada a posição de sujeito, mas os anúncios somente terão sua eficácia garantida se fornecerem imagens com as quais possa haver identificação por parte do leitor (WOODWARD 2007).

A ação da mídia permite redesenhar a idéia que se tem de mundo a partir do momento que evidencia “o outro”, isto significa que “se introduzem novos níveis de complexidade na

formulação de noções de identidade, tradição cultural, comunidade e nação” (*Id., Ibid.*, p.30). Assim, pode-se considerar que o cenário de existência das comunidades foi potencializado pela ação da mídia, que, através da veiculação de informações, difunde esta existência.

Featherstone (1995) argumenta que o consumo revalorizou a cultura em termos de seu significado simbólico para os indivíduos (*Id., Ibid.*, p. 75).

O termo sociedade de consumidores demarca uma mudança ao considerar o consumo não apenas como um mero reflexo da produção, mas como central na reprodução social. O termo sociedade de consumidores aponta não apenas para o aumento da produção e determinação de bens culturais como commodities, mas também para o fato de que a maioria das atividades culturais e práticas significativas tornam-se mediadas pelo consumo de signos e imagens. [...] A cultura da sociedade de consumidores é, portanto, tida como um vasto e flutuante complexo de signos e imagens fragmentadas, que produz um infinito jogo que destitui os significados simbólicos estabelecidos e a ordem cultural⁴². [Tradução nossa].

Ao se considerar que ter um alto valor agregado enquanto indivíduo é ter elevado capital simbólico (domínio e/ou conhecimento sobre determinadas informações), pode-se inferir que os indivíduos da sociedade de consumo voltar-se-ão com mais ênfase em busca de diferenciação via acúmulo de experiências. Ter a experiência de uma identidade, de um território, de uma forma específica de vivência pode, assim, ser o diferencial que determina o indivíduo enquanto mercadoria consumível. É o que se verifica, num primeiro momento, na oferta de informações presentes nos periódicos que serão objeto de análise da presente pesquisa.

Tendo por base o pressuposto que a visibilidade midiática pode ser uma maneira das comunidades em questão existirem no contexto global⁴³, esta existência pode ser parte de uma estratégia voltada para outras finalidades além de informar, como por exemplo, buscar o desenvolvimento de um certo território. Em se tratando de comunidades que tem algo especial para oferecer como objeto de desejo, o discurso midiático pode auxiliar a partir do momento que aglutina a visibilidade à possibilidade de consumo.

⁴² “The term *consumer society* market a shift from considering consumption as a mere reflex of production, to conceiving consumption as central to social reproduction. The term *consumer culture* points not only to the increasing production and salience of cultural goods as commodities, but also to the way in which the majority of cultural activities and signifying practices become mediated through consumption of signs and images. The culture of the consumer society is therefore held to be a vast floating complex of fragmentary signs and images, which produces an endless sign-play which destabilize long-held symbolic meanings and cultural order”.

⁴³ Empiricamente verificou-se que a existência midiática constitui-se como tática para tornar-se visível, sendo o objetivo real fazer uso das características identitárias territorializadas em função do desenvolvimento dos espaços. Esse fator foi comprovado de antemão e se insere como pressuposto da tese porque os periódicos produzidos pelo Condesus, Adad e ARA são exemplos de materiais oriundos de assessoria de imprensa, ou seja, tem objetivo-outro além de meramente informar. Uma assessoria de comunicação situa-se entre o *ethos* jornalístico (produção noticiosa) e o *marketing* (evidência da marca).

Os periódicos produzidos com o intuito de visibilizar determinadas identidades territoriais em questão são produzidos de acordo com as regras jornalísticas de tratamento da informação com vistas a dotar de credibilidade o produto final, mas, entretanto, por serem frutos de instituições que visam objetivos outros além da informação, pode-se considerar que seus discursos são *simulacros*⁴⁴ do discurso jornalístico. Geralmente estes dispositivos são constituídos essencialmente por matérias ineditoriais⁴⁵ que oferecem algum bem simbólico aglutinado à informação.

A importância de tornar-se notícia atualmente reside no fato de “(...) termos hoje à nossa disposição a instituição midiática faz com que aquilo que não seja objeto da sua intervenção mediadora não tenha existência socialmente reconhecida” (RODRIGUES, 1994, p 227). Ou seja, a mídia faz com que os acontecimentos tenham existência social e pública.

No contexto de múltiplas existências ofertadas pela transnacionalização dos meios de comunicação, a visibilidade midiática é decisiva na disputa pela atenção dos indivíduos. A existência dos periódicos acima referidos fazem jus a essa lógica: o agenciamento de um dispositivo de comunicação põe as identidades territoriais da Quarta Colônia e de Aljarafe-Doñana no círculo de existência midiática, tornando-as passíveis de despertarem a atenção, potencializando seus índices de escolha e consumo por parte da audiência. O tornar-se notícia propicia às comunidades em questão afirmarem sua identidade como o diferente e, ainda, ofertarem produtos (materiais ou imateriais) únicos, inerentes a seus territórios específicos.

A maneira como as informações referentes à identidade territorial são utilizadas no contexto das notícias também é um ponto importante, porque demonstra quais os critérios jornalísticos (e se existem) dos quais lançam mão no seu enquadramento noticioso. Sabe-se, de antemão, que a utilização de elementos enunciativos em referência às características identitárias pode ser uma tática colocada em prática pelos produtores dos periódicos analisados. Contudo, é o teor dessas características que irá determinar qual o conceito de identidade territorial e qual seu papel como constituinte do processo de visibilidade.

Com base no exposto pode-se concluir que o discurso midiático é consumido como produto. Este consumo sensibiliza os indivíduos acerca do discurso endossado em relação ao que seja e como se manifesta elementos de identidade territorial. Esta sensibilização pode ter desdobramentos objetivos: levar o indivíduo a consumir algo relacionado à informação visibi-

⁴⁴ Propõe-se o uso da palavra simulacro como algo que está no lugar de, que pretende ser ou significar algo que não é.

⁴⁵ Matéria ineditorial não é de responsabilidade da empresa jornalística, mas sim de terceiros. Sua publicação ou veiculação encartada num outro periódico é paga. Geralmente funciona como peça de divulgação, com fins políticos ou comerciais (RABAÇA e BARBOSA, op. cit).

lizada e também influenciá-lo a adotar determinados discursos como seus. Este jogo torna a mídia essencialmente atrativa, posto que o discurso midiático torna-se um meio para atingir o fim (ser consumido enquanto informação e como produto também). Entretanto, o consumo de identidade como informação é apenas um meio direcionado a uma finalidade bem específica. O objetivo seria promover o desenvolvimento.

Em segundo lugar, pode-se inferir que a multiplicidade de culturas, ao permitir que houvesse um retorno à localidade, possibilitou que a mídia se tornasse espaço de disputa para a visibilidade das identidades e culturas territoriais. A visibilidade midiática, assim, torna-se a forma mais eficaz de garantir a existência/visibilidade global de territórios e comunidades locais, que ao se constituírem enquanto produto de consumo, despertam a atenção dos consumidores, os quais buscam, a seu tempo, diferenciar-se pelo consumo do *diferente*.

CAPÍTULO II

OS SINAIS DO DESENVOLVIMENTO

É interessante notar que, assim como à identidade, ao desenvolvimento também é atribuída uma noção que vem sendo repensada nas últimas décadas. Aliando-o a diferentes contextos: do ambiental, passando pelo social, até o cultural. As novas formas de acumulação de capital propiciadas pelo processo de globalização alertaram os teóricos sobre as problemáticas criadas pela fórmula convencional de desenvolvimento que tinha como objetivo atingir determinados índices de certos indicadores – em sua grande maioria, econômicos. Foucault (2010) já mencionava, na década de 1960, que apenas as relações econômicas não davam conta de explicar a complexidade dos processos sociais modernos, referindo-se à abordagem economicista das interações de cunho social como reducionismo.

Os elementos a serem considerados na presente tese são aqueles que demonstram relação com o desenvolvimento territorial, a partir de estratégias elaboradas pelas associações ARA, Adad e CONDESUS, ou seja, em referência ao território nos quais se inserem. Assim, não se busca teorizar longamente acerca do desenvolvimento como estratégia e prática, mas sim tentar compreender como ele, enquanto processo, faz uso de determinadas manobras e se utiliza de certos elementos. Interessam as conexões, aproximações e os cruzamentos entre identidade territorial, mídia e desenvolvimento.

2.1 Aproximação teórica

O consenso mostrado pelos teóricos da área é de que o desenvolvimento pode ser resignificado, passando a ter outro viés de ação, mais humano e socialmente aceito, desde que considerados alguns aspectos que a ele *deveriam* ser imanentes, como: sustentabilidade, base na cultura local, nas liberdades individuais, apenas para citar alguns exemplos⁴⁶. É crucial para o entendimento das relações entre cultura e desenvolvimento que esse seja compreendido a partir daquela.

⁴⁶ Como exemplo dos estudos mais reflexivos na área, citam-se: ABRAMOVAY (2003); ESCOBAR (1995e 1996); COWEN e SHENTON (1996); SACHS (1995); SEN (2000).

Tomando por base atributos do desenvolvimento que consideram as características culturais de uma determinada região, Tucker (1996) enfatiza que considerar os aspectos culturais é basear-se nas pessoas, nos seus valores, idéias, crenças, identidade e sentimentos, sua visão de mundo e do seu lugar nele, ou seja, é enfatizar os aspectos subjetivos envolvidos no processo. Em se tratando das relações local/global, o autor considera que, tendo o desenvolvimento a base cultural garantida, o local deveria prevalecer, visto que as pessoas têm vivência localizada, não atuando incisivamente no âmbito global.

Seguindo este mesmo viés, Pieterse (1995, p. 189) enfatiza que “o desenvolvimento é intrinsecamente uma transação intercultural”, o que suporia a existência de uma relação entre os dois elementos. Partindo da colocação do autor pode-se concluir que, se a cultura for assegurada enquanto base do desenvolvimento, então este se assenta sobre a diferença, visto a ampla gama de ‘culturas’ existentes no mundo na atualidade. Dentro desta mesma lógica, pode-se considerar o desenvolvimento como tendo ação localizada, visto que a cultura somente pode efetivamente existir quando é reproduzida por pessoas; logo, processo de desenvolvimento eficaz seria aquele que partisse das especificidades de cada cultura, através da ênfase destas enquanto diferencial. Como colocá-lo em prática? O mesmo autor é enfático ao responder à questão: empoderando os indivíduos a partir do contexto no qual estão inseridos.

Para o autor, empoderar os indivíduos seria torná-los conscientes das relações de poder às quais estão submetidos (e com as quais interagem) no local em que vivem. Em se tratando de comunidades específicas, o empoderamento poderia ser considerado, a partir de um viés pragmático, como o reconhecimento de necessidades e potencialidades, além do poder decisório sobre qual rumo tomar em relação a estratégias de desenvolvimento. O empoderamento é verificado quando e onde há conhecimento⁴⁷ acerca dos objetivos a serem atingidos e das ferramentas que devem ser empregadas para alcançá-los.

Escobar (1996) afirma que o desenvolvimento é fruto de um discurso sustentado por países abastados que tem interesse que suas regras de compreensão do mundo sejam reprodu-

⁴⁷ Diversos estudos realizados por pesquisadores em referência ao tema demonstram que nem sempre as comunidades ou grupos estão cientes acerca do significado de desenvolvimento e apenas seguem as orientações que lhes são fornecidas pelos ‘agentes de desenvolvimento’. O viés problematizado por Pieterse demonstra que o desenvolvimento a partir da contextualização local e dependente dos indivíduos pode ser menos invasivo e mais eficiente. Por ser uma grandeza difícil de se ‘medir’, a presente pesquisa propõe-se a problematizar o empoderamento tendo em vista a construção dos lugares de fala dos sujeitos envolvidos nas estratégias de desenvolvimento nas duas regiões alvo da investigação. Tendo em mãos os periódicos produzidos com o intuito de atingir a visibilidade midiática poder-se-à inferir, através do discurso, quais são os reais agentes do desenvolvimento e quais seus objetivos, além de determinar se há, de fato, empoderamento dos atores locais. Percebe-se, assim, que questões relacionadas ao empoderamento serão visualizadas a partir da pesquisa de campo a ser realizada (entrevistas com as associações para o desenvolvimento dos territórios), entretanto, por ser item secundário na investigação, terá, a seu tempo, suas reflexões.

zidas⁴⁸. Como quebrar a hegemonia deste discurso imperialista? Resignificando a palavra desenvolvimento, agregando a ela outro escopo além do econômico. Muitas tentativas estão sendo feitas no sentido de ressignificar o desenvolvimento, principalmente na atual conjuntura de complexidade em que se encontram embrenhadas as nações.

A partir do mesmo viés que considera o desenvolvimento enquanto fruto da discursividade das grandes potências ocidentais, Crush (1996) argumenta que a definição desse termo, por si só, é impositiva e repete *ad infinitum* o discurso intervencionista que representa. Por ser uma palavra carregada de significação em diferentes áreas, o termo “desenvolvimento” é complexo demais para ser definido de forma simples e traz consigo, obrigatoriamente, a aura de poder e o discurso da transformação inerente ao processo. Falar de práticas desenvolvimentistas, para o autor, é circular pela linguagem da metáfora, alusão, fantasia e retórica; é habitar um espaço constituído por um discurso que, de acordo com o tempo e a necessidade de controle e poder, adapta-se, transforma-se, mas preserva seu caráter invasivo.

Dentro desta lógica, Rist (1990) parte do pressuposto de que o desenvolvimento é constituído por um conjunto de práticas “tecidas” dentro das fábricas culturais do ocidente e representam uma realidade concernente apenas a essas culturas. Partindo de considerações sobre o papel da crença na constituição dos mitos modernos, o autor considera a hipótese de que a ordem social moderna é baseada num mito, o qual assegura o consenso sobre ações, condutas, auto-realizações, verdade e falas. Entretanto, este mito não é reafirmado constantemente, permanecendo latente no imaginário⁴⁹ coletivo. Sob este aspecto, seria o mito o grande motor do desenvolvimento nos países ocidentais, visto que incita o coletivo a agir de uma forma pré-determinada para o cumprimento de certas tarefas culturalmente aceitas, que conduzem a sociedade, a seu tempo, a um objetivo compartilhado. Assim, a idéia de desenvolvimento para a cultura ocidental seria uma construção mítica, baseada em pressupostos compartilhados que direcionam o imaginário coletivo para o cumprimento de determinadas metas.

⁴⁸ Conforme a história tem demonstrado, a idéia que realmente se reproduziu até então é a apresentada pelo paradigma positivista, na qual o desenvolvimento era tido como resultado do progresso agregado ao crescimento econômico, muito pertinente, aliás, aos moldes capitalistas ocidentais.

⁴⁹ Silva (2003) refere-se ao imaginário como reservatório/patrimônio e motor/energia. Como reservatório/patrimônio o autor explica que é a faceta do imaginário como concentração das experiências, dos sentimentos, imagens, lembranças, visões de mundo que condiciona o modo como o ser humano e as coletividades vão agir, desejar, sentir, falar e criar no mundo. Enquanto motor/energia, o imaginário “é o sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas” (2003, p.10). Ou seja, esse mesmo substrato de força imaginal não apenas embasa as decisões de ação, mas também impulsiona o ser humano a ir em frente, a se mover, a deixar suas marcas no mundo.

A existência do mito, segundo o autor, pode ser percebida quando este aflora nas representações sociais do imaginário coletivo (p. ex.: anúncios publicitários), enfatizando que, culturalmente, a crença sempre prevalece sobre a realidade. Como os valores culturais são intrínsecos à sociedade que os sustenta, o mito moderno do desenvolvimento somente tem validade para a cultura que os mitificou.

Pode-se considerar a partir do exposto que o desenvolvimento enquanto conceito está sendo problematizado tendo em vista o fato de que sua prática, no decorrer da história, foi orientada desde um viés que considerava *o lugar de fala* de seus agentes delegados. Assim, houve a criação de um *discurso* bastante amplo que prevaleceu sobre a prática, padronizando-a a partir de vieses voltados para o crescimento econômico. O *discurso sobre o desenvolvimento*, portanto, é o resultado de relações de poder entre os indivíduos e também entre nações, fato comprovado inclusive pela complexa elaboração de índices que o avaliam.

Souza (1997) parte do pressuposto de que a ideia etnocêntrica, conservadora, economicista e historicista que rege o conceito de desenvolvimento deve ser ultrapassada e necessita de revisão teórica. Para o autor, os aspectos responsáveis pela mitificação do conceito são justamente aqueles visibilizados como fins (metas, objetivos) do processo, ou seja, crescimento econômico alcançado via aplicação de novas tecnologias (inovações). Propondo uma leitura a partir da proposição de uma “Teoria Aberta”, Souza (*Id. Ibid.*) afirma que o objetivo do desenvolvimento (seu conteúdo), deve ser atrelado a cada universo social particular, ou seja, ele aborda a questão pelo viés da variável plural, que depende dos indivíduos, deve ser conectado à cultura e ao espaço no qual estão inseridos. Conforme publicação anterior (SOUZA, 1996, p. 9), o autor assevera que o desenvolvimento

(..) como um processo de aprimoramento (gradativo ou, também, através de bruscas rupturas) das condições gerais do viver em sociedade, em nome de uma maior felicidade individual e coletiva o princípio mais fundamental sobre o qual pode se assentar esse processo parece ser a autonomia individual e coletiva.

Por autonomia o autor entende a auto-instituição consciente da sociedade, baseada na garantia política e na possibilidade material de igualdade na participação das tomadas de decisão. A autonomia, neste aspecto, exige considerar o plano interno (iguais chances de participação na tomada de decisões importantes para a vida social do grupo) e também o externo (legitimidade e autonomia do Outro – sendo este considerado como de fora do grupo). Assim, tendo por base o princípio da autonomia do desenvolvimento, pode-se inferir que ele está di-

retamente relacionado ao conhecimento que determinada comunidade tem de si (enquanto agentes), de suas reais necessidades (bem comum) e de como atingir suas metas (felicidade).

Conforme estipula sua “Teoria Aberta do Desenvolvimento”, Souza (1997) ainda inclui como determinante o conceito de espaço – este constituído enquanto social. Considerando-se os aspectos objetivo/intersubjetivo do espaço e a “Teoria Aberta”, é o território que congrega as condições ideais para afirmar o processo de desenvolvimento, visto que considera não somente o lugar físico, mas também o escopo subjetivo que o constrói.

Considera-se, contudo, que a proposta de Souza acima discutida inscreve-se nas considerações ideais resultantes de reflexões sobre o conceito de desenvolvimento, trabalho intelectual posto em prática, também, por diversos teóricos das áreas da Sociologia e também Economia. Para fins de reflexão teórica, será considerado como desenvolvimento os postulados da ‘Teoria Aberta’ de Souza, tendo este processo aplicação sobre o território⁵⁰. O interessante sobre a Teoria Aberta é que ela endossa a inserção dos aspectos culturais nas estratégias de desenvolvimento, delegando aos traços culturais o protagonismo no processo. Além disso, argumenta que há possibilidade de se pensar em desenvolvimento local sem no entanto ‘esgotar’ a base que o sustenta enquanto processo.

Em consonância a esta perspectiva e buscando sua aplicabilidade enquanto ‘desenvolvimento territorial’, deve-se atentar para os apontamentos feitos por Wanderley (2000) sobre território, considerando as relações rural/urbano na contemporaneidade. Neste âmbito consideram-se estas relações sob o ângulo que as percebe a partir da manutenção de suas heterogeneidades, além da constituição de identidades ligadas a seus espaços específicos. Muito se especula sobre o destino do espaço rural na contemporaneidade, como será re-definido o rural frente à inexorabilidade do processo de globalização, sendo a perspectiva mais adequada trazida à tona pela autora, que afirma que

[...] o meio rural continua sendo identificado a uma pequena aglomeração, com uma sociabilidade correspondente e onde predominam as paisagens naturais. [...] porém, o que muda, de fato, nas sociedades modernas, é que este meio rural não é mais um espaço isolado do meio urbano; ao contrário, cada vez mais ele se insere, de modo diferenciado, sem dúvida, na sociedade moderna e incorpora suas mais profundas influências (*Id., Ibid.*, p.109).

⁵⁰ Entretanto, com vistas a escrutinar o contexto das relações sociais, políticas e econômicas que regeram (regem) os processos de desenvolvimento em voga até então, deve-se considerar a influência da visão capitalista de mundo que impera no cenário global.

Segundo a autora, o espaço rural, então, constituiria um espaço singular onde o “rural se torna um ator coletivo, constituído a partir de uma referência espacial e inserido num campo ampliado de trocas sociais” (*Id., Ibid.*, p.133). O campo ampliado pode ser lido como o espaço onde as relações sociais tem lugar em meio à multiplicidade de *locus* erigidos pelas trocas informativas possibilitadas pela expansão da mídia via processo de globalização. Neste cenário o rural também torna-se ator porque assume um *locus* representativo onde, nos dizeres de Carneiro (1998, p.56) “antigas práticas assumem novos significados”.

Estes novos significados podem ser lidos como novas percepções sobre o papel desempenhado pelo rural na contemporaneidade. Ao se considerar que há um retorno ao local, o rural reconfigura-se como espaço diferente do urbano, com apelo natural, paisagem diferenciada, povoando o imaginário dos indivíduos como *local idealizado* (FROEHLICH, 2002).

Aqui se percebe a convergência entre relações sociais, memória coletiva e identidade - aspectos (inter)subjetivos a partir dos quais é manifestada a cultura de um determinado grupo. Se a determinação do território depende das relações de poder, dos aspectos culturais, então é convincente afirmar que desenvolver um território de forma autônoma é valorizar o diferencial de cada lugar em particular, atentando para sua constituição material e sócio-cultural específicas. Sendo assim, o princípio do desenvolvimento territorial residiria nos usos materiais e imateriais colocados em prática a partir da visibilização do *que é o território* pela população que nele reside.

Neste sentido o desenvolvimento se parece mais com uma atividade (inter) subjetiva do que propriamente objetiva, visto que depende mais do capital social e humano do que propriamente de condições materiais de excelência. Um exemplo pertinente neste âmbito foi a constatação feita por Froehlich e Alves (2007). Ao verificar a consolidação de uma identidade coletiva regional atrelada ao território da Quarta Colônia, os autores salientam que esta identidade se estabeleceu a partir da afirmação da cultura dos imigrantes que povoaram o local, aliado à “origem histórica etno-cultural e na pertença a um território ‘diferenciado’ (franja e biodiversidade da Mata Atlântica, belezas naturais, etc.)” (*Id., Ibid.*, p.14). A identidade territorial tomou forma a partir do momento que determinado grupo (imigrantes italianos e alemães que povoaram o local em meados do Séc. XIX) desenvolveu socialmente aquele espaço, imprimiu ali suas marcas culturais e identitárias. Na atualidade a região é visibilizada como um território *sui generis*, que busca atrair a atenção para sua especificidade.

Inserese neste viés, também, como integrante do capital cultural, a identidade de grupo e a capacidade de se auto-denominar perante a alteridade (o outro) e também a capacidade de visibilizar esta representação através de mensagens direcionadas. Se cada território possui

características peculiares, seja no seu âmbito natural, espacial, de costumes e lidas específicas, nada mais justo que tomar estas características como apoio em projetos voltados para o desenvolvimento. É perceptível, então, que em muitas situações as características culturais e identitárias atreladas a um determinado território sejam ofertadas enquanto mercadoria para os consumidores. Assim, não apenas produtos materiais, mas experiências congregam-se em mercadoria: pode ser um passeio a cavalo pelas trilhas dos antepassados que colonizaram determinado local, ou ainda tecer mantas utilizando o tear fabricado pelos primeiros habitantes de uma determinada região⁵¹.

2.2 Onde estaria o desenvolvimento?

Não se pode minimizar o fato de que é o contexto global de ampliação das concorrências, contudo, que possibilita esta gama de oferta, bem como induz a procura por este tipo de ‘produto’ específico. Partindo-se da abordagem que considera o desenvolvimento territorial tendo as relações sócio-culturais aliadas às características do território como base de apoio, como tomaria forma este processo? O cenário apontado por Harvey (2004), que mostra o encolhimento das barreiras espaciais não diminui a significância do espaço para o sistema capitalista, mas ao contrário, ao enfatizar determinadas especificidades na qualidade dos lugares, desperta a curiosidade de potenciais investidores, acarretando forte competição entre os que disputam investimentos e buscam atraí-los para os seus respectivos espaços. Neste contexto complexo, no qual a dialética do global e local mostra-se como o viés mais adequado para interpretar as nuances fragmentárias da contemporaneidade, é mister compreender a forma como as interações global-local ocorrem, principalmente em se tratando de apreender estratégias de desenvolvimento.

Brandão (2007), em ensaio no qual aponta a relação entre a constituição do espaço e seu uso racional em termos capitalistas, afirma que à medida que as barreiras espaciais diminuem, “surgem novas interdependências, vínculos mercantis e não mercantis, setoriais e territoriais, que redefinem circuitos produtivos territorializados e (re)criam novos usos das heterogeneidades espaciais pelo capital” (*Id. Ibid.*, p. 41). Ou seja, a lógica de uso capitalista do território, neste caso, apontaria para um aproveitamento mais incisivo das diferenças. O local seria

⁵¹ Esta lógica guiou as ações do CONDESUS na região da Quarta Colônia (FROEHLICH e ALVES, 2007).

o espaço centralizado dessas diferenças e comportaria ações mais incisivas voltadas para o desenvolvimento.

Ao tratar do desenvolvimento territorial, o autor afirma que para considerar o território como unidade a partir da qual as estratégias de desenvolvimento emanariam, seria necessário percebê-lo como multiescalar. Para o autor (BRANDÃO, 2007, p. 58),

Discutir estratégias territorializadas de desenvolvimento passa, do meu ponto de vista, por encontrar a escala adequada para a definição de determinado campo onde os problemas são mais bem visualizados e as decisões sobre como enfrentá-los, e em que escala, nível de governo e instância de poder, deverão ser tomadas e quais instrumentos e medidas e ações concretas públicas serão acionadas sob aquele prisma particular de observação. Neste sentido, consideramos que é imprescindível buscar construir estratégias multiescalares.

Considerar o território pelo prisma multiescalar seria lê-lo desde seus constituintes materiais que o diferenciam em relação aos demais, percebê-lo a partir de sua estrutura política e também dos atores sociais que o formam, suas relações e também seus aspectos culturais. Considerar o desenvolvimento desde o uso racional da identidade territorial também seria fazer uso dessa perspectiva multiescalar à qual alude Brandão.

Na mesma proporção que a globalização evidencia os espaços específicos, mostra os territórios a partir de suas constituições culturais, visibiliza estes lugares para empresas ou indivíduos que queiram investir em seus contextos como forma não só de incentivar o desenvolvimento desses lugares, mas também obter lucros com isso. Ademais, a este contexto é interessante notar que não são somente investidores os sujeitos atraídos, mas também consumidores⁵² os públicos atingidos por determinada mensagem ou informação. Assim, a visibilidade destes territórios, dependendo do contexto no qual se inserem, desperta a atenção de diferentes indivíduos, com diferentes expectativas, dentre as quais, consumir identidades.

Este contexto do consumo pode ser de grande valia para as estratégias de desenvolvimento territorial. Como o processo de desenvolvimento estrutura-se sobre os moldes capitalistas, não pode prescindir da lei de oferta e procura, mesmo que sejam considerados os princípios da “Teoria Aberta”. Se a proposta permitia considerar o território como *sui generis* a partir de suas especificidades sócio-culturais, nada impede que este diferencial seja ofertado na forma de um produto. Assim, as experiências específicas de um determinado território reificam-se, tornando-se produtos: um dia bordando com as *abuelas* em alguma vila de Aljarafe-

⁵² Aqui considerados não somente os indivíduos que consomem ou utilizam um produto ou serviço (RABAÇA e BARBOSA, 2001).

Doñana, ou percorrendo as trilhas dos imigrantes italianos em algum recanto da Quarta Colônia, podem ser as experiências que vão aumentar o valor agregado existencial do indivíduo que se interessa por estes contextos. Bauman refere-se a esta oferta de experiências *sui generis* como “kits identitários fornecidos pelo mercado” (2008, p. 66). Assim, o indivíduo consumidor tem à sua disposição diferentes opções de identificação para tornar-se apto a ser consumido – pode optar por uma das experiências acima; ou por ambas.

Percebe-se que as experiências, a fim de serem consumidas, devem ser ofertadas no mercado. Uma forma plausível de ofertá-las é formular uma proposta coerente, baseada numa proposta tentadora, e transmiti-la à audiência. Nesta esfera de performance a mídia é o suporte mais adequado para a tarefa. A relação entre cultura (tomando como pressuposto o caráter da identidade), território e desenvolvimento enfocada nesta reflexão inicial pode ser expressa da seguinte forma: o território, sendo moldado por relações de poder, por forte referência identitária, pela memória coletiva e também pelos significados a ele atribuídos por seus habitantes (em consonância à constituição natural), é cenário de culturas específicas. Os agentes de desenvolvimento, a seu tempo, podem mobilizar essas características específicas como forma de ancoragem e legitimação para suas ações. Tornar-se mercadoria é uma estratégia de garantir que o processo de desenvolvimento de um dado território tenha êxito, visto que o contexto social contemporâneo pode ser caracterizado também como consumista. Dessa forma, aspectos culturais podem ser representados alhures e ofertados para o consumo de indivíduos que desejam *ter a experiência daquela cultura territorial*.

Com base no exposto pode-se considerar algumas assertivas. O desenvolvimento é um discurso agenciado por indivíduos e instituições que usufruem de um certo poder perante a sociedade ou grupos nos quais se inserem. Esse discurso pode fazer uso de elementos de ordem cultural com o intuito de se legitimar perante o grupo. O desenvolvimento considera o grupo (seus sujeitos), com tomada de decisões coletivas (autonomia), baseadas no empoderamento dos sujeitos. O território constitui-se como o segmento espacial mais propício a ceder elementos específicos para as estratégias de desenvolvimento devido a suas características intrínsecas, favorecendo o uso de elementos culturais como base para o estabelecimento de ações. O desenvolvimento territorial prevê os usos materiais e imaterial colocados em prática a partir do que seja considerado o território pelo enunciador do discurso.

Antes de prosseguir na exposição teórica, contudo, é preciso expor o modo como as associações de desenvolvimento abordadas no estudo referem-se a ele e de que forma o compreendem. A fim de compreender o que é desenvolvimento para os recortes territoriais enfocados na pesquisa, é interessante entender como se estrutura a política dos programas de de-

envolvimento em nível de União Europeia e também de Brasil. Considerou-se como hierarquias superiores UE e Brasil pelo fato de representarem as instâncias mais amplas e superiores que definem, em termos políticos e institucionais, as principais metas de desenvolvimento a serem perseguidas em seus respectivos territórios. Logicamente ambos encontram-se submetidos às flutuações políticas internacionais, mas a fim de simplificar a lógica estruturante que designa o que é o desenvolvimento e como ações podem ser aplicadas, foi priorizado esse recorte.

Inicia-se a explanação pela abordagem europeia. A Comunidade Autónoma da Andaluzia tem economia fortemente baseada no setor terciário, representando 70,9% do PIB regional, enquanto que a indústria e a construção somam 23,9% e o setor primário, 5,2%⁵³. A população total da Andaluzia ultrapassa os oito milhões de habitantes, cuja maioria reside nas capitais de suas oito províncias (Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga e Sevilha). A Comunidade possui 771 municípios, dos quais superam os 100 mil habitantes apenas 12, geralmente as capitais. Em que pese esse cenário, o território andaluz é considerado predominantemente rural, com amplo número de ‘*agrociudades*’ e *pueblos* de pequeno porte.

São as planícies do interior que congregam o maior número de *pueblos* que se dedicam ao setor primário ou que retiram o seu sustento de atividades relacionadas ao espaço no qual residem – o rural. Essa constituição típica, aliada ao passado histórico e cultural da região faz do espaço andaluz um dos primeiros destinos a ser visitado dentro da Espanha, com cerca de 21,7 milhões de turistas ao ano. O cenário é pertinente para a implementação de políticas que girem em torno do desenvolvimento do espaço rural, já que é o espaço que congrega grande parte da população andaluza.

A estrutura governamental da Comunidade é autônoma desde 1980, sendo exercida por membros eleitos de forma democrática. Funciona da seguinte forma:

- o poder executivo é exercido pelo Governo da Assembleia da Andaluzia (*Junta de Andalucía*);
- o poder legislativo é exercido pelo Parlamento, que conta com 109 membros eleitos por voto a cada quatro anos;
- o poder judiciário é desempenhado pelo Superior Tribunal de Justiça Andaluz.

À Assembleia é facultada a função de coordenar administrativamente a Comunidade. Para tanto, conta com 13 departamentos (as *Consejerías*): Presidência; Governo e Justiça;

⁵³ Fonte: <<http://www.juntadeandalucia.es>>. Acesso em 25 de abril de 2012.

Fazenda e Administração Pública; Educação; Economia, Inovação e Ciência; Obras Públicas e Habitação; Emprego; Saúde; Agricultura e Pesca; Turismo, Comércio e Desporto; Igualdade e Bem-Estar Social; Cultura e Meio-Ambiente. Fora da Comunidade a *Junta* conta com um escritório em Madri e outro em Bruxelas.

A Comunidade Autónoma da Andaluzia é formada por oito províncias e 771 municípios. O município, como unidade territorial básica, é administrado pela prefeitura (*Ayuntamiento*); a província é organizada pela *Diputación*; a essas entidades históricas se unem as figuras das *Mancomunidades*, formadas por comunidades unidas através de interesses econômicos ou sociais com vistas à prestação de serviços comuns. Essas instâncias estão ligadas à *Junta*, que determina as diretrizes políticas comuns, sendo a interface andaluza com as determinações do governo comum da Espanha (Ministérios) e também da União Europeia (Políticas e Fundos Comunitários).

Além de cada setor ser responsável pela proposta de políticas a serem implementadas em nível local, regional e nacional, a UE também propõe diretrizes a serem seguidas pelos Estados-Membros. Sendo a Europa espaço onde os diversos países possuem fronteiras com altos índices populacionais, que se mesclam cultural e muitas vezes também, economicamente, vislumbrou-se a possibilidade de articular políticas comuns, sendo o desenvolvimento rural uma dessas áreas. As zonas rurais dos 27 países integrantes da UE abrigam cerca de 56% da população e representa 91% do seu território, tanto agricultura quanto extrativismo continuam a ter relevância no cenário econômico europeu. A implementação de uma política comum permite que os países desenvolvam-se a partir de diretrizes gerais, estabelecidas em conjunto e com prazos a serem cumpridos pelos países integrantes. Apesar de a política de desenvolvimento rural da UE ser uma política comum, os Estados-Membros e as regiões têm um número considerável de competências próprias. A política é financiada em parte pelo orçamento da União Europeia e em parte pelos orçamentos nacionais e regionais dos Estados-Membros.

Como a Europa pensa o desenvolvimento rural? A política da União Europeia de desenvolvimento rural está diretamente relacionada à Política Agrícola Comum (PAC) e com ela compartilha objetivos. Contudo, a compreensão de que o meio rural não é exclusivamente agrícola levou a Comissão Europeia a desenvolver estratégias voltadas para a melhoria das condições de vida da população residente nesse espaço, buscando reverter a previsão de que até 2014 cerca de 5 milhões de postos de trabalho terão desaparecido da zona rural nos países membros. As políticas de desenvolvimento rural são importantes para a manutenção da área econômica comum e à permanência do Euro como moeda única pelo fato de que metade da

Europa é atualmente considerada predominantemente rural, abrigando cerca de 20% da população⁵⁴.

A política de desenvolvimento adotada pela UE prevê que o financiamento de seus projetos através de três fundos. O primeiro fundo criado com esse objetivo foi o FEADER (Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural), em 2005, em conformidade com os objetivos e o quadro estratégico da política comunitária e visando reforçar a política de desenvolvimento rural da UE e simplificar a sua implementação. Além, existem outros dois fundos de financiamento comuns, voltados para apoiar o já existente: o FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional) e o FSE (Fundo Social Europeu). Os principais domínios de ação do FEDER são: Criação de emprego fora das atividades agrícolas (novas empresas, atividades turísticas, etc); desenvolvimento de logística informacional entre as cidades e as zonas rurais; apoio às pequenas e médias empresas nos domínios agrícola (apoio à inovação e ao desenvolvimento de novos produtos), agro-alimentar ou florestal; prevenção dos riscos nos domínios agrícola e florestal; desenvolvimento de infra-estruturas de base nas aldeias, em particular nos novos Estado-Membros.

A política de desenvolvimento rural para o período 2007-2013 deve concentrar-se em três eixos-temáticos:

- aumento da competitividade do setor agrícola e silvícola;
- melhoria do ambiente e da paisagem rural;
- promoção da qualidade de vida nas zonas rurais e da diversificação da economia rural.

Com vistas a garantir a aplicação equilibrada da política, os integrantes da UE e as regiões devem repartir o financiamento destinado aos projetos de desenvolvimento rural entre os três eixos escolhidos. Um percentual do financiamento deve ainda apoiar projetos baseados na experiência com a iniciativa Leader, que envolve projetos individuais propostos e realizados através de parcerias locais, buscando resolver problemas específicos. O programa Leader vem sendo colocado em prática desde a década de 1990, surtindo efeitos positivos em âmbito regional no recorte territorial analisado (Andaluzia) tendo inclusive uma segunda fase (Leader+)⁵⁵.

⁵⁴ Dados obtidos de <http://ec.europa.eu/regional_policy/activity/rural/index_pt.cfm.> Acesso em 20 jul.2011.

⁵⁵ O Programa Leader+ é um instrumento que aborda o espaço rural a partir de outros aspectos de ação, respeitando sua dimensão ambiental, social e cultural além da econômica, considerando-o desde o conceito de território. O Leader+ afirma a importância das comunidades locais tomarem consciência do valor dos seus territórios, da riqueza das suas identidades e da qualidade das suas paisagens e nesta perspectiva apontam para a necessidade de se criarem condições para a aquisição de competências e intervenção ativa dos sujeitos nos seus territórios.

Até 2007 cada Estado integrante (ou região) deveria planejar as estratégias de desenvolvimento rural, repartindo o financiamento entre os fundos e verificando qual competência hierárquica ficaria responsável pelas diferentes linhas de financiamento. A nova política, em voga no período 2007-2013, prevê que os planos serão nacionais e elaborados segundo as orientações estratégicas comunitárias, visando maior coerência na aplicação dos fundos e tendo em vista um objetivo comum a ser alcançado a longo prazo (Europa 2020).

A estratégia de pensar o desenvolvimento a partir de uma política comunitária desconsidera as fronteiras entre os países, permitindo conceber a ideia de região de maneira mais clara e tendo o território como unidade-base de ação. A UE, desde seus primórdios, já indicava a pertinência desse tipo de recorte para a aplicação de políticas que visavam o crescimento. Com a mudança de estratégia desde a implantação do Programa Leader, verificou-se a dimensão das diferenças culturais entre as regiões – não mais entre os países, percebendo-se aí um filão a ser explorado em termos de sua singularidade e especificidade.

A partir da valorização do patrimônio material e imaterial dos territórios europeus estruturou-se a política regional da UE, que prevê, a partir do investimento, o apoio à criação de emprego, incremento da competitividade, busca do crescimento econômico, incentivo à melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento sustentável – estando de acordo com os objetivos da estratégia Europa 2020. No período 2007-2013 o FEDER prevê o investimento de 347 milhões de euros⁵⁶ no desenvolvimento das regiões da UE.

Em se tratando da implementação de projetos de desenvolvimento, existem diferentes níveis de análise das propostas:

- as estratégias locais são propostas pelos agentes de desenvolvimento das comarcas (Grupos de Desenvolvimento Rural – no caso específico do estudo, a *Adad*), pelas *Mancomunidades*, *Ayuntamientos*, por setores da comunidade ou por empresas civis, que podem aceder aos editais de financiamento dos fundos que tenham verba para bancar projetos. Contudo, os planos propostos são gerenciados pelos GDR, que localmente tem o aval e a responsabilidade de assessorar a implementação do projeto;
- as estratégias regionais são pensadas segundo as diretrizes regionais, nacionais e comuns. As instâncias responsáveis pelo planejamento e adoção de estratégias são: Ministérios (em âmbito nacional), Assembleia (no nível regional) e Comissão Europeia (polí-

⁵⁶ Fonte: <http://ec.europa.eu/regional_policy/what/index_pt.cfm>. Acesso em 20 jul 2011.

ticas comuns e diretrizes gerais). A ARA é o ponto de assessoramento dos GDR em casos específicos de planejamento de atividades com vistas ao desenvolvimento e auxilia os grupos em suas atividades. Em alguns casos há cofinanciamento entre as instâncias, dependendo dos objetivos do marco de desenvolvimento para o período. A instância regional é de fundamental importância para a adoção de estratégias de desenvolvimento porque se desenvolve o planejamento compartilhado entre os três âmbitos. A União Europeia tem sua unidade básica de ação, até o momento, na região.

A Andaluzia, através do LiderA (estratégia Leader adaptada à realidade andaluza), estima um investimento de 516 milhões de euros via FEDER no período de 2009-2015, para a implementação de projetos de desenvolvimento nas comarcas, através das ações realizadas pelos 52 GDR. O período define um novo marco estratégico no qual determinados objetivos deverão ser alcançados. O Plano de Atuação Global (PAG) proposto em nível regional (Andaluzia) prevê o desenvolvimento de novas atividades, tendo como áreas temáticas as questões de gênero e o apoio à juventude no meio rural.

Em se tratando do desenvolvimento, o projeto NERA (Nova Estratégia Rural para a Andaluzia) expõe os pontos que devem ser priorizados na elaboração de planos de desenvolvimento para a comarca, num dado período⁵⁷. É um plano de ação coletivo elaborado em conjunto pelas 52 comarcas da Comunidade Autônoma, abrangendo estratégias em três níveis: comarcal, regional e provincial. Fazendo uso da estratégia de ação *bottom-up*⁵⁸, os cidadãos foram convidados a participar das reuniões de debate com o intuito de determinar quais ações deveriam ser privilegiadas e onde deveriam ser aplicados os investimentos advindos dos órgãos e de fomento. Os debates ocorreram durante o ano de 2006 em todos os GDR andaluzes, gerando 52 estratégias de desenvolvimento comarcais, oito a serem aplicadas nas províncias e uma regional cuja esfera de ação é a própria Andaluzia.

A importância do NERA é determinar quais as ações serão desenvolvidas no período 2007-2013 pelos GDR, pelas províncias e pela Andaluzia em suas zonas rurais. Conforme o documento esclarece, as diretrizes gerais são determinadas pelo FEADER (Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural) – braço da União Europeia cujo objetivo é promover o desenvolvimento rural sustentável. Segundo o documento especifica,

⁵⁷ Os períodos são denominados “marcos comunitários”, nos quais são priorizadas determinadas ações com vistas a alcançar os objetivos elencados nas políticas de desenvolvimento. O atual marco estratégico elaborado pela política de desenvolvimento rural estabelece como período 2007-2013. O LiderA, posto em prática a partir do financiamento do FEADER tem como marco estratégico o período 2009-2015. Já foram implementados os marcos comunitários Proder (2000-2006), Leader+ (2000-2006),

⁵⁸ A estratégia *bottom-up* (baixo-cima, do inglês) é característica das ações de desenvolvimento de enfoque participativo, nas quais os cidadãos (sujeitos sociais engajados, agentes fomentadores de ações pró-desenvolvimento) são considerados na elaboração dos planejamentos estratégicos.

O regramento FEADER expõe três eixos de atuação que favorecerão o incremento e a competitividade do setor agrícola e florestal, a proteção e o uso sustentável do meio-ambiente e a melhoria da qualidade de vida, e a diversificação da economia no meio rural europeu. E tudo isso a partir da perspectiva Leader, um enfoque territorial que põe em valor a participação cidadã, assim como sua corresponsabilidade na gestão e aplicação dos recursos públicos, e que tornou possível a dinâmica de revitalização econômica e social dos territórios rurais em toda a União Europeia. [Tradução nossa].⁵⁹

Aljarafe-Doñana, sendo um dos 52 GDR andaluzes participou da elaboração de seu próprio planejamento, visto que o plano NERA constitui-se como um “(...) documento-chave para o futuro de nossa comarca, já que recolhe as principais medidas de intervenção que precisa esse território para melhorar sua paisagem social e econômica, desde o prisma da sustentabilidade ambiental, econômica e social” [tradução nossa]⁶⁰. Partindo dos eixos-temáticos propostos pelo FEADER, as linhas de ação escolhidas para a elaboração de estratégias em conjunto com os cidadãos da comarca foram: agricultura e meio-ambiente, turismo, desenvolvimento local, participação cidadã e gênero e juventude. Todas as estratégias voltadas para o desenvolvimento consideram os três nichos delimitados pelo FEADER, sendo que o GDR Aljarafe-Doñana optou por atuar diretamente sobre cinco linhas específicas, as quais foram determinadas como sendo as necessidades do território em termos de ações voltadas para o desenvolvimento sustentável do espaço rural. É interessante notar que o plano estratégico esboçado em conjunto é aplicado a partir da proposta Leader.

Já no caso de ARA, por estar num nível de controle mais amplo no contexto hierárquico da tomada de decisões, o desenvolvimento assume outras nuances, embora siga fielmente os ditames das políticas regional e comunitária de desenvolvimento. Em entrevista, o diretor da associação afirmou que o conceito de desenvolvimento praticado pela entidade está diretamente relacionado à sustentabilidade, em suas mais diversas nuances. O recorte considerado ideal é o territorial, enfatizando as especificidades do espaço (economia, cultura, sociedade). As relações entre sustentabilidade e território ficam explicadas na fala do diretor:

⁵⁹ *El Reglamento FEADER plantea tres Ejes de actuación, que favorecerán el incremento de la competitividad del sector agrícola y forestal, la protección y uso sostenible del medioambiente y la mejora de la calidad de vida y la diversificación de la economía en el medio rural europeo. Y todo ello bajo la perspectiva Leader, un enfoque territorial que pone en valor la participación ciudadana, así como su corresponsabilidad en la gestión y aplicación de los recursos públicos, y que ha hecho posible una dinámica de revitalización económica y social de los territorios rurales en toda la Unión Europea.* (ADAD. NERA. Pilas: Adad. 2007, p.06)

⁶⁰ “(...) documento clave para el futuro de nuestra comarca, ya que recoge las principales medidas de intervención que precisa este territorio para mejorar su paisaje social y económico, desde el prisma de la sostenibilidad ambiental, económica y social”. (Id, Ibid., p.08)

Entendemos a sustentabilidade não somente como algo que busca proteger nosso patrimônio natural. A sustentabilidade se relaciona com o fato de a figura humana não seja depredadora, mas criadora. Tem que ver com o respeito às singularidades dos indivíduos e também das sociedades complexas. Essa sustentabilidade territorial é a identidade, que também é uma parte do desenvolvimento sustentável. Nós tratamos de incluir as boas práticas que possam desenvolver territórios, comarcas, pessoas, economias, sem arrasar tudo. A sustentabilidade garante que o consumidor também tenha acesso aos produtos de melhor qualidade. Optamos por buscar o desenvolvimento desde o território porque são os pequenos municípios, os grandes municípios, que fomentam a riqueza e, além disso, estimulam o crescimento. [Tradução nossa].⁶¹

A visão de ARA vai ao encontro da política de coesão regional da União Europeia. A busca pelo território e sua relação direta com o desenvolvimento acrescenta outro elemento à equação: a identidade. Considerando-se a cultura do território como elemento que caracteriza sua singularidade, é fácil perceber que a identidade também pode ser convertida num elemento a ser agenciado em estratégias de desenvolvimento. Tanto Adad quanto ARA estabelecem que “*poner valor*” às senhas identitárias é um modo de desenvolver o território.

O desenvolvimento, para as associações espanholas, portanto, depende das diretrizes aprovadas como política comum (UE), como política regional (nação e província) e que atendam, de alguma forma, às expectativas dos GDR e também dos agentes de desenvolvimento locais responsáveis pela realização das ações. A maioria dos projetos e estratégias de desenvolvimento são levados adiante porque são aprovados regionalmente (*Junta*, Ministérios) e recebem financiamento dos fundos comuns de apoio (FEADER, FEDER). Para receber apoio os projetos devem adequar-se à política de desenvolvimento regional e seus ‘marcos comunitários’, além de atender às especificações e eixos temáticos propostos pelos fundos de financiamento. Depois da adequação, resumidamente, o desenvolvimento rural na Andaluzia gira em torno dos três pontos delimitados pelo FEADER, tendo como estratégias ações voltadas para: criação de emprego e de novas empresas auto-sustentáveis no espaço rural; valorização do patrimônio natural e cultural através do turismo; proteção à natureza e desenvolvimento de técnicas de manejo sustentáveis (para o espaço natural de Doñana); e, valorização da mulher e dos jovens, viabilizando sua permanência no espaço rural através da melhoria das condições

⁶¹ *Entendemos la sostenibilidad no solo como algo que busca proteger nuestro patrimonio natural. La sostenibilidad relacionase con que la figura humana no sea depredadora sino creadora. Tiene que ver con que respetemos a las singularidades de individuos pero también de sociedades complejas. Esa sostenibilidad territorial es la identidad, que también es una parte del desarrollo sostenible. Nosotros tratamos de incluir las buenas prácticas que puedan desarrollar territorios, comarcas, personas, economías, sin arrasar con todo. La sostenibilidad garantiza que el consumidor también tenga acceso a los productos de mejor calidad. Optamos por bucar el desarrollo desde el territorio porque son los pequeños municipios, los grandes municipios, que fomentan la riqueza, y además, estimulan al crecimiento.* (SAURA, I.M.G. **ARA y el desarrollo rural**: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. San Juan de Aznalfarache: Eurocei, 2010. (1h10’ registro digital).

de vida. Política e estrategicamente o desenvolvimento rural é assim definido institucionalmente tanto por Adad quanto por ARA e os itens mencionados são reproduzidos em seus discursos enquanto entidades comprometidas com os territórios que ‘representam’. O modo como o desenvolvimento é retratado nos periódicos que produzem, contudo, aponta outras nuances da mesma realidade e do mesmo discurso.

O plano estratégico Europa 2020 visa encetar outro item de coesão à política comum: a coesão territorial. Desde a década de 1980 a UE age no sentido de possibilitar e fortalecer políticas coesivas comuns entre os integrantes, como no caso da coesão econômica (através da adoção de um mercado comum e de uma moeda única) e social (livre circulação de indivíduos pelos países membros, incentivo ao desenvolvimento sustentável que resulte em melhoria da qualidade de vida da população), a partir de 2013 a coesão territorial integrará os objetivos da entidade⁶². A ideia visa: aproveitar os pontos fortes de cada território a fim de que possam contribuir de modo mais efetivo para o desenvolvimento sustentável e equilibrado de toda Europa; gerenciar conjuntamente os aspectos positivos e também negativos dos impactos causados pelo crescimento; estabelecer contato mais estreito entre os territórios, possibilitando a livre circulação com acesso a serviços públicos, transportes eficientes, redes de energia confiáveis e acesso à rede em todo o território; desenvolver a cooperação de maneira mais eficiente entre os Estados-Membros. Outra possibilidade é a política de coesão auxiliar: através da promoção de uma abordagem funcional do desenvolvimento integrado dos territórios, considerados como espaços de vida dos cidadãos; planejando políticas de base territorial através da coordenação transetorial das políticas (do local ao continental); pela promoção da cooperação entre territórios, a fim de reforçar a integração; através do reforço do conhecimento dos territórios, para orientar o respectivo desenvolvimento.

No presente estudo foi feito um recorte espacial tendo como base a produção de periódicos por associações de desenvolvimento local, exemplos contundentes da tentativa de existir ou sobressair-se no cenário midiático globalizado. São três associações distintas, distantes geograficamente e com o mesmo objetivo final: desenvolver seus respectivos territórios. Outro ponto em comum é a produção de periódicos voltados para a promoção dos projetos realizados tanto para o público interessado quanto para a audiência mais ampla.

A *Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía* (ARA) é uma entidade representativa dos 52 *Grupos de Desarrollo Rural* (GDR) que atuam em solo andaluz. Criada em 1993, sua função é gerir de forma coordenada os GDR, fazendo circular conhecimento e trocas de

⁶² Fonte: http://ec.europa.eu/regional_policy/what/cohesion/index_pt.cfm. Acesso em 20 jul. 2011.

experiências. Cada grupo congrega uma comarca (agrupamento de municípios ou *pueblos*) com objetivos comuns de desenvolvimento e fazem uso de estratégias semelhantes na produção de seus periódicos. Nos dizeres do documento que institui a associação, o enfoque das ações conjuntas de “*desde abajo hacia arriba*”, ou seja, com a participação dos diferentes níveis de agentes públicos, privados, sociais, econômicos e culturais.

Desde o início os Grupos de Desenvolvimento trataram de detectar recursos endógenos no mundo rural, não baseados exclusivamente na agricultura e pecuária e que mediante a diversificação econômica pudessem complementar a renda, além de criar e consolidar novos postos de trabalho. Ou seja, gerar riqueza no meio rural na tentativa de fixar a população no seu habitat natural . [Tradução nossa].⁶³

A associação produz trimestralmente a revista *Tierra Sur*, periódico que circula em todos os GDR e tem por objetivo visibilizar as atividades desenvolvidas pela ARA junto às entidades de fomento e também aos grupos de desenvolvimento que coordena. A associação segue os princípios qualitativos definidos pelos programas *Leader Plus* e *Proder*⁶⁴ para a Andaluzia cujas diretrizes participativas possuem alguns elementos inerentes que são reproduzidos em todos os GDR's, como por exemplo, a “recuperação da identidade rural”⁶⁵.

Cada comarca possui uma associação de desenvolvimento local que pode ser (ou não) membro da ARA. Na *Comarca de Aljarafe-Doñana* foi criada em 1997 a *Asociación para el Desarrollo de La Comarca de Aljarafe-Doñana* (Adad)⁶⁶, entidade sem fins lucrativos cujo principal objetivo é

Consolidar o desenvolvimento sustentável e equilibrado na comarca de *Aljarafe-Doñana*, atribuindo valor a seus recursos endógenos (naturais, sociais, culturais e humanos) e apostando na diversificação e dinamização da malha produtiva, que está sendo traduzida, na prática, no apoio direto aos empresários e organizações civis, entre outras ações. [Tradução nossa].⁶⁷

⁶³ “*Desde un principio, los Grupos de Desarrollo han tratado de detectar recursos endógenos en el mundo rural, no basados exclusivamente en la agricultura y la ganadería, y que mediante la diversificación económica pudieran complementarse rentas así como crear y consolidar nuevos puestos de trabajo. En definitiva, generar riqueza en el medio rural en un intento de fijar la población en su entorno natural*”. Fonte:

<http://www.andaluciarural.org/?SEC=que_ara> Acesso em 28/09/09. Inicialmente as entidades integrantes da ARA eram denominados de associações; em 2010 passaram a chamar-se grupos.

⁶⁴ *Leader Plus* e *Proder* são programas de desenvolvimento rural planejados em conjunto pelos países da União Européia que se voltam para as necessidades de cada região. São financiados pelos fundos comuns e determinam as diretrizes básicas a serem implementadas em cada segmento participante.

⁶⁵ Fonte: <http://www.andaluciarural.org/?SEC=que_ara> Acesso em 28/09/09.

⁶⁶ Grupo de Desarrollo Rural Aljarafe-Doñana.

⁶⁷ “*El objetivo principal de ADAD es consolidar un desarrollo sostenible y equilibrado en la comarca Aljarafe-Doñana, poniendo en valor sus recursos endógenos (naturales, sociales, culturales y humanos) y apostando por una diversificación y dinamización del tejido productivo, que se está traduciendo en la práctica en un apoyo*

Adad, assim como ARA, da qual é membro, segue as diretrizes estabelecidas pelos programas *Proder* e *Leader Plus*, direcionando suas ações para o desenvolvimento local. É interessante notar que na política sobre desenvolvimento são inseridos elementos intangíveis como os aspectos culturais, enfatizando a preocupação com a criação e fomento identitário da comarca: “(...)Adad contribui para (...) criação de uma identidade comarcal comum e a elaboração de uma cultura participativa que auxilie aos cidadãos nos nossos municípios a enfrentar os grandes desafios existentes no novo cenário global” [tradução nossa]⁶⁸. Há, portanto, uma tentativa de buscar elementos culturais comuns que possam ser introjetados e compartilhados em nível comarcal.

As ações de cooperação encetadas e apoiadas pela associação ampliam-se em nível regional, nacional e também internacional. Desde 2003 Adad coordena o grupo de cooperação *Nuevos Territorios* (Novos Territórios), juntamente a outras associações comarcais andaluzas. O projeto segue os direcionamentos do programa *Leader Plus* e tem como meta principal “(...) elaborar uma estratégia territorial comum que projete singularidades geográficas destas zonas, atribuindo valor ao seu patrimônio ambiental e cultural [tradução nossa]⁶⁹”. Torna-se claro, portanto, a visão estratégica que algumas políticas de desenvolvimento europeias tem sobre o papel da cultura, manifesta especialmente pelas especificidades identitárias e territoriais. No capítulo três será abordado o papel atribuído ao desenvolvimento neste processo. A associação edita, desde sua criação, a revista homônima *Adad*, cuja meta principal é pôr em evidência as ações desenvolvidas e atuar como vitrine das singularidades regionais da comarca.

No Brasil a estrutura é diferente. O Brasil é uma República Federativa na qual a implantação e o acompanhamento de políticas públicas federais estão sob a égide dos ministérios, secretarias especiais, autarquias, agências reguladoras e conselhos. Composto por 26 ministérios, nove secretarias diretamente ligadas ao gabinete da presidência e seis órgãos, o governo federal propõe as políticas e as diretrizes na sua aplicação em todo o território nacional. As políticas públicas federais de desenvolvimento são propostas simultaneamente por três ministérios: Desenvolvimento Agrário (MDA), Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). Como se pode perceber,

directo a los empresarios y organizaciones civiles, entre otras acciones”. Fonte: <<http://www.adad.es/quienes-somos.html>> Acesso em junho de 2009.

⁶⁸ “(...)ADAD está contribuyendo (...) a la creación de una identidad comarcal común, y a la forja de una cultura de la participación, que ayude a la ciudadanía de nuestros pueblos a afrontar los grandes retos que plantea el nuevo escenario global”. Fonte: *Id. Ibid.* Acesso em junho de 2009.

⁶⁹ “(...) elaborar una estrategia territorial común que proyecte singularidades geográficas de estas zonas, poniendo en valor su patrimonio medioambiental y cultural”. Fonte: *Id., Ibid.* Acesso em junho de 2009.

as políticas de desenvolvimento foram ‘seccionadas’ com o intuito de agir de maneira mais direta sobre os segmentos agrário (relacionado ao rural), de produção (englobando indústria, comércio exterior, comércio e serviços internos e inovação) e social (propondo políticas de assistência social).

A presente tese trata da relação existente entre território e desenvolvimento voltando-se para o espaço rural, principalmente no que diz respeito a ações de desenvolvimento territoriais rurais visibilizadas midiaticamente, sendo assim, é de interesse entender como se estruturou a proposição de políticas públicas e programas de desenvolvimento voltados para o espaço rural. O MDA, dentro de sua área de competência, é responsável pela “promoção do desenvolvimento sustentável do segmento rural constituído pelos agricultores familiares”⁷⁰. Subdividido em Secretarias e Departamento, o MDA possui ingerência sobre todas as políticas ou programas nacionais de desenvolvimento relacionados à agricultura familiar, dividindo seu escopo de ação em territórios atendidos por programas específicos. A Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT), dentre suas responsabilidades, formula, coordena e implementa a estratégia nacional de desenvolvimento territorial rural, além de coordenar, mediar e negociar sua implementação; ainda, incentiva e fomenta programas e projetos territoriais de desenvolvimento rural.

O conceito exato de território no qual se baseiam as políticas propostas pelo MDA não é muito claro, mas relaciona-se diretamente aos arranjos produtivos rurais (agrícolas e não-agrícolas) dos espaços onde há predominantemente agricultores familiares e beneficiários da reforma e do reordenamento agrário⁷¹. A relação entre desenvolvimento e território, conforme apresentado no sítio eletrônico do ministério, relaciona a valorização de produtos específicos e relacionados ao espaço territorial delimitado:

O desenvolvimento territorial enfatiza a melhoria da qualidade e a agregação de valor aos produtos locais, a diversificação de atividades produtivas (inclusive as não agrícolas) e a inovação tecnológica e gerencial, como estratégias para se alcançar melhorias significativas na eficiência e na competitividade sistêmica ou territorial. Pode-se destacar também o uso de tecnologias que demandem maior ocupação das pessoas em atividades produtivas, mas com atenção à qualidade de vida dos trabalhadores e aos seus direitos trabalhistas, sociais e previdenciários.⁷²

⁷⁰ Estrutura Regimental do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Art. 1º. Fonte: http://www.mda.gov.br/portal/institucional/Estrutura_do_MDA. Acesso em 13 jun. 2010.

⁷¹ Conforme pode ser verificado em legislação específica que regulamenta o funcionamento da SDT. Fonte: <http://www.mda.gov.br/portal/institucional/Secretarias>. Acesso em 13 jun. 2010.

⁷² Fonte: <http://www.mda.gov.br/portal/sdt/institucional/dinamizacaoeconomica>. Acesso em 20 jun. 2011.

Mostra-se claramente a relação entre desenvolvimento, território e arranjos produtivos rurais. A divisão do país em ‘territórios’ reflete a segmentação que tem como diretriz central as diferenças de caráter econômico entre áreas urbanas e rurais. O espaço administrativo está dividido em 164 ‘territórios rurais’ segundo a lógica do MDA. O RS possui sete territórios⁷³, todos recebem apoio dos programas de desenvolvimento do ministério. Cada território é gerenciado por um colegiado, formado paritariamente por representações da sociedade civil e do poder público.

O território Região Central é constituído por 34 municípios, dentre os quais estão os municípios da Quarta Colônia. As estratégias de desenvolvimento são formuladas por representantes em rodadas de discussões em seminários microrregionais. Cada território formula um Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável (PTDRS) que prevê quais os possíveis eixos a serem financiados pelas políticas públicas. Cada microrregião elabora suas próprias demandas, que devem ser direcionadas ao Colegiado Territorial para serem inseridas no plano do território. O mais recente PTDRS da Região Central do RS foi formulado em 2009 e delimita, para a área da Quarta Colônia. Na página seguinte, o quadro dois evidencia os eixos de investimento e suas demandas.

As diretrizes apontadas e as áreas de investimento são decididas em conjunto⁷⁴ tendo por base estudos desenvolvidos por instituições de ensino que integram o Colegiado Territorial. É interessante notar que o esquema deliberativo é descentralizado, mas deve-se pautar pelos direcionamentos dados pelo governo federal, principalmente no que tange às linhas de financiamento. O trabalho em conjunto de representantes da sociedade civil e poder público garante uma autonomia relativa às decisões, já que devem adequar-se ao plano maior de desenvolvimento rural por país.

Sobre as políticas voltadas para o desenvolvimento rural territorial um ponto merece consideração importante: a abordagem identitária. A SDT elaborou documento específico⁷⁵ definindo o que pode ser considerada a identidade territorial e como determinar o índice identitário que caracteriza cada território. No documento, o conceito de território parte da abordagem relacional entre história, geografia, biologia, organizações econômicas e políticas e religião.

⁷³ Alto Uruguai, Centro Serra, Médio Alto Uruguai, Missões, Noroeste Colonial, Região Central e Zona Sul do Estado.

⁷⁴ O CONDESUS, como órgão civil, desempenha importante papel no Colegiado Territorial da Região Central.

⁷⁵ MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL. **Identidade Territorial**. Brasília, DF, mar. 2011. Disponível em <<http://sge.mda.gov.br/sge/index.html>>. Acesso em 12 dez.2011.

Microrregião Eixos	Quarta Colônia
Desenvolvimento das cadeias produtivas regionais	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitação dos empreendedores e produtores (cooperativismo, produção, comercialização, saúde, educação, etc); - Fortalecer associações e cooperativas agrícolas familiares; - Alternativas para áreas de encosta (SAFs regionais viáveis, com apoio da pesquisa); - Organização e planejamento da produção com a agroindústria e comercialização (evitar competição interna na região); - Estruturas microrregionais de agroindustrialização e distribuição de mercadorias.
Educação para o campo	<ul style="list-style-type: none"> - Educação voltada para manter as pessoas no meio rural com renda e qualidade de vida; - Educação em turno integral com aulas regulares e práticas voltadas à vida no campo; - Ampliar e apoiar acesso a cursos de formação para pessoas do campo, jovens e adultos (UAB, Proeja, Agroecologia, UDESM, Escola de Fábrica, etc.); - Incluir cooperação e meio ambiente no currículo das escolas municipais, desde o infantil até básico/ médio; - Centro de aprendizagem (criação de oficinas para adolescentes no turno inverso de aula); - Transporte escolar para o meio rural contemplando inclusive o ensino médio.
Meio-ambiente e energia	<ul style="list-style-type: none"> - Preservação das nascentes e construção de fontes protegidas; - Conscientizar sobre o saneamento básico (campo e cidade); - Educação ambiental (projeto de recuperação matas ciliares e preservação de nascentes – aquisição de mudas e palestras); - Projeto compensação financeira para áreas de preservação; - Estudos técnicos para provar a necessidade de conservação das margens dos rios quanto a sua extensão; - Compensação aos agricultores de encosta (legislação diferenciada, créditos de carbono, ICMS ecológico); - Biocombustíveis regionalizados para uso na própria região (ex.: álcool de batata ou mandioca x óleo vegetal de soja ou girassol = biodiesel para uso nas propriedades da região); - Legislação: ampla informação sobre leis ambientais, sanitárias, fiscais, etc. e criar estruturas de apoio nos municípios ou via CONDESUS; - Criar e melhorar as cisternas; - Compensação para uso adequado do solo; - Legalização do uso da terra.
Eixos alternativos	<p>Infraestrutura básica: apoio aos municípios ou via CONDESUS em termos de máquinas e equipamentos para abrir e estruturar estradas inclusive dentro das propriedades; PRONAF Habitação e Saneamento Básico (com rebate);</p> <p>ATER: reforçar ATER na região, seja via EMATER, PM'S e Cooperativas de Prestação de Serviços;</p> <p>Saúde: equipamentos para hospitais; descentralização da saúde.</p>

Quadro 2: eixos de desenvolvimento planejados para a Quarta Colônia via Territórios Rurais.

(Fonte: (adaptado de) <http://sit.mda.gov.br/territorio.php?ac=listar_PT_DRS&territorio=®iao=&uf=RS&base=1>. Acesso em 10 maio 2012.)

A SDT considera a *identidade* uma característica do território, relacionando-a com suas origens, com os modos de ocupação do espaço e com o contexto social construído. Definida como um elemento aglutinador, a identidade territorial facilita a construção de um futuro mais solidário e interdependente, onde se reconhece e se valoriza a diversidade, a coesão de princípios, a mediação de interesses e a convergência de dinâmicas sociais, culturais e econômicas.⁷⁶

Nota-se a ênfase aos aspectos diretamente relacionados ao espaço – não muito distinto do conceito considerado para este estudo. Contudo, mais interessante é o caráter de uso atribuída à identidade territorial nas políticas públicas. No mesmo documento, cujo objetivo é apontar uma “proposta metodológica [que] visa contribuir com a identificação das diversas identidades que podem caracterizar um território rural” (*Id., Ibid.*). A proposta aponta a existência de sete fatores que podem influenciar no desenvolvimento territorial, chamados de indicadores de identidade: ambiente, agricultura familiar, economia, pobreza, etnia, colonização e política. Os aspectos considerados essenciais para o desenvolvimento territorial e que podem ser alterados pelos indicadores de identidade são: (i) delimitação territorial; (ii) gestão territorial em termos de participação de organizações; (iii) planejamento relacionado com a visão de futuro, a definição de metas e objetivos e diagnóstico das características marcantes do território; iv) a construção da história comum do território e v) a resolução de conflitos. Foram as identidades que permitiram à SDT elaborar as diversas tipologias territoriais das 164 unidades presentes no país, orientando ações voltadas para o desenvolvimento rural sustentável a partir das especificidades de cada território.

São perceptíveis as semelhanças nos modelos europeu e brasileiro, principalmente na utilização da identidade como elemento distintivo do território e que pode influenciar os rumos do desenvolvimento rural. Há, portanto, relação intrínseca entre identidade e território nas estratégias de desenvolvimento rural operacionalizadas nos dois espaços estudados. A percepção do papel sensibilizador e influente dos aspectos *sui generis* do território indica que esses elementos específicos podem ser agenciados como centrais em ações de desenvolvimento desses espaços. Passa-se à elucidação de como ocorre esse envolvimento.

⁷⁶ (*Id., Ibid.*, p.2).

CAPÍTULO III

O DISCURSO COMO ESTRATÉGIA

Por que considerar o discurso? Porque é o discurso que materializa, concretiza os conteúdos no tempo e no espaço. É o discurso o recorte do dito *objetificado*, resultado das relações de poder no campo dos saberes. O discurso permeia as relações e torna contínuas e indissociáveis práticas sociais e práticas discursivas. É a regularidade oriunda da dispersão; o resultado da força sobre a forma. Sempre produzido visando a um objetivo determinado, o discurso é a construção estratégica que permite desvelar intencionalidades, buscar os lugares de fala e as referências, interpreta realidades. Sua unidade, o enunciado, *enuncia* a diferença por princípio e é portador de inúmeras mensagens.

Desde que singularizadas as realidades de produção, os enunciados visibilizam-se em certos espaços a sua conveniência: espaço privado, lugares públicos, localizados ou mundializados. Como conjuntos, os enunciados formam discursos representativos de campos e instituições, para as quais são distintivos. Os elementos teóricos relacionados na tese constituem-se no e a partir do discurso, ou seja, sua existência materializada e palpável toma forma somente após sua expressão enunciada.

3.1 O poder e a forma do discurso

Os fundamentos que envolvem a compreensão do discurso e sua dinâmica de existência, as relações de poder que o organizam, foram trazidos da obra de Michel Foucault⁷⁷. É na obra do filósofo francês que os subsídios norteadores para a compreensão dos discursos foram encontrados e servem como base para o rol de elementos de compreensão e análise dos textos aqui propostos⁷⁸.

Para melhor depreender os conceitos foucaultianos aos quais se faz aqui referência é necessário atentar para sua obra filosófica como um todo. Num primeiro momento Michel Foucault dedicou-se à busca de explicações que situassem os conceitos referentes ao conhe-

⁷⁷ Principalmente nas especificações conceituais presentes nas seguintes produções: Foucault (1979, 2008, 2010, 2009) e suas releituras, como Machado (2009), Castro (2009), Froehlich (1994).

⁷⁸ Como será abordado adiante, no item referente aos aspectos metodológicos da pesquisa.

cimento e como este foi estruturado no decorrer da história, período delimitado como sua fase arqueológica. Na sequência, partiu para a busca de uma arquitetura dos saberes e da constituição das disciplinas, analisando como o poder permeia a estrutura social e influencia os sujeitos, caracterizado como o momento genealógico de sua teoria. Ambos podem ser compreendidos como complementares, pois o trabalho do arqueólogo pauta-se pela descrição e análise das práticas discursivas, enquanto que a tarefa do genealogista é evidenciar as práticas não-discursivas que sujeitam corpos, indivíduos, populações e mecanismos de poder no jogo da verdade. Posteriormente Foucault iniciou a elaboração de um terceiro momento metodológico, voltado para as elucubrações no âmbito da ética, mas sua obra não pôde ser finalizada.

Ler textos seguindo a visão foucaultiana é buscar as regularidades discursivas na tentativa de descobrir a proveniência dos enunciadores e dos significados, é perseguir os sujeitos do discurso e desvendar suas estratégias para manterem seu lugar de fala e legitimarem seu saber e poder sobre o assunto que pronunciam. Ler textos, assim, é analisar discursos.

Segundo a obra de Michel Foucault, a peculiaridade do discurso é sua complexidade intrínseca e a própria interpretação é seu integrante, já que não existem estruturas permanentes responsáveis pela constituição da realidade a serem transferidas para o âmbito discursivo. Não existe uma ‘verdade’ subjacente ou sentidos ocultos: os discursos expressam suas intencionalidades e para isso se utilizam de uma determinada linguagem, a qual encerra, nela mesma, a chave de seus sentidos.

De acordo com o filósofo, o discurso constitui-se como dispersão, formado por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade. Como texto, o discurso não é monolítico, mas pode ser caracterizado como “(...) um conjunto de enunciados que tem seus princípios de regularidade em uma mesma formação discursiva” (FOUCAULT, 2008, p. 146). Assim, discurso seria uma família de enunciados pertencentes a uma mesma formação discursiva. O conceito de formação discursiva de Foucault baseia-se na prática discursiva a partir de um grupo de regras determinadas no tempo e no espaço, numa certa época (*Id., Ibid.*, p.53):

No caso em que se possa descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, alias, para designar semelhante dispersão, tais como “ciência”, ou “ideologia”, ou “teoria”, ou “domínio de objetividade”.

No presente estudo interessou depreender os elementos constituintes dos enunciados – unidades cuja regularidade constitui o discurso. As regularidades de uma formação discursiva são basicamente constituídas por quatro elementos: objetos, modalidades enunciativas, conceitos e estratégias, cujas regularidades “não se organizam como um edifício progressivamente dedutivo, nem como um livro sem medida que se escreveria, pouco a pouco, através do tempo, nem como a obra de um sujeito coletivo” (*Id., Ibid.*, p.52).

Os objetos são aquilo sobre o que se fala, devendo ser definidos pelas regras que permitem formá-lo. Para que se compreenda os objetos, é necessário entender: a) as condições de seu surgimento, a fim de que possam ser estabelecidas relações de semelhança, afastamento, diferença, transformação; b) essas relações são estabelecidas entre instituições, processos econômicos e sociais, formas de comportamento, sistemas de normas, técnicas, tipos de classificação, modos de caracterização; e, por fim, c) as relações discursivas estão no limite dos discursos, oferecendo-lhes objetos sobre os quais pode enunciar, determinando o feixe de relações necessário para abordá-los, analisá-los, classificá-los.

As modalidades enunciativas são a maneira como o enunciado se manifesta. O objetivo de sua compreensão elucidada os encadeamentos, as lógicas enunciativas operacionalizadas no discurso. Para tanto, Foucault considera necessário examinar o estatuto dos participantes e de suas instâncias enunciativas a partir de três agrupamentos de itens: a) *status* dos indivíduos: cargo, funções, ações que lhes são pertinentes de praticar, competências, atribuições, subordinação hierárquica, troca de informação; b) lugares institucionais de onde obtém seu discurso: objetos específicos e instrumentos de verificação; e, c) situação que pode ocupar em relação aos domínios e objetos.

Os conceitos, por sua vez, integram a base fundamental do discurso: instituem-se como um “a partir do que se fala”. Para compreendê-los é preciso examinar o arranjo do campo de enunciados em que aparecem e circulam. O arranjo inclui: a) sucessão e acomodação de séries enunciativas (como explicar, descrever, nomear), os tipos de correlação de enunciados e os esquemas retóricos segundo os quais se podem combinar; b) formas de coexistência, visíveis através do campo de presença (manifestas por relações de verificação, experimentação e validação lógica) e do campo de concomitância com outros objetos que também aparecem no discurso; e, c) procedimentos de intervenção, que podem ser legitimados e aplicados aos enunciados: técnicas de reescrita, métodos de transcrição, modos de tradução, aproximação e exatidão dos enunciados.

Enfim, as estratégias constituem-se como temas e teorias formados historicamente por determinados agrupamentos de objetos e certos tipos de enunciação. Para compreendê-las

deve-se: a) determinar os possíveis focos de difração do discurso (pontos de incompatibilidade), focos de equivalência e, por fim, focos de ligação sistemática; b) conhecer a economia da logística discursiva à qual pertence o discurso (relações de analogia, oposição ou complementaridade com demais discursos); e, c) conhecer o campo de práticas não-discursivas através do regime e dos processos de apropriação discursivo das posições possíveis do desejo em relação ao discurso.

Como definidoras do enunciado, Foucault enumera quatro características. A primeira diz respeito à relação entre enunciado e seu referencial: este, como aquilo que o enunciado enuncia, é responsável pela sua existência contedutística concreta no espaço e no tempo, ou seja, relaciona as unidades de signos que podem ser proposições ou frases com um domínio do campo de objetos.

Outra característica é a relação do sujeito com seu enunciado: o sujeito do enunciado não é a causa, origem ou ponto de partida de quaisquer articulações que originem um enunciado e sequer constitui-se como fonte das operações de significação que os enunciados manifestam na superfície discursiva. O discurso é atravessado não pela unidade do sujeito, mas sim pela sua dispersão – decorrente das várias posições possíveis de serem por ele assumidas no discurso. “Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou disse sem querer); mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito” (*Id., Ibid.*, p. 122).

A terceira característica é que um enunciado não existe isoladamente. Para tanto, o autor propõe a existência de um espaço adjacente responsável por integrá-lo a um conjunto de outros enunciados.

Por fim, a última característica expõe a condição material do enunciado, colocando-o como objeto. O enunciado pode ser repetido, ao contrário da enunciação – esta sempre inédita e irrepetível. A materialidade do enunciado está diretamente relacionada à sua ordem institucional: ele somente poderá ser repetido se estiver localizado num campo específico. Contudo, a ordem de sua repetição depende do vínculo institucional ao qual estiver limitado: em cada espaço (num folheto, num romance, num livro) o mesmo enunciado pode ter uma função enunciativa diferente, fator que pode transformá-lo num outro enunciado.

Tendo em vista os elementos constitutivos do discurso e, principalmente, do enunciado, torna-se interessante verificar outro aporte teórico de ordem foucaultiana bastante significativo para a análise: a importância do poder e sua manifestação dentro do discurso.

Em se tratando do poder, recorre-se à análise que parte do texto e o considera em sua positividade e pelos efeitos que produz. Compreendem-se os efeitos como elementos constitu-

tivos em nível de sentido e realidade, ou seja, práticas sociais e práticas discursivas como etapas contínuas e indissociáveis (FOUCAULT, 2008). Para o autor, o discurso deve ser tomado como um conjunto de estratégias que fazem parte das práticas sociais e não deve ser lido como espaço de dualidades idealistas (causa/efeito ou essência/aparência ou implícito/explicito), mas sim a partir do dito, do aparente, do visível. Admite-se a existência de intenções, valorações e interesses não explicitados, mas esses não subjazem num nível anterior, mas são alocados nas relações de poder nas quais está inserido o discurso.

Um princípio considerado é o rompimento com o conceito de representação. O autor critica celeremente a ideia de que exista um mundo superior, lugar de conceitos acima do mundo humano e palpável, que dê origem a uma noção de cultura redentora da animalidade da vida cotidiana. A representação da realidade seria, assim, um ato que desvincularia o significado do significante, pois aquele estaria confinado unicamente ao patamar das abstrações. Não havendo representação, o signo seria arauto de si mesmo, seu domínio coincide com a realidade – não existiria mais simbólico ou substitutivo do real natural.

A noção de discurso e seu rompimento com a categoria de representação permite que se possa ler o real a partir de sua positividade. O real manifesta-se no enunciado, ou seja, não há distinção entre o fato em si e sua significação. Não se sustenta, portanto, uma divisão entre uma instância material e objetiva e outra subjetiva e imaterial. Nesse sentido, o fato já seria uma interpretação, pois o ato de interpretar seria nada mais do que determinar uma direção de leitura, produzir real a partir do real. Ao abolir-se a categoria representação, percebeu-se que interpretar não é desvelar a verdade (já que não existiria uma verdade anterior, metafísica), mas sim ler a realidade a partir das relações de força - relações de poder.

Para o construto teórico-metodológico foucaultiano esses conceitos são essenciais na medida que evidenciam a presença das relações de poder no jogo dos discursos. Assim, as lutas de força definem os objetos, os fatos e aquelas são sempre mutáveis, dispersas, suspensas da tensão da emergência de uma combinação de forças. Para Foucault (2010b, p. 38) “o genealogista não se apóia em nenhum absoluto, deve ter apenas a acuidade de um olhar que distingue, reparte, dispersa, deixa operar as separações e as margens”. É o analista⁷⁹ que faz emergir as tensões que originam os discursos e os evidenciam como irrupção, emergência, acontecimento, que se expressam a partir de um “conjunto de enunciados que se apóia em um mesmo sistema de formação” (*Id.*, 2008, p.138).

⁷⁹ Considera-se nesta pesquisa como homólogos os papéis do genealogista e analista do discurso, já que ambos tem a mesma função frente ao seu objeto de interesse: desvelar as nuances das escolhas que originam os discursos.

Há uma relação intrínseca entre práticas discursivas e práticas não-discursivas, embora haja entre elas diferenças fundamentais, bem como a prevalência de uma sobre a outra. As práticas discursivas constituem enunciados e as não-discursivas, visibilidades. As primeiras dizem respeito ao campo da linguagem, ao que se fala, ao que se enuncia; é o recorte que se faz no visível, que o delimita. As práticas não-discursivas, por sua vez, dizem respeito àquilo que toma forma no campo do social e que se estabelece como algo visível, palpável. Não há relação causal entre ambas, já que uma se refere ao espaço da fala e outra ao escopo da visão, e o que se fala não se aloja no que se vê e o que se vê não se aloja no que se fala. Não há equivalência, mas determinação do enunciado sobre o visível.

Do agenciamento entre visibilidades e enunciados são formados os campos de saber: modos de ver e falar, de produzir objetos visíveis e enunciáveis que vão constituir uma gama de pensamentos e comportamentos, relações e regularidades através dos quais se organizam as possibilidades de pensar, ver e dizer característicos de determinada época. Foucault chama esse conjunto de *épistémé* “uma certa estrutura de pensamento a que não saberiam escapar os homens de uma época” (*Id.*, 2008, p 75), ou ainda como “uma fatia de história comum a todos os conhecimentos e que imporia a cada um as mesmas normas e os mesmos postulados” (*Id.*, *Ibid.*). As *épistémés* ligam-se às regularidades discursivas e a elas servem como campo de referência à própria produção discursiva; são os arcabouços de saber que estruturam as ideias e as formas adequadas do dizer, referentes a uma dada época. Devido à constituição da *épistémé* é que a análise discursiva torna-se importante, visto que permite desvelar as articulações entre o visível e o enunciável de cada época. Nesse ínterim o discurso é elemento central, pois comporta noções como a de sujeito, contexto e mensagem como expressões derivadas, produtos das regularidades discursivas historicamente agenciadas.

Essa rede de relações que forma o discurso é exterior e coincide com sua emergência. A emergência se produz em determinado estado de forças, e a análise deve mostrar seu “jogo, a maneira como lutam umas contra as outras, ou seu combate frente a circunstâncias adversas, ou ainda a tentativa que fazem – se dividindo- para escapar da degenerescência e recobrar vigor a partir do próprio enfraquecimento” (*Id.*, *Ibid.*, p.37); mais adiante situa a emergência como pura distância e não-lugar, porque os adversários não pertencem ao mesmo espaço: “ninguém é responsável por uma emergência, ninguém pode se autoglorificar por ela; ela se produz sempre no interstício” (*Id.*, *Ibid.*, p.40). Ainda, a considera como “o conjunto dos elementos de situação ou de linguagem que motivam uma formulação e lhe determinam o sentido” (*Id.*, *Ibid.*, p.42). Este conceito é especialmente caro para esta pesquisa, pois é justamente

a emergência dos enunciados sobre identidade territorial que interessa revelar através da análise do discurso.

A descrição dos enunciados pretende liberar as descontinuidades, evidenciar a dispersão do sujeito, mostrar a raridade e a diferença, trazer à tona também as lacunas e os hiatos de sua produção. Foucault (2008) determinou o campo dos acontecimentos discursivos como o conjunto delimitado das sequências linguísticas autênticas formuladas em dado momento. Quando se trata de enunciados é importante captar as regularidades que fazem emergir os significados que foram enunciados – este é o nível da análise das formações discursivas. Isso significa trabalhar com um conjunto limitado de enunciados que emergem de um determinado campo discursivo, buscando determinar os objetos produzidos, a posição do sujeito, ou seja, perscrutar a articulação de saber e poder aí estabelecida.

Partindo do enunciado como “uma modalidade própria desse conjunto de signos (...) que lhe permite estar em relação com um domínio de objetos, prescrever uma posição definida a qualquer sujeito possível, estar situado entre outras performances verbais, estar dotado enfim de uma materialidade repetível” (*Id., Ibid.*, p. 32), o autor propõe como análise a descrição dos acontecimentos discursivos onde o próprio discurso deixa de ser apenas a expressão para transformar-se num campo de regularidades, de dispersão do sujeito. Assim, interessa para o analista delimitar as forças que materializam e concretizam os conteúdos no tempo e no espaço, importa determinar os lugares a partir dos quais surgem os objetos e conceitos.

Como se expressa o poder a partir da concepção discursiva? O poder é intrínseco à linguagem, pois há o exercício pleno do poder por parte de quem nomeia e a produção de sentido é a confissão de uma vontade de poder, de um ato de força. Assim, toda palavra não é fruto do mero acaso mas sim consequência de uma vontade e afirmação de poder. Toda comunicação é um campo estratégico de exercício do poder e produção de saber. Sendo assim, a interpretação – inerente ao discurso – é uma característica da produção discursiva. Interpretar torna-se uma ação estratégica, vontade de poder inerente ao discurso; é produzir saber e exercer um poder, pois não há relação de poder sem constituição de um campo de saber e vice-versa. O saber é produzido pela prática discursiva e ao mesmo tempo lhe serve de referência e fundamento. O saber é “aquilo de que se pode falar em uma prática discursiva; a posição que o sujeito toma para falar dos objetos de que se ocupa seu discurso; o campo de coordenação e subordinação dos enunciados; possibilidades de utilização e apropriação oferecidas pelo discurso” (*Id., Ibid.*, p. 87).

Foucault (2010a), em seu célebre estudo sobre a história da sexualidade, demonstra habilmente a aplicabilidade prática dos conceitos de poder na determinação do saber sobre o

sexo no decorrer do tempo. Aponta diferenciações inatas entre as formas de poder. Resumidamente, o autor considera o Poder como sendo aquele exercido pelo Estado, o conjunto de instituições e aparelhos garantidores da sujeição dos cidadãos numa dada estrutura. Esse tipo de Poder representa as formas terminais do exercício do poder e envolve dominação de um elemento sobre outro e cujos efeitos são percebidos e atravessam o corpo social por inteiro. O Poder é facilmente identificável, pois é visível e maciço; já o poder – essa força maleável e nem sempre claramente perceptível, mas influente por princípio de existência, manifesta-se em cada comunicação entre dois polos.

Contudo, a construção elementar do autor faz-se evidente na qualificação do poder ordinário, aquele comumente percebido como multiplicidade, suporte móvel das correlações de força, disseminado e imiscuído na tessitura social. O filósofo qualifica o poder a partir de cinco pressupostos:

- 1) o poder não pode ser adquirido, tomado ou compartilhado: ele “(...) se exerce a partir de inúmeros pontos e em meio a relações desiguais e móveis” (*Op. Cit.*, p.104);
- 2) as relações de poder são imanentes a outros tipos de relações (econômicas, de conhecimento), sendo os efeitos imediatos resultantes de suas partilhas, desigualdades e desequilíbrios, ou seja, as relações de poder são produtivas;
- 3) “o poder vem de baixo” (*Id.*, 2010a., p.104), ou seja, as correlações de força que acontecem em escalas menores (família, grupos, instituições), servem como suporte para sua manifestação mais ampla (conjunto do corpo social);
- 4) as relações de poder são intencionais e não subjetivas; são exercidas sempre com objetivo determinado; sua racionalidade tática é serem explícitas onde são formuladas (cinismo local do poder), esboçando-se como dispositivos de conjunto ao serem propagadas, momento no qual se tornam anônimas;
- 5) onde há poder há resistência: ambos coexistem.

Assim, o discurso é o lugar onde se exercem, de modo privilegiado, temíveis poderes. Ele é espaço de fala e de exercício de posicionamentos (FOUCAULT, 2010c, p10):

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. [...] – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar.

O discurso é emblemático para as relações de poder porque sua própria estrutura define os lugares dos sujeitos, o que devem falar e como devem fazê-lo. Perscrutar o discurso é

compreender a dinâmica das formações discursivas e dos enunciados que as compõem (BRANDÃO, 2004). Como resultado de correlações de poder, é interessante notar que o discurso é reflexo dessas relações e mostra determinadas práticas concebidas a partir de certas estratégias tanto de produção como de objetivos.

Considera-se o discurso como elemento oriundo das relações de poder que reflete as intencionalidades advindas de sua produção. Ele resulta das estratégias de força empregadas para atender a determinados objetivos. Para compreendê-lo é necessário esmiuçá-lo em seus constituintes atômicos (enunciados), determinando quem são seus enunciadores e as intencionalidades através das quais se manifestam. Tal é o objetivo da análise discursiva.

Contudo, não existe um único discurso, irrevogável, irrefutável. Como resultado de relações de poder ele reflete a história dos enunciadores, e, principalmente, evidencia as estratégias enunciativas colocadas em prática em função de seus objetivos. É por isso que se tem como pressuposto que nenhum ato discursivo é inocente, aleatório ou fora de contexto.

Atualmente, devido à crescente aproximação das diferentes realidades propiciada pelo processo globalizante, aprimorou-se o contato entre os indivíduos. Cada instituição, indivíduo, grupo, empresa ou organismo tem suas próprias estratégias discursivas que os caracterizam e os diferenciam em meio à profusão de visibilidades instantâneas. O discurso em si carrega em seu cerne a precedência da visibilidade materializável. Torná-lo concreto perante larga audiência depende do agenciamento de estruturas outras capazes de amplificá-lo, levando-o além do horizonte da percepção física comum. Entram em cena os veículos midiáticos e sua larga capacidade de divulgação.

3.2 O discurso midiático

Consumir produtos midiáticos é consumir discursos. Rodrigues (2002, p.217), ao expor argumentos conceituais acerca da natureza do discurso midiático afirma que

O discurso não é uma das funções entre outras da instituição midiática; é o seu principal produto e o resultado final de seu funcionamento. A mídia produz discursos como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios. É claro que a mídia desempenha também outras funções, mas todas elas tem no discurso o seu objetivo e a sua expressão final.

Ou seja, o discurso é o elemento característico da mídia, que a qualifica e delimita sua existência, é o seu produto materializável e repetível. Uma das principais características atribuídas ao discurso midiático é o fato de se apresentar como acabado e funcionar sem intermitências ou vazios – flui de maneira constante, encadeada e coesa – fruto de seu modo de produção. Os meios de comunicação delimitam a linguagem a ser utilizada e, de certa forma, também os modos de produção, contudo, são os veículos que garantem a forma específica que determina o discurso. Mas suas fronteiras não são muito claras.

Outro elemento que define o discurso midiático e lhe confere o status de mediador é justamente a ‘falta’ de delimitação, de fronteira, em relação aos demais discursos existentes. Para Rodrigues (*Id. Ibid*), delimitar o discurso midiático é uma tarefa árdua devido à sua capacidade de circulação por todo o tipo de discursos e de infiltrar-se em outras práticas discursivas. O discurso midiático imiscui-se, faz uso de enunciados advindos de outros discursos, de outras práticas – o que também garante sua permeabilidade e compreensão em diferentes campos, tornando-o universalizado e reconhecido como tal.

Se o que caracteriza o discurso é a regularidade em meio à dispersão e aquela pode ser definida a partir de uma formação discursiva, então se pode falar em formação discursiva midiática. Os elementos inerentes à essa formação discursiva específica podem ser apontados a partir de dois vieses: sua natureza exotérica e sua natureza metafórica (RODRIGUES, 2002). Exotérica em referência ao discurso destinado a todos, indiscriminadamente; metafórica pelo fato de aglutinar ao seu próprio discurso parte da dimensão discursiva de outras formações (advindas da economia, política, ciência, etc).

A característica do discurso midiático é o fato de o âmbito da sua legitimidade não ser delimitado pelas fronteiras de um domínio restrito da experiência. Enquanto o âmbito da legitimidade dos outros tipos de discurso é limitado a um dos domínios específicos da experiência, o âmbito da legitimidade do discurso midiático é transversal ao conjunto de todos os domínios da experiência moderna. (*Id., Ibid.*, p. 220)

Em referência a esse aspecto pode-se inferir que o discurso midiático transpõe os demais discursos, fazendo uso de enunciados advindos de outras formações. Assim, a formação discursiva própria da mídia, que confere regularidade a seus enunciados e a caracteriza, é transversal (perpassa todas as demais FD’s existentes) e não linear (presença irregular das demais FD’s), originando um discurso *sui generis* e perceptivelmente relacionado ao contexto midiático, com finalidade noticiosa, publicitária, de entretenimento, etc.

Mesmo repleto de irregularidades e intencionalidades, esse discurso visibilizado pelos veículos midiáticos possui delimitações que o qualificam. Conforme aponta Charaudeau (2006) as características são: i) o discurso de informação é uma atividade de linguagem que permite que se estabeleça nas sociedades o vínculo social sem o qual não haveria reconhecimento identitário; ii) as mídias são parte interessada nessa prática social, mas de forma organizada, instituindo-se em empresa de produzir informação através do que se pode chamar de *máquina midiática*; e, por fim, iii) tais empresas acham-se em concorrência num mercado que as força a desenvolver estratégias de diferenciação para *vender* mais e melhor seu produto. A mídia constitui-se, a partir do exposto, como o suporte do ‘discurso midiático’, seu principal produto.

Em relação à natureza exotérica e metafórica do discurso midiático é interessante apontar algumas funções estratégicas de sua composição que endossam o seu significado social. Segundo Rodrigues (2002), a contemporaneidade é marcada pela autonomia das diferentes esferas da experiência, estando a sociedade arriscando dissolver-se caso não assegure a composição entre os interesses heterogêneos das diferentes instituições. Assim,

É a instituição midiática que desempenha, nas sociedades modernas, este papel estratégico de composição e de consequente cimento homogeneizador da vida coletiva. Nela vem refletir-se, como num espelho, a diversidade das funções pedagógicas, simbólicas, mobilizadoras e reparadoras das restantes instituições. (p. 224)

O papel da instituição midiática perante a sociedade vai além, portanto, da mera delimitação do que está em voga no espaço público, permeia os demais espaços de influência das outras instituições e age como aglutinador de pensamentos, obras e valores. Não cabe aqui discutir os vieses teóricos que levaram o autor a considerar a mídia como tendo uma “função especular”, contudo é imprescindível ressaltar que este aspecto gera discordância em relação ao aporte teórico seguido na pesquisa.

Ao considerar a mídia (e por conseguinte seu discurso) como tendo uma natureza especular, supõe-se que haja reflexo homólogo ao que se quer ver refletido, quase como um simulacro. Ora, a instituição midiática possui suas regras próprias e articula um jogo de apagamento *versus* visibilidade que, por mais que se pretenda ser imperceptível à audiência, reproduz a lógica das relações de poder e os embates políticos existentes na sociedade. Certamente a mídia, como produtora de informações, age como cimento social, não a partir da ingênua reflexividade dos acontecimentos sociais, mas sim tendo como balizadoras intenciona-

lidades próprias. O discurso midiático engendrado pelos veículos resulta dos jogos de poder entre os diversos sujeitos compelidos na busca pela visibilidade, fator ao qual se aglutina as intencionalidades da empresa, organização capitalista que visa o lucro.

No cenário midiático contemporâneo a chancela da mídia é essencial para que uma temática seja visibilizada amplamente. Contudo, fazer-se presente nos meios de comunicação, tornar-se pauta de noticiários não garante o agendamento. A sensibilização dos indivíduos (e o consumo da informação como mercadoria) somente terá êxito se os destinatários compreenderem a mensagem transmitida. Não basta apenas estar na mídia, deve-se convencer o destinatário acerca da legitimidade da informação que está sendo ofertada. Para tanto, a composição do discurso midiático segue determinadas estratégias de produção que almejam torná-lo reconhecível e inteligível à audiência. Rodrigues (2002) aponta seis estratégias colocadas em prática na produção do discurso midiático que garantem seu espaço como aglutinador das relações sociais: naturalização, reforço, compatibilização, exacerbação das diferenças, visibilidade e alteração dos regimes de funcionamento.

Como estratégia de naturalização atribui-se ao discurso midiático o poder de tornar natural o recorte arbitrário de domínios da experiência que são continuamente retratados. A delimitação de abordagens e os recortes expressivos dos quais a mídia se apropria das outras instituições as legitimam no tempo e espaço. Ao retomar assuntos sobre as instituições periodicamente mencionadas, utilizar-se de retrospectivas ou citações, o discurso midiático assume uma dimensão mnésica responsável pela naturalização dos recortes enunciados. Quanto mais natural parecer o recorte, mais aceitável pela audiência e menos questionável pelas forças sociais envolvidas.

A estratégia de reforço, por sua vez, desempenha seu papel legitimando a presença das instituições no espaço público. Quanto maior for a projeção pública de determinada instituição através da visibilidade concedida pela mídia, mais presentes estarão no imaginário social.

Tendo como função primordial a mediação das instâncias sociais, o discurso midiático propõe um esvaziamento das conflitualidades através de uma retórica destinada a esgotar os discursos em confronto. Para tanto, sugere enunciados formais com os quais os detentores legítimos das diferentes posições em confronto não possam deixar de concordar. Como estratégia, a compatibilização garante ao discurso da mídia um papel particularmente importante de amainar as contradições, não somente promovendo os posicionamentos relativos de cada parte, mas também se legitimando como mediadora do processo. A compatibilização permite que os veículos informativos sejam o espaço de visibilidade de conflitos, mantendo a instituição midiática ao abrigo da contestação sistemática de que são alvo as posições contraditórias.

Todavia, nem sempre o discurso midiático desempenha um papel harmonizador. Em muitos casos tende a exacerbar as diferenças, momento no qual o cenário midiático torna-se palco de divergências, beirando a espetacularização. Esta estratégia é denominada exacerbação das diferenças.

A estratégia de visibilidade garante ao discurso midiático o papel institucional de evidenciar as demais instituições. Tudo aquilo que não é objeto de sua intervenção mediadora não tem existência socialmente reconhecida. Esta estratégia é, senão, a mais importante colocada em prática pela mídia através de seu discurso pois relega àquilo que evidencia o estatuto de verdade, de realidade.

O teor da abordagem de certos assuntos feita pela mídia faz com que sejam alterados os regimes de funcionamento das instituições, ora intensificando-os, ora desacelerando-os. Um exemplo perceptível dessa ação é quando, no âmbito de domínio econômico, verifica-se o arrefecimento ou aquecimento do consumo, como resultado da projeção midiática de decisões tomadas pelos agentes com competência de intervenção na esfera econômica. Como estratégia, a alteração dos regimes de funcionamento das instituições permite que o discurso midiático adquira o papel de guia (ou termômetro) para mudanças sociais.

O conhecimento acerca das diferentes funções estratégicas que o discurso midiático desempenha permite, portanto, compreender a extensão de sua influência na sociedade contemporânea e também verificar seus limites e o teor de sua permeabilidade em relação aos outros discursos. É preciso ter bem claro, contudo, que os transpasses entre o discurso midiático e os enunciados advindos de outras formações discursivas não são isentos de intencionalidades, mas resultado dos jogos de poder que tomam forma no cerne de sua existência: o espaço de sua produção, onde se relacionam temas, enunciadores e propósitos.

O discurso midiático aponta os preceitos gerais compartilhados por todas as instituições midiáticas existentes. São especificidades que muitas vezes se sobrepõem ao modo de ser de algumas organizações, como as jornalísticas, com as quais mantém relação de complementaridade. Atualmente as organizações jornalísticas mantém relação direta com empresas ou constituem-se como empresas elas mesmas, estando inseridas no grupo dos *media* e estando sujeitas a seus interesses. Obviamente, em alguns momentos percebe-se incongruências entre os papéis desempenhados, mas resulta que a prevalência de um tipo de discurso sobre o outro (midiático/jornalístico) dá-se através de constantes barganhas. O que deve ficar claro é que todo discurso jornalístico é midiático, mas a recíproca não é verdadeira. O discurso jornalístico é por consequência midiático porque é veiculado num suporte de mídia (jornal, revis-

ta), e todo discurso, para ser considerado noticioso, deve ser produzido seguindo critérios específicos oriundos da lógica produtiva do jornalismo, conforme apontado na sequência.

3.3 As especificidades do discurso jornalístico

Foucault (2008), ao conceber os discursos como algo disperso, constituídos por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade, deixa transparecer seu caráter relacional, característica evidenciada pela presença de enunciados advindos de FD's variáveis. Relações são constituídas no discurso e através do discurso na sociedade. Assim, ele não se limita apenas à cena midiática, mas perpassa a tessitura social, faz-se conhecer como estratégia desde as relações de força no interior dos dispositivos de poder-saber. Assim, o discurso não pode ser percebido como algo tácito, estático e perene, pelo contrário, configura estratégias e práticas que dependem das relações de poder estabelecidas entre os sujeitos e suas posições ocupadas quando se pronunciam. O jornalismo, em sua prática produtora de notícias constitui-se como um agenciador de enunciados e detentor de um saber próprio, originando um discurso específico no qual é saliente a dispersão.

O discurso jornalístico é reconhecível através de sua materialidade na qual é possível verificar a reincidência de determinados enunciados. A formação discursiva jornalística (FDJ), por sua vez, é verificável através da determinação de quatro elementos: objetos, modalidades enunciativas, conceitos e estratégias (conforme aludido anteriormente) – itens verificáveis através da análise do discurso noticioso. A FDJ é definida exatamente como um lugar de tensão entre ordem e dispersão de informações, de enunciados e de estratégias. Para Ringoot e Utard (2005, p.43),

[...] Esta noção de dispersão permite pensar a heteronomia do jornalismo como constitutiva e intrínseca. [...] Dispersão, no quadro da formação discursiva, não significa separação: ela está sempre circunscrita no jogo de relações. A tensão entre ordem e dispersão do discurso e traduzida aqui na estabilidade das lógicas de atores diversos. Se se reconhece uma ordem de discurso jornalístico, se reconhece também uma dispersão extra-discursiva. [Tradução nossa]⁸⁰.

⁸⁰ “[...] Cette notion de dispersion permet de penser l'heteronomie du journalisme comme constitutive et intrinseque. [...] Dispersion, dans le cadre de la formation discursive, ne signifie pas eparpillement : elle est toujours circonscrite dans un jeu de relations. La tension entre ordre et dispersion du discours est traduite ici dans l'ancrage des logiques d'acteurs diversifies. Se l'on reconnait un ordre de discours journalistique, on reconnait aussi une dispersion extra-discursive. [...]”.

Os autores defendem a necessidade de se analisar sistematicamente as realizações editoriais tomadas na rotina produtiva, os discursos, as lógicas de atores e ações extra-discursivas e os dispositivos organizacionais e institucionais.

Conforme apresentado no capítulo anterior, os objetos próprios do jornalismo são os acontecimentos cotidianos, passíveis de atenderem a determinados critérios que os enquadrem como sendo noticiáveis. Assim, nem toda informação torna-se notícia e tornar-se notícia depende desses critérios (valores-notícia). Ora, então pode-se inferir que os objetos inerentes ao discurso jornalístico são os mais variados possíveis, pois dependem dos acontecimentos que tomam forma no corpo social. Diz-se, assim, que os objetos recorrentes ao discurso jornalístico são os objetos de realidade (OR), ou seja, aparente à realidade atual – matéria-prima do jornalismo.

Considerando-se a lógica discursiva adotada, os objetos de realidade jornalísticos (ORJ) possuem regularidade parcial em se tratando do assunto enunciado, pois dependem dos valores-notícia para alçarem o status de notícia e representar o discurso jornalístico. Os valores-notícia, assim, são os elementos que condicionam a existência dos ORJ. Um assunto pode ser recorrente no noticiário desde que atenda aos requisitos mínimos para lá permanecer (atualidade, interesse, etc.). Assim, os ORJ tem relação direta com a prática jornalística, já que sua existência depende do consenso editorial da organização jornalística e também do *ethos* profissional, que compartilha dos mesmos valores e estratégias de produção. Uma notícia publicada legitima o assunto como ORJ pelo simples fato de reproduzir uma normatização, um modo de caracterização oriundo da técnica jornalística de produção. Muitas vezes o assunto abordado não condiz a nenhum critério noticioso, mas o simples fato de figurar no dispositivo jornalístico lhe confere a chancela de ser um ORJ.

Fazendo leitura paralela de Foucault, pode-se inferir que são os ORJ, o formato dos textos e seu suporte de evidência que caracterizam o discurso jornalístico. Sendo assim, o formato jornalístico é representativo de uma realidade discursiva inerente à sua produção, originando um regime de verdade próprio. Fruto dos jogos de poder e das inúmeras coerções dentro da comunidade produtora do discurso jornalístico (sala de redação), pode-se afirmar que o discurso jornalístico segue determinadas etapas produtivas que o tornam legítimo em seu campo de produção e autorizado a fazer-saber e fazer-creer. Para Foucault (2005, p.112):

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças à coerções múltiplas. E ela possui nele [mundo] efeitos regrados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua 'política geral' da verdade, isto é, os tipos de discurso que ela aceita e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos, a maneira como se sancionam uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que tem a função de dizer o que funciona como verdadeiro.

Se cada sociedade possui seus valores de verdade, estes devem ser reproduzidos e continuamente visibilizados. O papel do jornalismo é dar visibilidade à realidade cotidiana, logo, seu discurso é representativo da verdade compartilhada. As rotinas produtivas jornalísticas refletem a busca pela contínua legitimação de seu espaço de poder na sociedade através da criação da necessidade de sua existência como 'vitrine do real e do verdadeiro'. De certa forma o *ethos* jornalístico existe em função da necessidade de cancelar seu papel na sociedade, atribuir credibilidade ao seu discurso.

Com o passar do tempo o discurso jornalístico atingiu o *status* de crível, tornando-se sinônimo de verdadeiro. Esse fato permitiu que suas rotinas produtivas e lógicas discursivas fossem reproduzidas por outros sujeitos, em outras instâncias além das midiáticas, em busca de sua credibilidade enunciativa característica. Os periódicos analisados na presente tese fazem uso desta estratégia.

Seixas (2008) em seus estudos sobre a delimitação do gênero jornalístico, admite a existência de três possíveis tipos de OR no contexto noticiável, verificáveis pela simples observação: os objetos de acordo de fácil comprovação (oriundos de constatação pela presença); os objetos de acordo não passíveis de verificação (estatísticas, dados brutos) e os objetos abstratos impossíveis de serem verificados (intenções de declaração). É importante ter em mente que os ORJ versam sobre assuntos variados e podem ser comuns a outras FD, contudo, o objetivo é diferenciado e sua razão de existência dá-se em função da matéria noticiosa, ou seja, um OR torna-se ORJ quando sua abordagem é eminentemente jornalística.

Sobre os objetos, eles podem ser agrupados em categorias referentes às suas funções dentro da matéria jornalística, relacionados às suas razões de existência nas notícias. Assim, os objetos do jornalismo mais recorrentes são aqueles referentes à sua natureza material: assuntos sobre os quais se fala, sujeitos sobre quem se fala e os saberes envolvidos (sejam eles já reconhecidos através das relações sociais e compartilhados ou aqueles obtidos através da apuração e/ou investigação jornalística). Conforme busca elucidar o quadro 2, na página seguinte, dentro dos ORJ inserem-se os elementos: assuntos, sujeitos e saberes, verificáveis no discurso noticioso.

ORJ mais frequentes	
Categoria	Exemplo
Assuntos	Fato dado: -passível de constatação (verificável por simples observação); -passado recente ou histórico (comprovado coletivamente através de documentos ou registros); Fato suposto: enunciado sem certeza de realização; Acontecimento convencionado: ocorrência agendada; Acontecimento em processo: em ocorrência ou a ocorrer;
Sujeitos	Declaração de fontes; Declaração de autoridade (conhecimento, experiência ou testemunho); Opiniões num dado momento; Estado psicológico de pessoas (não constatável); Atores sociais (comportamento, crença, qualidade, estatuto);
Saberes	Estado de coisas; Dados de saber especializado; “Verdades”: -saberes tidos como verdadeiros; -sistemas complexos de saberes em constante atualização (teorias científicas e conhecimentos partilhados e legitimados pela experiência); - dados e estatísticas resultantes do saber científico; Saber comum à sociedade; Normatizações: -normas, regras e leis conhecidas pela sociedade; -normas, regras e leis de saberes especializados;

Quadro 3: Objetos de realidade jornalísticos mais comuns verificados na atividade noticiosa.

Fonte: adaptado de Seixas (2008)

Em estudo sobre o jornal diário, que pode servir como analogia a qualquer outro dispositivo jornalístico impresso da atualidade, Maurice Mouillaud (2002) afirma que as duas maiores funções do jornal diário são: fazer-saber e fazer crer. O fazer-saber é a finalidade do discurso do jornal; o fazer crer, por sua vez, permite ao periódico manter relação direta com o regime de verdade, para qual se utiliza do discurso do outro (fonte de informação).

(...) o recurso ao discurso do outro é um meio para tal [fazer crer], seja servindo como ponto de apoio para uma derivação do discurso em direção a seu objeto, seja pelo recurso a um argumento de autoridade, que se fundamenta na credibilidade do enunciador e na credulidade do leitor. (*Id. Ibid.*, p 27)

Uma das marcas registradas do discurso jornalístico e que caracteriza sua formação é justamente o uso da fala de fontes. Ancorando o texto na realidade compartilhada o discurso e o próprio dispositivo jornalístico tornam-se críveis porque baseiam-se no valor de verdade representado pelas declarações (comprovação de fatos ou acontecimentos).

O segundo elemento que caracteriza a FD são as modalidades enunciativas mais comumente praticadas pelo jornalismo, ou seja, as formas textuais mais utilizadas e visibilizadas

nos dispositivos jornalísticos. A manifestação dos enunciados é mais ou menos regular e segue tipologia textual mais ou menos fixa, variando de país para país. Os enunciados jornalísticos analisados no presente estudo fazem parte de duas matrizes culturais distintas, mas com origem semelhante. O desenvolvimento histórico das práticas jornalísticas na península ibérica pode ser considerada antecessora do jornalismo no Brasil, e portanto, de grande influência para as rotinas produtivas e categorias de texto aqui utilizadas hoje. Tanto Espanha quanto Brasil seguem as mesmas lógicas jornalísticas, apresentando apenas algumas especificidades que, no entanto, não correspondem a diferenciações enunciativas contundentes.

Seguindo os moldes foucaultianos de compreensão dos discursos, a atenção volta-se para os enunciados e sua organização e padrões estabelecidos pelas ‘regras’ jornalísticas. Em se tratando dos tipos enunciativos mais utilizados, estes podem ser considerados regulares porque são produzidos por indivíduos com competência específica que detem a chancela organizacional para desempenhar a atribuição de reproduzir os moldes discursivos institucionais. Os jornalistas ocupam um lugar institucional a partir do qual fazem uso de determinados instrumentos e práticas que os tornam reconhecidos pelo trabalho que realizam e também pelos discursos que produzem. O fazer jornalístico outorga-lhes um lugar de poder somente ocupado por indivíduos que compartilham do saber profissional - daí advém seu papel social.

Comumente as matérias podem ter como enunciadore ou a pessoa do jornalista que produz os textos ou a própria instituição jornalística. Os formatos comuns ao gênero informativo reproduzem estrutura semântica que anuncia ou denuncia algo; no caso do gênero opinativo a estrutura prevê que o enunciador pronuncie-se sobre o assunto. Em se tratando das matérias jornalísticas produzidas e do espaço ocupado pelos sujeitos para serem enunciadore desse discurso em particular, deve-se ter em mente os formatos e gêneros dos textos. São considerados neste estudo os textos produzidos para o formato impresso (jornal e revista) integrantes dos gêneros⁸¹ informativo e opinativo, de acordo com o esquema representado abaixo (quadro quatro). O quadro evidencia o enunciador dos principais formatos de texto considerados na pesquisa. Segue-se a classificação de gêneros propostas por Melo e Assis (2010) em releitura da obra de Marques de Melo a partir dos objetivos dos diferentes formatos textuais.

O terceiro elemento definidor da FDJ são os conceitos, o “a partir do que se fala”. O ponto de partida é a maneira como aparecem e circulam os arranjos dos enunciados. O jorna-

⁸¹ Gênero é o “conjunto de parâmetros textuais selecionados em função de uma situação de interação e de expectativa dos agentes do fazer jornalístico, estruturado por um ou mais propósitos comunicativos que resulta em unidades textuais autônomas, relativamente estáveis, identificáveis no topo do processo social de transmissão de informações por meio de uma mídia/suporte” (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2010, p. 47)

lismo como, “atividade profissional que tem por objeto a apuração, o processamento e a transmissão periódica de informações da atualidade, para o grande público ou para determinados segmentos desse público, através de veículos de difusão coletiva (jornal, revista, rádio, televisão, cinema, etc.)”(RABAÇA e BARBOSA, 200, p.405), como atividade intelectual de importante relevância social para as sociedades democráticas (TRAQUINA, 2005), como fazer saber (MOUILLAUD, 2002), instaura-se como um *fazer* que transpassa a tessitura social, ecoando discursos-outros. O que constitui sua importância é justamente o papel que desempenha junto à sociedade, de aglutinador de informações e divulgador de segmentos de realidade.

Gêneros	Formato	Enunciador
Informativo	Nota	IJ ou outra IJ
	Notícia	Jornalista e IJ ou outra IJ
	Reportagem	Jornalista e IJ
	Entrevista	IJ, jornalista e ator social
Opinativo	Editorial	IJ
	Comentário	Jornalista
	Artigo	Ator social
	Coluna	Colunista
	Resenha	Jornalista e IJ ou outra IJ
	Crônica	Ator social
	Carta	Ator social

Quadro 4 - Gêneros, formatos e enunciadores dos textos jornalísticos.
Fonte: adaptado de Seixas (2008). Legenda: IJ = instituição jornalística

O lugar de poder que institucionaliza tanto o fazer jornalístico quanto o seu discurso determina sua condição de existência e também sua finalidade junto à sociedade: lugar historicamente definido e reconhecido, que diariamente reafirma um pacto de co-dependência com as instituições e indivíduos. O dispositivo jornalístico, composto por formatos, linhas, traços, tipos de enunciados, imagens, qualificações, representa esse arranjo existente e legitimado socialmente. O dispositivo jornalístico é fruto da atividade profissional desempenhada e também do que a sociedade espera que ele apresente.

Fala-se de um lugar específico, reconhecido e legitimado pela sua procedência (competência histórica e profissional prévia), endossado tanto pela organização como pela própria sociedade. Os conceitos que caracterizam a formação discursiva jornalística estão explícitos na maneira própria da manifestação a partir dos formatos e também dos objetivos desses textos. Assim, elementos que constituem a linguagem utilizada pelo jornalismo instituem os formatos e os espaços por eles ocupados dentro do periódico. A regularidade dos conceitos é

garantida pela linguagem utilizada e também pelo enunciador do discurso, que se tornam representativos do modo de ser discursivo da profissão.

Novamente os gêneros são decisivos para a delimitação das regularidades. O informativo tem estrutura mais ou menos fixa representada pelo uso do *lead*⁸², a partir do qual se alocam outros enunciados (que podem ser advindos de outras FD's) com o intuito de esclarecimento sobre o assunto. O formato reportagem é aquele que mais faz uso do transpassamento com outras formações discursivas pois seu principal objetivo é levar mais informações à audiência através de explicações, descrições e inferências aprofundadas. Os formatos opinativos apresentam flexibilidade estrutural maior por não estarem submetidos à estrutura do *lead*. Por outro lado, integram o gênero cuja manifestação de diferentes enunciadores é mais prolífica: jornalistas, atores sociais, instituição jornalística e colaboradores da organização jornalística. O que torna os diferentes gêneros reconhecidos e representativos de modos enunciativos específicos nos periódicos impressos é o espaço que ocupam no jornal ou revista (página e localização por coluna), fator que também reitera as especificidades conceituais da FDJ.

Finalmente, as estratégias formam o quarto elemento representativo da determinação da FDJ. Estão diretamente ligadas ao desenvolvimento da prática jornalística e do próprio jornalismo como profissão no decorrer da história. As relações de poder que tomam forma no campo de ação jornalístico determinam o caráter do jogo bem como os jogadores que disputam premência sobre a produção discursiva da área. Interesses políticos que tomam forma dentro da redação, interações entre os repórteres e as fontes de informação, delimitação de assuntos a serem abordados e tantos outros elementos intangíveis constituem o arcabouço de saberes e práticas que delimitam esse campo e lhe conferem a regularidade discursiva. O modo de funcionamento da organização jornalística subjugada à instituição é que conduz o discurso à sua regularidade.

Os elementos recorrentes responsáveis pela constituição da formação discursiva jornalística devem se percebidos a partir de sua sincronia e como etapas de produção de um discurso que pode ser considerado como inato às lógicas produtivas do fazer jornalístico. São relações intrínsecas a esse campo que o caracteriza e o delimita perante os demais, situando-o num *locus* espaço-temporal e histórico, permitindo que seja reconhecido em qualquer lugar.

O discurso jornalístico é produzido por organizações cuja principal finalidade é informar a audiência sobre acontecimentos noticiosos dentro de sua área de abrangência e de acordo com sua periodicidade. Os periódicos essencialmente jornalísticos que integram os *corpo-*

⁸² Primeiro parágrafo das matérias informativas onde se pretende responder de maneira rápida aos principais questionamentos que um indivíduo possa ter sobre o assunto (o que, quem, quando, onde, como e por quê).

ra (Diário de Santa Maria e *Diario de Sevilla*) são representativos desse discurso, integrando a FDJ, analisados com vistas a determinar quais os valores-notícia agenciados na produção noticiosa que mencionam as regiões da Quarta Colônia e *Aljarafe-Doñana*.

Contudo, não são somente as organizações inseridas nos grandes conglomerados comunicacionais que fazem uso da FDJ na produção de seu material. Existem as assessorias de imprensa, “serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral” (FENAJ, 2007, p. 06). Considera-se que o serviço prestado pelo assessor de imprensa é de caráter exclusivamente jornalístico, diferentemente daquele prestado pela assessoria de comunicação, cujas atividades são desenvolvidas em conjunto por profissionais de jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas.

Assessorias de imprensa e de comunicação podem prestar seus serviços de maneira terceirizada ou a partir de setor constituído dentro da própria empresa ou instituição. Como parte dos *corpora* da tese tem-se periódicos produzidos por assessorias de imprensa (gabinete de prensa) da ARA e Adad. O Caderno Quarta Colônia constitui-se como informe comercial, produzido nos moldes de assessoria, mas desenvolvido pelo setor comercial do jornal Diário de Santa Maria, constituindo-se como uma especificidade. Partindo-se dessas especificações atinentes à produção dos periódicos, discorre-se sobre a metodologia empregada no estudo.

CAPÍTULO IV

ASPECTOS METODOLÓGICOS DO ESTUDO

A presente tese insere-se na área de estudo interdisciplinar (Extensão Rural), relacionando aspectos teóricos advindos principalmente da Grande Área das Ciências Sociais Aplicadas desde suas áreas: Sociologia e Comunicação Social. Relaciona os seguintes temas: território, identidade, desenvolvimento, discurso e mídia, estruturando-se como estudo interdisciplinar em referência aos mesmos.

O presente estudo teve por base lógica de investigação o método hipotético-dedutivo (KAPLAN, 1972), a partir do qual foi submetido à reflexão o conjunto dos resultados obtidos pela aplicação da Matriz Analítica Composta (MAC) nos *corpora* empíricos. Devido à complexidade do problema, buscou-se elucidá-lo de forma mais simples, sempre tendo em vista a importância do método aplicado.

Sendo assim, partiu-se da constituição dos *corpora* empíricos, sobre os quais foi aplicada metodologia específica de análise na busca da compreensão de uma dada realidade, capaz de posteriormente ser confrontada com os pressupostos teóricos elencados. Por estar organizada em diferentes fases, nas quais foram cumpridas determinadas etapas, procurou-se apresentar a investigação em segmentos, para que fosse efetivamente compreendida.

Como problema coloca-se o modo como a identidade territorial foi utilizada em estratégias voltadas para o desenvolvimento e como o discurso midiático auxiliou na busca desse objetivo. Supôs-se que a visibilidade midiática das características identitárias dos dois recortes espaciais analisados constituiu-se como tática de venda de informações e sensibilização sobre as especificidades características dos respectivos territórios. A investigação pautou-se na busca pela elucidação das nuances relacionais entre identidade (de base territorial) e desenvolvimento nos discursos midiáticos produzidos pelas organizações CONDESUS, *Ara* e *Adad*, associações de comunidades rurais em dois contextos históricos, sociais e econômicos bastante específicos: Quarta Colônia e *Aljarafe-Doñana*.

Partiu-se da pressuposição da existência de uma identidade territorial inerente aos espaços recortados, relacionada ao desenvolvimento das localidades e agenciada como elemento central na produção dos periódicos informativos. Como teria sido operacionalizada esta relação em nível discursivo foi a questão central da busca perpetrada através da análise discursiva

dos *corpora*. A base temática na qual se assentam as estratégias é a identidade territorial representativa dos espaços recortados. Desvendar essas estratégias nas falas dos enunciadores, bem como o teor da manifestação dos sujeitos protagonistas nesses contextos, foi essencial para a determinação das relações de poder que circundam os cenários enfocados e também os sentidos que as falas em torno desses elementos fundadores representam para os envolvidos. Tornou-se, assim, intrínseca à pesquisa a necessidade de lançar mão de opções metodológicas que efetivamente pudessem auxiliar na descoberta pretendida, para a qual se optou por considerar os *corpora* a partir de seu elemento constitutivo comum: o discurso.

Como os produtos midiáticos escolhidos para a análise seguem o modo de produção jornalístico, torna-se crucial compreender quais os critérios utilizados na determinação dos assuntos e qual sua abordagem na construção noticiosa dos periódicos. Para tanto, foi necessário adentrar na seara da produção jornalística com vistas a inferir as lógicas produtivas que auxiliaram na determinação de possíveis valores-notícia praticados pelas associações em seus produtos jornalísticos. Compreender quais são os valores agenciados pelos produtores dos periódicos possibilita filtrar o que é visibilizado e como os assuntos tornam-se notícia.

Dada a complexidade da questão central de pesquisa e as diferentes variáveis inerentes ao processo de produção do material jornalístico (diga-se, também discursivo) analisado, optou-se pela elaboração de uma matriz analítica composta (MAC) que tem como balizadores fundamentos da Análise Documental (ADoc) e Análise de Discurso (AD) e elementos inerentes à ordem de produção de material jornalístico que confluam na elucidação da forma como os elementos referentes à identidade territorial são enunciados como notícia.

A ADoc (GIL, 1999) como leitura descritiva e análise superficial dos *corpora*, foi aplicada nas primeiras etapas da investigação, logo após a coleta do material empírico. Sua função na MAC era auxiliar no mapeamento dos valores-notícia e na seleção dos periódicos a integrarem a etapa analítica de desvendamento e descrição da presença dos temas mencionados no trabalho. Optou-se pelo uso da ADoc no referido momento da análise porque a agilidade de sua aplicação possibilitou delinear de forma rápida e contundente as diferenças e semelhanças enunciativas do material submetido à leitura.

Recorreu-se aos preceitos teóricos advindos da Teoria do Discurso de ordem foucaultiana, principalmente àqueles alusivos ao enunciado e seus elementos constituintes; ademais, buscou-se uma forma simplificada e concisa para delimitar os valores-notícia praticados pelos produtores dos periódicos analisados. Ambos conceitos serão devidamente apresentados na sequência da apresentação metodológica.

Propõe-se a MAC como base de encontro reflexivo que tem no discurso jornalístico o ponto de convergência dos pressupostos de estudo e reflete o viés de enfoque analítico do escopo das pesquisas do campo da Comunicação. O embasamento metodológico, assim, busca alcançar as respostas referentes a esse campo específico, mesmo embora o questionamento parta da área cinza da interdisciplinaridade (Sociologia – Comunicação Social). O quadro abaixo apresenta os periódicos analisados.

Território	Quarta Colônia		
Instituição/ Empresa	Condesus/Grupo RBS	Grupo RBS	
Nome	Caderno Quarta Colônia	Diário de Santa Maria	
Tipologia	Jornal (Informe Comercial)	Jornal	
Produção	Assessoria de imprensa	Empresa jornalística	
Formato	Tablóide (28cmx32cm), 4 cores	Tablóide (28cmx32cm), 4 cores	
Nº de páginas	4 - 12 páginas	Variável (48-52 páginas)	
Periodicidade	Semanal (circula às sextas-feiras)	Diária	
Tiragem	155.000	155.000	
Circulação	Região de abrangência de distribuição do jornal Diário de Santa Maria e Porto Alegre	Região central do RS - aproximadamente 36 cidades	
Nº de edições analisadas	20	13	
Território	Aljarafe-Doñana		
Instituição/ Empresa	ARA - Asociación para el Desarrollo de Andalucía	ADAD – Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana	Grupo Joly
Nome	<i>Tierra Sur</i>	<i>Adad</i>	<i>Diario de Sevilla</i>
Tipologia	Revista	Revista	Jornal
Produção	Assessoria de imprensa	Assessoria de imprensa	Empresa jornalística
Formato	A4 (21cmx29cm), 4 cores	A4 (21cmx29cm), 4 cores	Tablóide (28cmx32cm), 4 cores
Nº de páginas	44-48 páginas	12-36 páginas	Variável
Periodicidade	Trimestral	Semestral	Diária
Tiragem	5.000	1.500 exemplares	100.000*
Circulação	Todos os GDR da Andaluzia	Comarca de Aljarafe-Doñana e demais GDR da região	Província de Sevilha e cidade de Madrid
Nº de edições analisadas	4	4	24

Quadro 5 - Apresentação esquemática dos periódicos constituintes dos *corpora*.

*Dado de 2005. Fonte: *Diario de Sevilla*.

Operacionalizou-se a distinção porque os periódicos, mesmo tendo como ponto comum a ordem de produção jornalística, possuem características intrínsecas que os diferenciam

a ponto de não ser possível equalizá-las na construção de uma amostra estatística, por exemplo. Os jornais noticiosos são produto de organizações jornalísticas (conglomerados) conhecidos em seus campos de atuação e regiões de abrangência; as revistas *Adad* e *Tierra Sur* são resultado da produção de assessorias de imprensa das associações, o boletim informativo (informe comercial) *Caderno Quarta Colônia* é fruto da produção de uma empresa jornalística – todos são reconhecidos como fruto da evidência de suas marcas específicas nas localidades onde circulam. Optou-se por analisar os *corpora* em momentos distintos do processo de pesquisa e seguindo metodologias distintas, originando a MAC.

Ainda, as entrevistas realizadas durante período de pesquisa em Sevilha (Espanha), auxiliaram na busca da resolução do problema. Foram realizadas duas entrevistas durante o mês de maio de 2010, na cidade de Sevilha, com *Alfredo Floréncio Calderón* e *Rocío Gómez Romero*, respectivamente gerente e assessora de imprensa da *Adad*; e *Ignácio María Saura*, gerente da *ARA* e diretor da revista *Tierra Sur*. As entrevistas foram gravadas e os questionários semiestruturados estão disponíveis no apêndice (Apêndice A).

4.1. Apresentando os *corpora*

Com a finalidade de facilitar a compreensão acerca dos periódicos aqui analisados, os mesmos foram divididos em dois grandes agrupamentos, segundo a origem de sua produção. Assim, subvencionou-se denominar o primeiro grupo a ser analisado de periódicos com fins noticiosos (PFN), constituídos pelos seguintes jornais:

- 1) *Diário de Santa Maria* (Santa Maria, RS – Brasil): produzido pela empresa (conglomerado) Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS), segundo os parâmetros organizacionais jornalísticos. Circula em 36 cidades da região de abrangência da RBS Santa Maria – recorte geográfico e noticioso e tem circulação média diária de 155.000 exemplares durante a semana. Foi criado em 2002 e desde 2008 possui versão online. Foi acompanhada a versão online do periódico durante o mês de fevereiro de 2010 (02/02 a 02/03), totalizando 13 edições.
- 2) *Diario de Sevilla* (Sevilha, Espanha): produzido pelo *Grupo Joly*, sociedade anônima que comporta a produção de nove diários na região autônoma da Andaluzia. Criado em 1999, circula na província de Sevilha e sua circulação diária matutina gira em torno dos 100.000 exemplares. Também produzido segundo os moldes jornalísticos. Foram analisadas matérias publicadas em 57 edições do jornal publicadas entre 11/01/2005 e 04/09/2009.

O referido agrupamento foi submetido, no que se denominou primeira fase de análise (F1), à Análise Documental. A ADoc instituiu-se como a primeira forma de abordagem dos corpora. Assim, os materiais foram submetidos, inicialmente, a uma triagem ordenada em função dos objetivos propostos pela pesquisa. Num segundo momento, partiu-se para a leitura e seleção do material, que consistiu no levantamento dos principais valores-notícia considerados ao serem noticiados acontecimentos sobre as regiões da Quarta Colônia e *Aljarafe-Doñana* e seus municípios constituintes. Partiu-se do pressuposto que o ser notícia, no caso, dependeu da pauta de reportagens, dos critérios noticiosos agenciados e da dinâmica de relações dentro da redação. As notícias veiculadas nos referidos periódicos, assim, mostram em que condições as localidades apontadas são notícia, sendo consumidos como informação pelo público leitor dos jornais.

Com o intuito de verificar a existência de notícias que visibilizavam a relação entre identidade, território e desenvolvimento, foram mapeados os assuntos mais recorrentes, buscadas via palavras-chave: nomes das regiões e de seus municípios, respectivamente. A elucidação dos valores-notícia permitiu, num segundo momento, confrontar os pressupostos da tese, conforme pode ser verificado no próximo capítulo.

Foi determinado um segundo grupo de periódicos, constituído pelas publicações de assessoria de imprensa e comerciais, denominado periódicos com fins informativos (PFI).

1) Caderno Quarta Colônia: inicialmente produzido pela assessoria de imprensa do Condesus, num segundo momento foi encartado como informe comercial no jornal Diário de Santa Maria, período no qual sua produção foi realizada em conjunto com a empresa RBS. A primeira tentativa de encetar a produção de um boletim informativo ocorreu em 1997, quando o ainda Prodesus (Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia) lançou o “Prodesus Informativo”, de periodicidade mensal e tiragem de 10.000 exemplares que circulavam pelos municípios de região. Posteriormente, em agosto de 2006, o Caderno Quarta Colônia começou a ser produzido por assessoria terceirizada e sob a orientação noticiosa do Diário de Santa Maria, tendo, contudo, presença marcada do Condesus em sua elaboração editorial. Foram analisadas 20 edições, publicadas entre maio de 2009 e janeiro de 2011, sorteadas aleatoriamente dentre os 60 fascículos coletados.

2) *Revista Adad*: produzida pela *Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana*, grupo criado em 1997 com o intuito de adequar-se ao planejamento europeu de desenvolvimento de áreas rurais (Proder, posteriormente Leader). A revista inicialmente começou a ser produzida sem periodicidade. A partir da nona edição começou a circular semestralmente. Fizeram parte dos corpora as edições de nº 9 a 12, publicadas no período de junho de 2008 a dezembro

de 2009. A revista é produzida segundo os moldes jornalísticos por uma jornalista, assessora de imprensa da associação, contratada para desenvolver e produzir os projetos editorial e gráfico do periódico, além de atualizar constantemente o sítio eletrônico da instituição (www.adad.es). A Revista Adad foi inserida como material de análise porque é um exemplo de periódico produzido com fins específicos, voltado para visibilizar as iniciativas e projetos de desenvolvimento coordenados pela associação.

3) *Revista Tierra Sur*: produzida trimestralmente pela Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA), criada em 1993 com o intuito de coordenar os *Grupos de Desarrollo Rural (GDR)* da Andaluzia. A revista começou a circular no inverno de 1997, sendo produzida nos moldes jornalísticos pela assessoria de imprensa da associação. Todos os números encontram-se disponíveis em pdf no sítio eletrônico www.revistatierrasur.com. Integraram os *corpora* as edições 35 a 38. Esta publicação foi inserida como *corpora* porque demonstra as diretrizes seguidas pelos grupos de desenvolvimento de toda Andaluzia, ou seja, os moldes da noção de desenvolvimento são determinados pelas políticas europeias e adequados às diferentes localidades a partir das associações como ARA.

Os PFI constituíram o que se denominou de segunda fase de análise (F2), sendo esta organizada em três etapas distintas, cada uma com seu objetivo específico. Distintamente, as etapas foram as seguintes:

a) Etapa 1: determinação dos valores-notícia. Cada conjunto de periódicos foi submetido a levantamento através da ADoc, que determinou quais foram os critérios de noticiabilidade mais recorrentes. O objetivo desta etapa foi delimitar e compreender a maneira como as assessorias retrataram a associação e quais os assuntos mais divulgados. Após mapeamento geral, todos os textos que mencionavam individualmente ou relacionavam os termos: identidade, território e desenvolvimento foram segregados e submetidos à etapa seguinte de análise. Os demais, após quantificação, foram descartados por não se relacionarem diretamente à problemática central da tese. O mapeamento resultante de cada veículo consta no apêndice B, ao final do trabalho.

Na próxima página (quadro 6), cabeçalho de dois quadros analíticos utilizado para a delimitação do mapeamento da primeira fase de pesquisa. O primeiro mostra o mapeamento realizado com os periódicos noticiosos e informativos; o segundo apresenta os itens delimitados na descrição dos valores-notícia, resultando no mapa de seleção de matérias (informativas e noticiosas).

b) Etapa 2: visibilidade do território, identidade e desenvolvimento. A partir dos textos selecionados na etapa anterior, foi realizado novo levantamento no intuito de buscar no dis-

curso os elementos definidores de território, identidade (territorial) e desenvolvimento, e suas respectivas relações. Objetivamente foram procurados enunciados que explicitassem o território a partir dos seguintes dados territorializadores: i) delimitação de área; ii) características intrínsecas do espaço (natureza, construções, recursos culturais); iii) formas de manutenção do controle; iv) aspectos de desterritorialização e reterritorialização⁸³.

Data	Título	Autoria	Cartola	Imagem	Material de apoio	Classificação

Tipologia	Título	Critérios Noticiosos Primários	Critérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes

Quadro 6 – Roteiros avaliativos dos periódicos analisados.

Em se tratando da identidade (de cunho territorial), foram delimitadas as características que a definiam a partir das seguintes informações: i) lugares, ii) trajetos, iii) símbolos, iv) estruturas fundiárias e v) equipamentos coletivos⁸⁴. O objetivo foi determinar como a identidade foi retratada nos periódicos e como ela foi revestida do caráter territorial, a partir do discurso encetado pelas associações.

Sobre o desenvolvimento, foram delimitados os enunciados que o definiam e de que forma foi realizada sua relação com a identidade e o território nos dois recortes espaciais operacionalizados.

c) Etapa 3: leitura dos enunciados e verificação das relações entre identidade, território e desenvolvimento.

A MAC, como metodologia desenvolvida especialmente em função da problemática analisada, apresenta-se como uma sequência de fases investigativas, concatenadas de maneira lógica e visando responder aos questionamentos aludidos na introdução da tese. É imprescindível ter em mente que todos os dados analisados foram mapeados e posteriormente confrontados com os pressupostos do estudo, conforme pode ser verificado no próximo capítulo. Assim, como constituintes da Matriz Analítica Composta elaborou-se: levantamento de dados, descrição e mapeamento e aplicação de AD nos textos selecionados. Adiante, após a explana-

⁸³ Conforme conceitos apontados por Sack (1986, 198 e 1997) e Haesbaert (1995, 1997 e 2010), descritos no primeiro capítulo.

⁸⁴ Segundo diretrizes descritas por Wanderley (2000), discutidas no primeiro capítulo.

ção de como foi operacionalizada a Análise do Discurso dos periódicos, a MAC será esquematizada, para melhor compreensão.

Teve-se, ainda, duas entrevistas realizadas com os responsáveis pelas publicações dos periódicos *ARA* e *Adad*. As entrevistas semi-estruturadas foram realizadas vislumbrando a compreensão mais aprofundada do modo de produção dos periódicos e também das relações estabelecidas entre identidade, território e desenvolvimento, por parte das associações. As informações fornecidas pelos entrevistados foram inseridas na discussão como dados contextualizadores, provendo a compreensão das estratégias desenvolvidas pelas associações.

4.2 AD como método agregado:

A AD é considerada como um conjunto de elementos conceituais relacionadas à ordem discursiva que na prática podem, sozinhos ou agregados a outros métodos, compor um quadro analítico específico. Assim, é o analista que compõe seu caminho de análise do objeto discursivo, seguindo as diretrizes teóricas do método, adequando-o em função dos objetivos pretendidos. Para a presente análise, conforme a estrutura teórica do método aponta, a escolha da AD como guia metodológico deu-se em parte devido às especificidades dos *corpora*, mas principalmente em função da problemática de pesquisa. A elaboração de uma matriz analítica híbrida que auxiliasse na busca por respostas ocorreu pela alta complexidade dos *corpora* e também da problemática investigada. A elaboração da MAC é necessária, portanto, para contemplar a complexidade dos conceitos teórico-metodológicos envolvidos, bem como das questões norteadoras da pesquisa. Passa-se, então, à alocação dos *corpora* e da MAC.

Ter no discurso a base de análise é meditar acerca das relações entre os indivíduos e os sujeitos da cena enunciativa e sua complexidade inerente. Para tanto, foi considerado o texto como materialidade de dizeres, de falas que, a partir do estabelecimento de suas regularidades, torna-se discurso, conforma um todo produtor de sentido que reflete os lugares dos sujeitos em função do jogo de poder no qual estão imersos e a partir do qual emanam seus significados. E o analista, através de seu *locus* científico de edificador de olhares diversos sobre o real, também está imbricado nesse processo, contribuindo para a construção de uma articulação entre linguagem e sociedade.

Optar pelo viés discursivo implica realizar opções por determinados ângulos de abordagem aos quais serão submetidos os *corpora*. Buscou-se um método de análise coerente que abarcasse a complexidade do material coletado e respondesse à problemática de pesquisa de

maneira satisfatória. Dentre as matrizes que consideram o discurso como seu objeto de apreciação optou-se pelo construto teórico-metodológico sobre as relações de poder apresentadas na vasta obra de Michel Foucault. É na obra do filósofo francês que os subsídios norteadores para a compreensão dos discursos foram encontrados e servem como base para o rol de elementos de compreensão e análise dos textos aqui propostos. É importante salientar que em princípio buscou-se entender os meandros teóricos expressos pela complexa abordagem foucaultiana sobre o discurso, para, num segundo momento, elaborar uma estratégia de análise adequada aos *corpora* e que respondesse adequadamente aos questionamentos da pesquisa. Além disso, é imprescindível compreender, *a priori*, que não há intenção de fazer aqui uso do método foucaultiano no sentido convencional do termo – estrutura conceitual global, acabada e aplicável com rigor a determinada situação de análise. O próprio autor recusa-se a organizar um método, ressaltando sempre o caráter provisório e inacabado de suas pesquisas. Há, contudo, o intuito de utilizar-se de alguns conceitos teórico-metodológicos considerados relevantes para a análise, o quais serão integrados a uma matriz analítica, proposta especialmente para a presente pesquisa.

Segundo a obra de Michel Foucault, na análise de discursos é preciso, antes de tudo, recusar explicações unívocas, rejeitar as interpretações simplificadas e a procura insistente de um sentido último ou oculto: é preciso ficar no nível de existência das palavras, das coisas ditas. A peculiaridade do discurso é a complexidade e o trabalho do analista deve ser fazê-la emergir da superfície textual, já que não existem estruturas permanentes, responsáveis pela constituição da realidade a serem transferidas para o âmbito discursivo. Não existe uma ‘verdade’ subjacente ou sentidos ocultos: os discursos expressam suas intencionalidades e para isso utilizam-se de uma determinada linguagem, a qual encerra, nela mesma, a chave de seus sentidos. O horizonte da análise do discurso extrapola o limite das regras sintáticas e semânticas, vai além, delimita os enunciados, evidencia os enunciadores e seus lugares de fala na busca do desvendamento da formação discursiva, origem das reais intencionalidades. O discurso considerado (ou discursos) e submetidos à AD foram os textos resultantes da etapa número dois da segunda fase analítica. Os enunciados sobre território, identidade (territorial) e desenvolvimento foram submetidos à análise discursiva na busca de seus enunciadores na expectativa de delinear as intencionalidades de produção do discurso.

Assim, cada enunciado destacado foi analisado a partir da percepção teórica do discurso e relações de poder estipulados pelo capítulo três da tese. Dentro dos elementos internos ao discurso, foram evidenciadas as regularidades a partir das formações discursivas - principalmente a jornalística (FDJ), base inicial da regularidade discursiva considerada. Foram desta-

cados os objetos, modalidades enunciativas, conceitos e estratégias colocadas em prática na construção discursiva dos periódicos, buscando relacionar os elementos-chave identidade, território e desenvolvimento a partir das relações de poder que os denominam e delimitam.

Os enunciados na determinação do território e territorialidade (base sobre a qual se estrutura a identidade) puderam ser descritas a partir de três agrupamentos: a) da população (quem define, nomeia, por que o faz e com quais objetivos); b) do espaço (qualificações e atrativos); e c) dos recursos disponíveis (naturais, sociais, culturais). Como um dos pressupostos do estudo era justamente a base territorial inerente à identidade e às estratégias de desenvolvimento, a lógica estruturante dos enunciados sobre o território foram perscrutados com mais afinco, permitindo defini-los com mais clareza. A partir da delimitação dos enunciados foi possível demarcar as regularidades discursivas que os caracterizam enquanto discurso. As falas dos entrevistados, junto com os resultados da aplicação da AD constituíram o que foi denominada de terceira fase de análise (F3), onde os pressupostos foram confrontados.

Tendo como base o percurso teórico evidenciado, constituiu-se a matriz analítica composta como suporte metodológico da pesquisa realizada. Esta matriz é formada pela junção de elementos metodológicos advindos de escopos diferentes que recortam os *corpora* em momentos distintos de análise: análise documental e AD como momentos de levantamento de dados e análise, preparando os resultados para o confronto com pressupostos teóricos. A MAC pode ser representada pela figura 3, abaixo.

FASES	MÉTODO	OBJETOS	CORPORA	OBJETIVOS
F1	Adoc	Valores-Notícia	PFN	Mapeamento F1
F2				Mapeamento E1
E1o	Adoc	Valores-Notícia	PFI	Seleção E1
E2	Descritivo	Território Identidade Desenvolvimento	SE1	Enunciados
E3	AD	Discurso	Enunciados	Resultados

Figura 3 - Fluxograma esquemático da MAC.

CAPÍTULO V

VALORES-NOTÍCIA NO DISCURSO SOBRE OS TERRITÓRIOS

O presente capítulo traz os resultados obtidos através da aplicação da MAC nos *corpora* empíricos. Integram este item a apresentação e discussão dos resultados obtidos em dois momentos analíticos distintos: determinação dos valores-notícia identificados nos *corpora* e mapeamento e seleção do material analítico dos periódicos. A fim de proceder a leitura de forma ordenada, optou-se por mapear os valores-notícia segundo a distinção territorial (Aljarafe-Doñana e Quarta Colônia) – que constituem, nessa ordem, os dois subcapítulos do presente item. Além, fez-se uso das entrevistas realizadas para sustentar a análise e dar-lhe balizamento empírico adequado. A sequência da análise, com as remissões ao compêndio teórico, está disposta no capítulo seguinte.

5.1 Aljarafe-Doñana em pauta: o que é notícia sobre a comarca

O presente item está dividido em dois subtópicos, ambos resultantes da aplicação da MAH sobre os *corpora*. O primeiro retrata e discute a cobertura noticiosa sobre assuntos relacionados à identidade territorial especificamente no jornal *Diario de Sevilla*. O segundo subtópico refere-se ao contexto informativo dos periódicos produzidos pelas assessorias de imprensa das associações, ou seja, as revistas *Adad* e *Tierra Sur*.

5.1.1 Quando Aljarafe-Doñana é notícia: valores-notícia e identidade em evidência

Iniciando pela apresentação da primeira fase analítica, interessava descrever quais os critérios de noticiabilidade foram agenciados pela organização jornalística *Diario de Sevilla* ao retratar a região de *Aljarafe-Doñana*. Ao definir quais os critérios mais recorrentes, pôde-se determinar quais os acontecimentos e assuntos mais comuns retratados, compreendendo, assim, como a referida região foi visibilizada pela mídia jornalística na Província de Sevilha.

O jornal *Diario de Sevilla* foi criado em 1999 com proposta gráfica inovadora, renovando o *layout* de jornais impressos em Sevilha, sendo de médio porte e com circulação regional. O jornal circula prioritariamente em Sevilha, cidade de 704.198 habitantes, onde sua

tiragem chega a 100.000 exemplares, tornando-o o segundo jornal mais lido da província. A província de Sevilha é formada por 102 municípios⁸⁵, onde circulam cerca de 4.000 exemplares diários do jornal⁸⁶. A comarca de Aljarafe-Doñana situa-se na denominada “área metropolitana”, circundante à sede e composta por 46 municípios.

É interessante notar que mesmo a tiragem do periódico não sendo realmente representativa em relação à população da província, foi constatado que, tanto em sua versão impressa como na *online*, há uma editoria voltada unicamente para noticiar acontecimentos nos municípios que a integram, evidenciando a preocupação da empresa para com o âmbito localizado de sua abrangência. A cifra de tiragem é representativa levando-se em conta a população da região, o contexto de leitura de periódicos impressos na Espanha⁸⁷ e o fato de a maioria dos municípios produzirem seus próprios jornais.

Para a presente pesquisa foi realizado levantamento junto à hemeroteca pública da cidade de Sevilha, buscando recolher material referente ao período de 2005 a 2009 de circulação do periódico. A data foi delimitada pelo fato de estar em meio à aplicação de planos de desenvolvimento locais gerenciados pelas políticas europeias (Leader e Proder), fator determinante para a injeção de capital nas comarcas. Havendo capital disponível para encetar projetos, ampliam-se consideravelmente as ações políticas localizadas, logo, maior a probabilidade de ocorrerem acontecimentos “novos”, passíveis de serem noticiados. Assim, assuntos relacionados ao tema desenvolvimento provavelmente se fariam mais presentes durante este período, sendo possível determinar, caso fossem noticiados, qual a relação com elementos como identidade e território.

A busca foi realizada a partir dos nomes das cidades integrantes da comarca de *Aljarafe-Doñana* como palavras-chave. No levantamento inicial foram catalogadas 58 matérias jornalísticas publicadas em 24 edições do periódico, compreendidas entre o dia 11 de janeiro de 2005 e 04 de setembro de 2009 (conforme quadro apresentado no apêndice B). Compunham as matérias 30 notícias, 22 reportagens, três notas e três textos opinativos, os quais foram submetidos à análise de conteúdo na busca da determinação dos principais critérios de noticiabilidade agenciados pela produção jornalística, da temática, do assunto retratado e das fontes consultadas.

⁸⁵ Com total populacional de 1.917.097 indivíduos segundo dados do *Instituto Nacional de Estadística* referentes a janeiro de 2010. Fonte: <[HTTP:// WWW.ine.es](http://www.ine.es)> Acesso em 10 de dezembro de 2011.

⁸⁶ Segundo dados de 2005. Dados atualizados sobre o periódico não constam nos resumos de pesquisas de mercado e audiência realizadas pela *Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación* (AIMC).

⁸⁷ Segundo o relatório *Estudio General de Medios*, produzido pela AIMC, pesquisa realizada entre fevereiro e novembro de 2011 mostrou que a leitura de periódicos impressos na Espanha decresceu nos quatro anos antecedentes (4,3%), alcançando a cifra de 14 milhões de leitores (universo: 39 milhões de indivíduos). Fonte: [HTTP://www.aimc.es](http://www.aimc.es). Acesso em 10 de dezembro de 2011.

Considerou-se que, dentre os critérios de seleção (determinantes na escolha do acontecimento a ser noticiado), a atualidade e a proximidade constituíam-se como pré-existent, visto serem inerentes ao caráter do periódico (diário) e ao espaço geográfico onde circula (área metropolitana de Sevilha). Sendo assim, os dois valores apontados são pressupostos à cobertura noticiosa de *Aljarafe-Doñana* realizada pelo *Diario de Sevilla*.

Na ADoc operacionalizada foi realizada a leitura do material e foi delimitada a presença de critérios primários (apontados no título e no lead das matérias) e, em alguns casos, secundários (presentes no corpo dos textos). A temática delineou a área abrangente na qual poderia ser encaixada a matéria, tendo relação direta com o assunto tratado (especificidade). As fontes de informação também foram destacadas (seu caráter institucional) a fim de demarcar as relações entre os sujeitos do discurso na busca das intencionalidades dos enunciadores. O quadro apresentado no apêndice C representa a leitura qualitativa das matérias publicadas pelo *Diario de Sevilla*.

A partir da leitura das matérias foi possível delinear um retrato representativo da Comarca de *Aljarafe-Doñana* através dos critérios noticiosos empregados corriqueiramente e das temáticas mais recorrentes no periódico *Diario de Sevilla*. Após análise foi possível verificar que a comarca foi visibilizada midiaticamente pelo periódico da seguinte forma:

CNP	Controvérsia (19); Dia Noticioso (18); Relevância (8); Inesperado (6); Infração (3); Morte (2) ----- Total: 56
CNS	Relevância (27); Proximidade (17); Notabilidade (16); Controvérsia (5); Atualidade (5); Inesperado (4); Notoriedade do ator principal (4);

Quadro 7 - Quantificação dos critérios de noticiabilidade observados no *Diario de Sevilla*.

O quadro acima destaca os critérios de noticiabilidade primários (CNP) e os critérios noticiosos secundários (CNS) mais recorrentes. Em se tratando dos CNP, esses foram computados uma única vez por matéria porque se trata dos elementos condicionantes da escolha dos assuntos a serem noticiados. Cada critério primário encontrado teve como pressuposto a atualidade e a proximidade, conforme já especificado acima. Sendo assim, o par repetiu-se 56 vezes, agregado aos demais elementos quantificados. Certamente a quantificação da presença dos critérios é meramente ilustrativa e não pode ser considerada como representativa da amostra coletada, visto a abrangência do período estipulado para compor o agrupamento constituído pelas matérias jornalísticas do periódico *Diario de Sevilla*. Contudo, constitui-se como importante indicativo dado pelo número de repetições ao ser comparado com o universo de matérias analisadas.

Assim, percebeu-se que como critérios primários, ou seja, aqueles que determinam o que deve ser noticiado e são apresentados na titulação e abertura das matérias, houve a prevalência do valor “controvérsia”. Como critério, a controvérsia está diretamente relacionada a acontecimentos ou fatos geradores de dúvida, os quais devem ser elucidados pelo trabalho de reportagem. O fazer jornalístico pressupõe que um dos elementos definidores da profissão é justamente elucidar os pontos geradores de controvérsia ou conflito nos acontecimentos noticiosos de modo a fornecer à audiência subsídios que permitam compreender os fatos de maneira holística e contextual, permitindo ao público, a partir das informações fornecidas pelo repórter, elaborar suas próprias conclusões. Pode-se considerar, assim, que o valor “controvérsia” é reflexo de outro valor, a “atualidade”, visto que sua existência e importância somente pode ser expressa na medida que os fatos ou acontecimentos a serem noticiados se relacionem com o hoje (periodicidade) do veículo.

Como exemplos típicos de títulos noticiosos que evidenciam o valor “controvérsia”, podem-se citar: “A nova saída da A-49 para *Umbrete* poderia estar pronta na primavera”⁸⁸; “O prefeito não cederá à chantagem de *Umbrete*”⁸⁹, ou ainda “A Estação Biológica pede que se evite a retirada do Diploma de *Doñana*”⁹⁰. Os títulos destacados mostram a existência de elementos contraditórios que foram esclarecidos no decorrer das notícias, fornecendo ao leitor explanação sobre o assunto. Como notícia publicada na seção “Província”, o critério noticioso evidencia sua importância referente às controvérsias existentes no estabelecimento de uma empresa sevilhana na comarca, visto que dois municípios competiam pela mesma (*Bollullos de la Mitación* e *Umbrete*). A cartola (elemento gráfico que destaca alguma informação acerca da notícia) evidencia o espaço de referência (*Aljarafe*), localizando o leitor.

A região do *Aljarafe* é retratada como sendo historicamente e de forma contínua alvo de problemas devido à falta de planejamento ocupacional adequado e cuja maior parte da população é formada por imigrantes advindos de outras regiões da Espanha ou do centro de Sevilha. Como qualquer outra área urbanizada, está sujeita a problemas de segurança pública e infra-estrutura (principalmente de transporte); por localizar-se geograficamente no entorno da cidade de Sevilha é por vezes considerada cidade-dormitório. Como pontos positivos destacados da região há a presença de associações e entidades voltadas para o desenvolvimento local que buscam continuamente apoio para implementar projetos voltados para a sustentabilidade e valorização dos patrimônios natural, histórico e cultural. É perceptível a escolha criteriosa de

⁸⁸ Todas as traduções do espanhol para o português citadas na tese foram produzidas por nós. “*La nueva salida de la A-49 a Umbrete podría estar lista en la primavera*” (D.S., 11/01/2005).

⁸⁹ “*El alcalde no cederá al ‘chantaje’ de Umbrete*” (D.S., 18/02/2005).

⁹⁰ “*La Estación Biológica pide que se evite la retirada del Diploma de Doñana*” (D.S., 12/02/2005).

assuntos envolvendo a comarca, visto que o seu segmento urbanizado é retratado continuamente a partir do viés temático que envolve infra-estrutura e logística, permitindo à área ser reconhecida através dessas características.

O *Aljarafe* também é lembrado por abrigar parte importante do patrimônio arquitetônico espanhol remanescente da formação dos *pueblos* interioranos, sendo considerada uma das comarcas mais representativas de Sevilha na arquitetura típica andaluz. Um exemplo característico de matéria jornalística que retrata a região do *Aljarafe* Sevilhano é a reportagem intitulada “Mais que uma cidade dormitório”⁹¹, na qual o repórter evidencia a relação do *Aljarafe* com o grande aumento da população advinda da capital. A reportagem aborda o crescimento urbano no local tendo como principal fonte de informação um estudo realizado pela Associação para o Desenvolvimento de *Aljarafe-Doñana* (Adad) em conjunto com três universidades andaluzas, que mostra como o aumento desordenado do espaço afeta o cotidiano dos *pueblos*. É dado destaque como fonte de informações ao diretor da associação, referenciando-o como fonte autorizada e legitimada a manifestar-se sobre o assunto.

Quanto à abordagem do patrimônio natural da comarca, o Parque Natural de *Doñana* tem destaque, cujos principais itens ressaltados dizem respeito a assuntos relacionados à proteção da fauna e flora, relacionando as boas práticas de manejo à sustentabilidade de ações desenvolvidas no local. Uma típica reportagem que versa sobre o assunto mostra a área de *Doñana* como alvo de uma controvérsia: a União Européia demanda que a travessia de uma zona do parque realizada anualmente durante a Romaria do *Rocío* (evento anual que ocorre no mês de maio) tenha seu impacto ambiental reduzido. Na matéria intitulada “Europa exige que seja reduzido o impacto da romaria do *Rocío* sobre *Doñana*”⁹², são mostradas as relações dicotômicas entre a prática costumeira da romaria do *Rocío*, evento tradicional típico andaluz, e o espaço no qual ele acontece, caracterizando o evento como sendo de grande impacto ambiental para a natureza do parque.

Outra reportagem que destaca a natureza de *Doñana*, mas cujo mote vai além da questão ambiental subjacente ao tema, é a intitulada “Negócio e natureza, em harmonia”⁹³, que noticia o parque e ações sustentáveis nele praticadas a partir do viés do desenvolvimento sustentável (tema verificado inclusive pela presença da cartola indicativa “*Desarrollo Sostenible*”). A matéria mostra como uma fazenda localizada em meio à área protegida do parque produz de modo sustentável, sendo reconhecida em toda a Europa pelo manejo das *marismas*

⁹¹“*Más que una ciudad dormitorio*” (DS, 02/03/2009).

⁹²“*Europa exige que se reduzca el impacto de la romería del Rocío sobre Doñana*” (DS, 04/03/2005).

⁹³“*Negocio y naturaleza, en armonía*” (DS, 13/02/2005).

de *Doñana*. Elementos do ecoturismo também são mencionados. A reportagem foi publicada no caderno “Economia e Emprego”⁹⁴, constituindo-se como produção temática especial, sendo produzida com o objetivo de evidenciar elementos específicos (no caso, o manejo sustentável e a relação entre produção e natureza). Como fontes de informação foram contatados os proprietários da fazenda, que se manifestam sobre o trabalho realizado no local, além de enfatizarem, através de declarações, o equilíbrio entre produção e ambiente. É interessante notar que a intencionalidade geradora da pauta da reportagem fica explícita nos critérios de escolha: relevância e notabilidade, provando que matérias frias também auxiliam o leitor a compreender o contexto no qual se insere. Assim, ao espaço natural de *Doñana*, integrante da Comarca de Aljarafe-*Doñana*, é atribuída a característica de ser alvo de ações de desenvolvimento sustentável, contrapondo a maioria das pautas noticiosas que evidenciam controvérsias envolvendo a ação humana no espaço.

A presença de chamadas de capa em referência a cidades da província não é prática usual adotada pelo periódico, e quando aparecem refletem, na grande maioria das vezes, o critério controvérsia. O mesmo raciocínio pode ser aplicado ao segundo critério mais aparente: o “dia noticioso”. Normalmente recorre-se a esse valor quando não há nenhum acontecimento essencialmente relevante para ser noticiado ou quando seu caráter de novidade é reflexo de sucessivas suítes⁹⁵, cujo desenvolvimento de novos acontecimentos não possuam outros valores mais expressivos a serem considerados. Como exemplo referente a esse critério, uma reportagem fria⁹⁶ sobre a primavera na região de *Doñana*, enfatizando o potencial turístico do local, relacionado à localização do parque e pelo fato de o mesmo ser reconhecido como a última reserva intocada da Europa Ocidental (“Primavera nas marismas”⁹⁷). Outro exemplo é a reportagem “Os rincões da boa mesa”⁹⁸, que destaca a região da comarca a partir da constituição de uma rota gastronômica que valoriza o território. Pese a valoração noticiosa sem precedência da atualidade, a matéria menciona os “sinais identitários” locais como sendo relacionadas aos pratos típicos servidos nos cerca de 100 restaurantes mencionados no guia gastronômico produzido por uma entidade de desenvolvimento da comarca (*Mancomunidad del Aljarafe*).

⁹⁴ “*Economia y Empleo*” (DS, 13/02/2005).

⁹⁵ Suíte constitui-se de uma notícia continuada, que já perdeu seu valor de novidade devido a sua presença anterior no noticiário. Geralmente seu valor reside na expectativa que suscita na audiência em relação às suas possíveis consequências.

⁹⁶ Reportagem ou notícia “frias” são matérias jornalísticas não relacionadas à atualidade, mas que cumprem o papel de evidenciar algum aspecto noticioso do assunto em pauta.

⁹⁷ “*Primavera en las marismas*” (DS, 23/03/2005). No caso, *marismas* são áreas alagadas, similares a banhados ou várzeas.

⁹⁸ “*Los rincones de la buena mesa*” (DS, 13/07/2005).

Ambas reportagens mostram uma abordagem distinta sobre a comarca, diferenciada em relação aos assuntos usuais e sob ótica diversa, mas desde os mesmos critérios noticiosos (dia noticioso). Por terem sido publicadas na seção “Viver em Sevilha”, pretendem evidenciar a cidade (e província) a partir de vieses distintos, destacando aspectos que fogem do usual “ser notícia”, permitindo ao leitor visualizar a comarca desde uma cena variada.

Sobre os demais valores noticiosos primários (relevância, inesperado, infração e morte), destaca-se sua importância por refletirem seu caráter de novidade relacionado ao espaço, destacando-o a partir de intencionalidade essencialmente noticiosa, da mesma forma que as referências aos fatores noticiosos secundários, estes em sua grande maioria relacionados aos aspectos de relevância, proximidade e notabilidade. É compreensível que os critérios secundários espelhem os aspectos direta ou indiretamente relacionados ao espaço (proximidade), pois a grande maioria das notícias foi publicada nas seções voltadas para o local (Província, Sevilha ou Viver em Sevilha), totalizando 77,2% das ocorrências. Como fatores determinantes do valor estão as relações intrínsecas entre sujeitos e instituição que tomam forma dentro da redação do periódico, podendo-se inferir daí que são fatores eminentemente jornalísticos responsáveis por retratar a região no periódico.

É interessante notar que as matérias frias publicadas no jornal *Diario de Sevilla* mencionam elementos típicos ou diretamente relacionados ao território da comarca e a delimitam a partir de dois qualificativos historicamente reconhecidos pela população local: a urbanização representada pela alta densidade populacional do *Aljarafe* e o apreço à natureza de *Doñana*, permitindo ao leitor perceber a região a partir dessas duas características essenciais.

Após a determinação dos elementos presentes nos enunciados sobre o recorte territorial operacionalizou-se a delimitação dos componentes discursivos por eles formados. Em se tratando da qualificação do discurso jornalístico e da determinação da Formação Discursiva Jornalística (FDJ) a partir da delimitação dos objetos, modalidades enunciativas, conceitos e estratégias, presente nas matérias jornalísticas publicadas no *Diario de Sevilla* que constituem parte do *corpora*, chegou-se aos resultados, descritos e analisados na sequência.

Sobre os objetos, era pressuposto que o discurso jornalístico discorre sobre os mais variados assuntos, os quais são tomados da realidade perceptível e conformam-se de acordo com o regime de realidade típico ao fazer jornalístico. Como condicionantes do regime de verdade, instituem-se os valores-notícia, descritos acima. Sendo assim, a ótica de produção noticiosa envolvendo o espaço geográfico de *Aljarafe-Doñana* toma como importantes assuntos a partir dos critérios de: controvérsia e dia noticioso (critérios primários) e relevância (cri-

tério secundário), os quais são agenciados após o enquadramento dos assuntos nos valores atualidade e proximidade.

Os valores-notícia agenciados auxiliam na leitura dos objetos de realidade jornalísticos (ORJ). O modo como os assuntos (fatos informados e passíveis de constatação ou pertencentes ao passado recente ou histórico, acontecimentos convencionados ou em processo), os sujeitos (fontes e suas declarações) e os saberes (estado de coisas, saberes compartilhados como verdadeiros, saberes em constante atualização e normatizações) foram relacionados, permite inferir que o fazer jornalístico e suas regras de delimitação temática e factual foram os responsáveis pela manutenção do regime jornalístico de verdade comum à área e ao *ethos* profissional. Por mais que existam matérias frias que não reproduzam a atualidade da comarca, elas enfocam objetos jornalísticos por excelência, relacionados a vieses diferenciados das abordagens restritas à atualidade que contribuem para a construção de um retrato variado sobre a região.

Sobre as modalidades enunciativas é importante ter em mente que todas as matérias jornalísticas são produzidas por repórteres e de acordo com o fazer profissional reconhecido, originando matérias em formatos mais ou menos padronizados. Constatou-se que: o principal enunciador dos textos é a instituição jornalística, visto que a maioria dos textos possuem autoria clara (repórter), e quando este não é apontado, “a redação” é responsabilizada. Seja através de autoria definida ou sujeito ao apagamento de responsabilidade, a instituição jornalística torna-se evidente porque o modo de produção, o formato discursivo e o periódico são específicos e passíveis de reconhecimento por parte do leitor.

Em se tratando dos formatos, linguagem, do modo de disposição das declarações de entrevistados e também das outras fontes de informação, o discurso endossado pelo *Diario de Sevilla* é representativo do discurso jornalístico. Seu “lugar de fala” e a regularidade dos formatos são endossados historicamente e reconhecidos por reproduzir o padrão jornalístico e seu regime de verdade, compreensível de modo ainda mais claro a partir dos fatores que tornam os assuntos notícia, ou seja, os critérios de noticiabilidade já elencados.

Os conceitos, também definidores da FDJ, estão dispersos nas relações formatos-linguagens, que definem o padrão jornalístico e suas características regularidades discursivas. O modo como as declarações são expostas e a relevância das fontes de informação consultadas são também elementos que caracterizam o discurso jornalístico e estão presentes na própria dispersão discursiva que define a FDJ. Pode-se aplicar o mesmo raciocínio às estratégias definidoras do discurso jornalístico. O modelo histórico e reconhecidamente padronizado de produção da materialidade discursiva origina-se de relações de poder que ocorrem dentro da

organização jornalística e suas fontes de informação, caracterizando o discurso do periódico e o discurso noticioso nele publicado como sendo jornalísticos.

A cobertura jornalística realizada pelo *Diario de Sevilla* da comarca de *Aljarafe-Doñana* apresenta uma especificidade que somente pôde ser evidenciada após leitura atenta do resultado do mapeamento dos critérios noticiosos empregados, perceptível na comparação entre o ser notícia (matérias factuais) e o tornar-se notícia (matérias contextuais). As relações perceptíveis na produção noticiosa podem ser visualizadas na figura abaixo (figura 4).

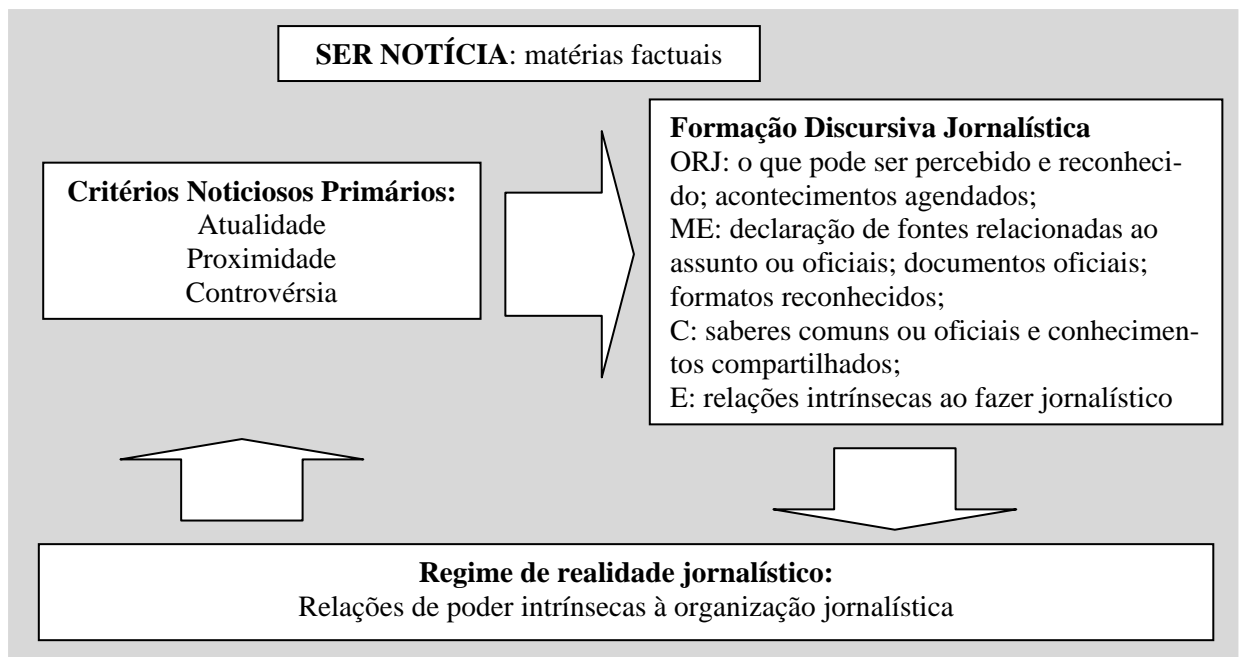


Figura 4- Relações atuantes nas matérias factuais publicadas no *Diario de Sevilla*.

Nas matérias factuais a formação discursiva jornalística é condicionada basicamente pelas relações de poder intrínsecas à organização jornalística, as quais, por sua vez, agem determinadamente sobre os critérios noticiosos que influenciam na efetivação desses mesmos critérios. As relações de poder, neste caso, são inerentes ao espaço da organização e podem ser representadas pela hierarquia da empresa, pelos direcionamentos editoriais e normativos do veículo e pelas relações interpessoais dentro da sala de redação. As relações entre repórteres e fontes de informação não tem caráter determinante sobre o regime de realidade porque são secundárias se comparadas à determinação dos critérios noticiosos. O “novo” que caracteriza a notícia e lhe permite ser considerada atual se sobrepõe a todo e qualquer valor e, necessariamente, delimita o conjunto de fontes de informação que deve ser consultado. Prova desse

fato são as fontes agenciadas nas matérias jornalísticas factuais mapeadas no apêndice dois, representadas em sua ampla maioria por falas e declarações oficiais relacionadas ao assunto.

São os critérios noticiosos os elementos que mais diretamente influenciam a constituição da formação discursiva jornalística, pois são o resultado acabado do fazer profissional dos jornalistas, determinando sua atitude no trabalho diário de reportagem sobre assuntos factuais. A ação de buscar informações e a quem recorrer para obtê-las depende mais da pauta e sua relação com a factualidade do que propriamente da disponibilidade de fontes que possam se manifestar a respeito. O jogo de poder intrínseco ao esquema organizacional jornalístico é que define as regras de conduta do profissional na cobertura noticiosa factual e constitui o regime de verdade inerente ao processo de produção jornalístico, claramente perceptível no cotidiano das redações de periódicos diários, onde o peso da atualidade tem maior relevância. Em se tratando de matérias jornalísticas contextuais, que independem da atualidade, os critérios determinantes do tornar-se notícia agem de modo distinto.

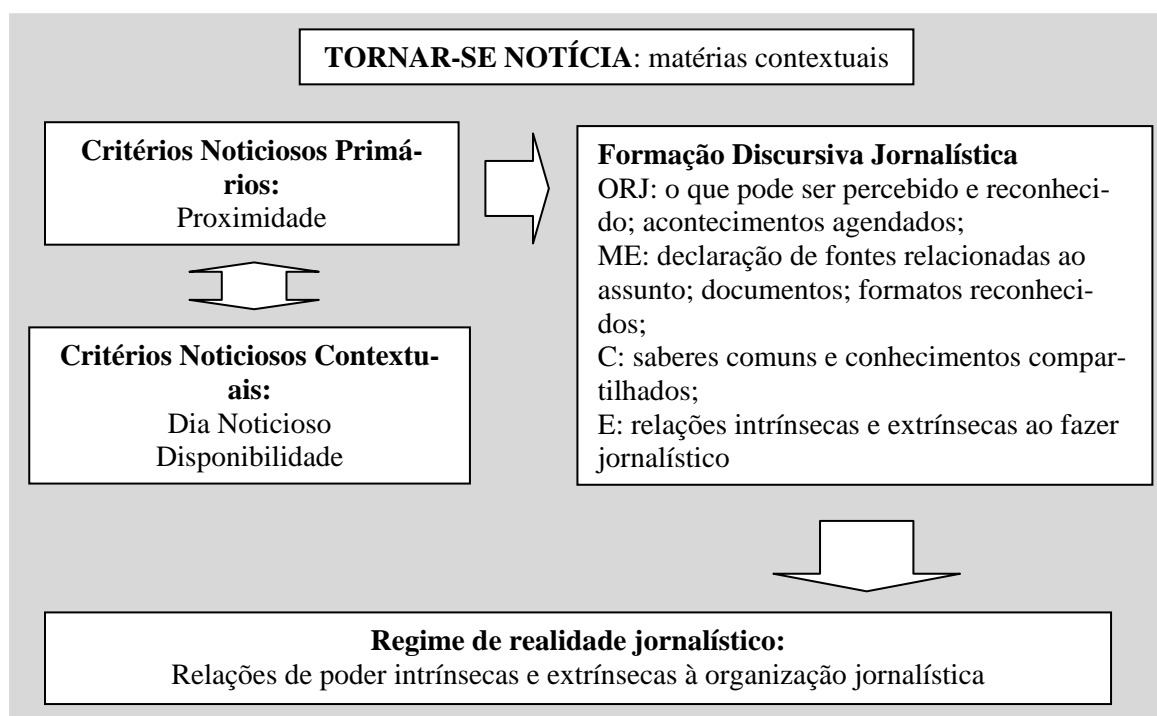


Figura 5- Relações atuantes nas matérias contextuais publicadas no *Diario de Sevilla*.

Nas matérias de contexto há dois grupos de critérios agindo concomitantemente: os substantivos e os contextuais – ambos integrantes dos valores noticiosos de seleção, ou seja, determinantes do que pode ser notícia. A razão para que os critérios contextuais “dia noticioso” e “disponibilidade” atuem em conjunto pode ser explicado pelo fato de que a atualidade

não é determinante de matérias de contexto, visto que não são assuntos factuais, mas sim mais amplos e independentes do fator determinante tempo. Rompendo com o critério factualidade, as matérias analisadas mantêm relação com o recorte retratado através da proximidade – referencial que situa o texto no espaço. Contudo, apenas o valor-notícia proximidade não possui peso suficiente para justificar a produção noticiosa e outros elementos adquirem relevância na determinação da pauta, como a disponibilidade de informações e o acesso às fontes.

Supondo que o *ethos* jornalístico exige que o repórter cumpra seu papel de busca de informações e estas dependem dos valores atualidade e proximidade, o redator obrigatoriamente retornará à sala de redação com os dados necessários para produzir a notícia, sob pena de não cumprir sua tarefa e o jornal não cumprir sua função social – daí os critérios de seleção contextuais serem secundários no momento de construção da pauta das matérias factuais, mas centrais na cobertura de matérias jornalísticas “frias”. Os critérios noticiosos de construção (aqueles que agem na apresentação do material jornalístico) por sua vez, incidem sobre a forma do texto da notícia. Considerando-se que os formatos jornalísticos são mais ou menos fixos, compartilhados pela comunidade jornalística e compreendidos pelo público, os critérios de construção são inerentes ao fazer noticioso e dele constituem o padrão, tendo incidência secundária na produção da pauta.

Prescindindo da factualidade outras relações de poder passam a influenciar na delimitação da pauta, muitas das quais se encontram fora da organização jornalística: relações entre repórteres e fontes de informação, relação entre repórteres e instituições diversas e entre repórteres e assessorias de comunicação. Abrindo-se espaço para atores externos à organização influenciarem na delimitação do que é notícia, muitas vezes é permitido que as relações interpessoais tenham peso determinante na delimitação do que pode se tornar notícia. Essas relações são especialmente importantes para a presente tese porque representam a possibilidade das assessorias de imprensa das associações (*ARA* e *Adad*) agirem na delimitação de pauta do periódico *Diario de Sevilla* e serem, inclusive, contatadas como fontes de informação. Sendo assim, quando a factualidade não é determinante, muitas vezes é a disponibilidade da fonte de informação é decisiva, e o peso das relações interpessoais e subjetivas entre repórter e fonte de informação (“conhecida”) passa a influenciar na delimitação da pauta.

O apêndice C mostra claramente as matérias contextuais e os enunciadores agenciados como fontes de informação: na sua maioria associações voltadas para o desenvolvimento que se localizam na comarca. Em se tratando da presença dessas associações como fontes de informação em matérias contextuais, pode-se inferir que sua influência é garantida pela possibilidade de atuar justamente no espaço dispersivo das relações interpessoais, agindo na sugestão

de pautas contextuais. As pautas ditas “frias” são geralmente oriundas de observação dos próprios repórteres ou de sugestões oriundas de terceiros (em alguns casos das assessorias de imprensa), permitindo assim que as relações extrínsecas à organização jornalística atuem de maneira determinante na delimitação desses assuntos, dando visibilidade a determinados cenários e contextos que não aqueles essencialmente jornalísticos.

No caso específico da *Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana (Adad)*, a presença de uma assessoria de imprensa (AI) estruturada possibilita que se faça uso dos dispositivos de saber referentes à produção noticiosa, influenciando também na delimitação de pauta de veículos da imprensa tradicional (IT). Quando bem firmada, a relação AI – IT, aventa-se a possibilidade de se estabelecer relações de confiança entre os sujeitos envolvidos no processo, que por mais que sejam informais, tem peso na delimitação de assuntos a serem cobertos. Em entrevista, a assessora de imprensa da associação (Rocío Gómez Romero) afirmou que há esse caminho de mão dupla entre a assessoria e os repórteres dos veículos jornalísticos, abrindo espaço para que a associação pudesse constituir-se como fonte de informação e tornar-se notícia.

(Rocío): [...] temos uma boa relação com os jornalistas. Com o passar do tempo fizemos bons amigos, visto que é muito interessante manter contato. Trabalhamos muito e eventualmente temos que visitar os jornalistas da capital, conhecê-los em encontros, para também mostrar que existimos e que atuamos na mesma área. Sempre facilito muito o trabalho deles, os convido a nos conhecer, envio informações quando me solicitam. Atender a todos os jornalistas quando solicitam informações é uma estratégia essencial. Se não posso atendê-los imediatamente, faço-o o mais rápido possível.⁹⁹

Um exemplo da relação entre a AI e a imprensa local é a entrevista publicada no jornal “*El periódico del Aljarafe*”, de fevereiro de 2010, onde o presidente da associação (e também prefeito da cidade de *Huéver del Aljarafe*) fala sobre o financiamento de atividades realizado pela entidade. Com formato pingue-pongue¹⁰⁰, a entrevista é assinada pela assessora da Adad, mas sem qualquer inferência a seu cargo ou relação com a associação. Essa estratégia, como

⁹⁹ “(...) *tenemos una buena relación con los periodistas. Con el pasar del tiempo tenemos buenos amigos, pues que es muy interesante tener contacto. Trabajamos mucho y eventualmente tenemos que salir y conocer los periodistas de la capital, conocerlos através de encuentros, para también mostrar que existimos y que trabajamos en la misma área. Yo siempre facilito mucho el trabajo de ellos, los invito a venir conocernos, envío informaciones cuando me la piden. Es una estrategia esencial atender a los periodistas cuando me lo solicitan informaciones. Si no lo puedo inmediatamente, lo hago el más rápido possible.*” (ROMERO, Rocío e CALDERÓN, Alfredo. **Adad ya la identidad comarcal**: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. Pilas, sede da Adad, 2010. (55min, registro digital).

¹⁰⁰ Este formato de entrevista é conhecido também pelo nome “pergunta-resposta”, onde as respostas do entrevistado são reproduzidas a partir de sua própria fala (MEDINA, 2000).

um apagamento da produção do texto, permite que o leitor leia a matéria inferindo que a mesma tenha sido produzida pela equipe do jornal e que o sujeito ali retratado tenha sua presença legitimada por circunstâncias noticiosas essencialmente jornalísticas. Na verdade, a entrevista intitulada “Muitas ideias empresariais podem ser viáveis e com Adad tem uma porta aberta para seu financiamento”¹⁰¹ reproduz na íntegra um trecho da fala do presidente da associação, podendo ser considerada uma tática de visibilidade midiática. A manipulação do discurso jornalístico pela AI permite que textos oriundos de fora da organização jornalística sejam lidos como se fossem ali produzidos, permitindo que o leitor leia o texto como se fosse notícia e atente para o seu valor noticioso quando, na verdade, trata-se de uma estratégia de simulação do saber-fazer para angariar visibilidade e ter valor de verdade.

No caso da produção de matérias contextuais, percebe-se que são justamente as relações extrínsecas e interpessoais que são agenciadas como “vias de acesso” ao jogo que determina o que pode se tornar notícia. Os conceitos e estratégias, elementos centrais e delimitadores dos enunciados e que, por sua constituição dispersiva permitem o acesso de sujeitos externos ao jogo político que se materializa no discurso, estão subordinados às relações de poder entre os indivíduos e estruturas determinantes das visibilidades. Isso permite concluir que o espaço de influência das assessorias de imprensa dentro da organização jornalística é o das relações que delimitam o que pode tornar-se notícia – considerando-se a manipulação dos critérios de seleção contextuais. O espaço referente ao domínio da factualidade é exclusivo das relações de poder intrínsecas ao ambiente da organização jornalística e compete aos sujeitos que a integram.

Um ponto bastante interessante a ser mencionado sobre a cobertura realizada pelo *Diario de Sevilla* sobre o recorte espacial é a menção feita acerca da rota gastronômica do *Aljarafe* como “a cozinha de qualidade se converte em sinal de identidade da comarca”¹⁰². Nota-se que, por mais que a cobertura da comarca seja dispersa, há referência sobre a relação espaço-identidade, embora a partir de outra fonte de informação (*Mancomunidad para el Desarrollo del Aljarafe*). A presença explícita da relação espaço-identidade permite ao leitor ler a comarca a partir dos elementos culturais, e não apenas geopolíticos.

A manipulação dos critérios noticiosos contextuais pela AI da *Adad* mostra-se como dispersiva, embora a associação tenha sido fonte de informação basicamente sobre assuntos envolvendo ações de desenvolvimento relacionados ao cenário urbano. Constata-se que sua

¹⁰¹ “*Muchas ideas empresariales pueden ser viables y con ADAD tienen una puerta abierta a su financiación*”. (GÓMEZ, Rocío. *El periódico del Aljarafe*. Feb. 2010, p.13). A entrevista está reproduzida no anexo x.

¹⁰² “*La cocina de calidad se convierte así en la seña de identidad de una comarca*” (DS, 13/05/2005, p. 18). Texto completo reproduzido no anexo A.

influência como fonte de informação na delimitação de pautas contextuais é bastante restrita, mas este espaço de influência abre a possibilidade de visibilizar as ações desenvolvidas pela associação num contexto mais amplo – o da Província de Sevilha. Sendo assim, o objetivo de “existência” aventado pela assessoria foi alcançado, garantindo-lhe espaço importante no jogo de relações junto à organização jornalística, espaço e influência que podem ser ampliados no decorrer do tempo.

O quadro abaixo (quadro 7) apresenta de forma resumida a cobertura realizada pelo *Diario de Sevilla* da comarca de *Aljarafe-Doñana*. Partindo do material coletado, a análise evidenciou a presença de elementos diferenciados como constituintes da comarca, tendo na diferenciação geográfica entre o *Aljarafe* e *Doñana* seu ponto mais perceptível. O quadro representa o mapeamento resultante da primeira fase analítica da pesquisa.

	<i>Aljarafe</i>	<i>Doñana</i>
CN	Atualidade, Proximidade, Controvérsia, Dia Noticioso, Relevância	
Qualificação	- área altamente urbanizada; - espaço reconhecido pelo crescimento urbano; - área de turismo gastronômico; - sinal identitário principal: gastronomia	- área de proteção ambiental; - espaço natural mais reconhecido na Europa; - espaço de ações de desenvolvimento sustentável; - espaço onde tradição e preservação ambiental se encontram (Romaria do <i>Rocío</i>); - elemento definidor: sustentabilidade
Principais fontes de informação	- <i>Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana</i> ; - <i>Mancomunidad para el Desarrollo del Aljarafe</i> ;	- Ministério de Meio Ambiente; - Secretaria do Meio Ambiente; - entidades ambientalistas;
Relações de poder visualizadas	Agentes internos e externos à organização jornalística; pautas factuais: ação de agentes internos; pautas contextuais: ação de agentes externos;	

Quadro 8 - Resumo da cobertura realizada na Comarca de Aljarafe-Doñana (MF1).

Através da análise da cobertura jornalística realizada pelo *Diario de Sevilla* da Comarca de *Aljarafe-Doñana* pôde-se verificar que o ser notícia (factualidade) segue determinações essencialmente jornalísticas e o discurso oriundo é reflexo das relações de poder do meio jornalístico e ao saber referente ao jogo de forças a ele intrínsecas. Por outro lado, há espaço para a manifestação de interesses e a visibilização de características territoriais e identitárias. Tornar-se notícia (matérias contextuais) é ação encetada pelos agentes externos à organização jornalística que veem a presença na mídia como uma forma de despertar a atenção do público

leitor acerca de outras características do local, “mostrando-se” na vitrine midiática global. Percebe-se, então, que o poder de ação das AI das associações restringe-se ao espaço das informações de contexto, sendo agentes determinantes apenas quando a factualidade não é prioritária.

Agir sobre a organização jornalística desde seu exterior subentende conhecimento acerca dos códigos de conduta, o regime de verdade e também sobre os formatos textuais e discursivos continuamente reiterados pelos profissionais da mídia. As AI's, por terem jornalistas em seus quadros organizacionais, conhecem as regras do jogo e manipulam esse conhecimento na produção de periódicos específicos, como as revistas *Adad* e *Tierra Sur*.

5.1.2 Revista Adad e Revista Tierra Sur: quando o desenvolvimento determina a notícia

Em se tratando da análise dos periódicos produzidos pelas assessorias de imprensa, foram mapeadas quatro edições da revista *Adad* (números 9, 10, 11 e 12). O apêndice D mostra as referidas edições e as suas 91 matérias jornalísticas publicadas, totalizando 39 notícias, 29 notas, 10 textos opinativos, nove reportagens e quatro entrevistas. O referido mapeamento (ME1) é um dos resultados da primeira etapa da segunda fase analítica, através da qual aplicou-se a ADoc nas referidas edições no intuito de qualificar os valores notícia utilizados na produção das matérias e também delimitar os textos que passariam para a segunda etapa de análise (seleção E1). Foram selecionadas 26 matérias jornalísticas que passaram para a etapa analítica seguinte (E2), dentre as quais foram computadas nove notícias, sete notas, seis textos opinativos, duas reportagens e duas entrevistas.

Em se tratando dos critérios primários, percebe-se que o fator atualidade é precedente em relação aos demais, mesmo sendo considerada a periodicidade da revista, ou seja, as notícias publicadas não podem ser consideradas desatualizadas, visto que a noção sobre o que é atual refere-se ao período de seis meses. Por outro lado, o fator relevância repete-se nos valores secundários, indicando que os assuntos importantes para a equipe que produz a revista são homogêneos. Como o periódico é produzido pelo serviço de assessoria de imprensa da Associação, o fator relevância é considerado a partir das intencionalidades da entidade. O critério notoriedade do ator principal refere-se ao uso de fontes de informações consideradas oficiais, ou seja, que tem legitimidade para falar pela instituição que representa.

Quanto aos valores-notícia, foram encontrados os seguintes resultados:

CNP	Atualidade (15); Relevância (9); Notabilidade (1); Notoriedade do ator principal (1) Total: 26
CNS	Relevância (15); Proximidade (6); Notoriedade do ator principal (3); Atualidade (2); Notabilidade (1);

Quadro 9: quantificação dos critérios de noticiabilidade observados na Revista *Adad*.

Analisando o contexto no qual se estruturaram as matérias pode-se concluir que as mesmas são representativas do discurso jornalístico, reproduzindo de maneira mais ou menos homogênea os elementos que constituem a FDJ. Os objetos de realidade são os mesmos utilizados pelo regime de verdade do jornalismo, sendo guiados pela lógica de produção que considera a importância do acontecimento e a sua relação com o tempo e espaço no qual circula o periódico. Logicamente por se tratar de matérias produzidas por um serviço de AI, assuntos considerados como importantes seguem as intencionalidades da associação, sendo visibilizados segundo intencionalidades pertinentes aos objetivos da entidade e sendo resultado das relações de poder a ela implícitas.

O regime de verdade é reflexo das relações de poder intrínsecas à hierarquia organizacional da associação, estando a repórter submetida aos critérios noticiosos definidos em conjunto. Exemplo claro é a forma como a pauta da revista é discutida: em conjunto entre a repórter e o gerente administrativo da associação. Em entrevista, Alfredo Calderón (gerente da associação) e Rocío Romero abordaram a questão:

(Rocío): Por exemplo: as entrevistas, reportagens, artigos: Alfredo [gerente] pensa a respeito e propõe suas ideias, então nos reunimos e decidimos o que será publicado. As notícias, nós as produzimos.

(Alfredo): Mas não há planejamento no grupo no sentido de estipular o que será veiculado na revista. Nós [Alfredo e Rocío] a produzimos. Rocío é a jornalista e a produz.

(Rocío): Nós nos reunimos e vemos o que já saiu e procuramos outras coisas para publicar. [...] Tentamos trabalhar o território da comarca. O que ocorre no programa Leader, por exemplo, na comarca, com os empresários locais também.¹⁰³

A escolha conjunta de pauta entre o setor administrativo e o operacional influencia diretamente sobre os critérios noticiosos que definem a produção informativa do veículo. A

¹⁰³ “**R:** Por exemplo, las entrevistas, reportages, artículos, Alfredo piensa y las propone para mi. Nosotros nos reunimos y decidimos o que será publicado. Las noticias las vamos produciendo.

A: Pero no hay un planteamiento a nivel de grupo de decir lo que va a salir en la revista. Nosotros la producimos. Rocío es la periodista y la produce. **R:** Nosotros nos reunimos y vemos lo que ya ha salido y buscamos otras cosas para publicar. [...] Intentamos trabajar el territorio de la comarca. O que ocurre con el programa LEADER, por ejemplo, en la comarca, con los empresarios locales también.” (ROMERO, R. e CALDERÓN, A. *Adad y la identidad comarcal*: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. Pilas: Adad, 2010. (55 min, registro digital).

estrutura organizacional da associação, desde a ação de seu gerente, tem papel preponderante nas decisões sobre o que será publicado ou não. Sendo assim, as relações de poder atuantes sobre a pauta são estritamente intrínsecas à associação, mas não segundo o regime de verdade jornalístico. Outro regime de verdade é instituído e este é reflete relações outras subjugadas à estrutura hierárquica de poder, que toma por base a função da revista e o seu objetivo, guiado pela finalidade de existência da associação.

Assim, assuntos, sujeitos e saberes são retratados a partir das intencionalidades que regem a existência da revista desde sua função e seu objetivo de existência. Na entrevista, mencionaram a importância do periódico e seu papel na comarca de Aljarafe-Doñana:

(Rocío) Porque a revista é uma boa vitrine. E é a realidade da cadeia jornalística, com entrevistas interessantes, com artigos interessantes. Na web também está disponível, mas não se pode levá-la ao banheiro... quando saís de casa ao meio dia podes levá-la para ler...

(Alfredo) Ademais, a revista é um produto distinto...

(Rocío) E também pela criação dos sinais de identidade: é uma coisa da *Adad*.¹⁰⁴

É possível perceber a importância da revista como elemento de visibilidade da associação dentro da comarca na qual está inserida. Se o intuito é fazer do periódico uma vitrine para os assuntos relacionados à *Adad*, em função de ser reconhecido como uma revista jornalística, com a legitimidade inerente ao seu formato, inserem-se nesse meio as intencionalidades de reprodução de determinados enunciados intrínsecos à existência da associação e suas funcionalidades no meio social. Torna-se clara a intencionalidade do uso do saber jornalístico: angariar a visibilidade local e despertar a atenção da comarca para a associação, papel que a AI desempenha ao fazer uso do escopo discursivo jornalístico. Há, portanto, o uso dos elementos inerentes à FDJ para legitimar a existência da *Adad* e tornar notícia os assuntos de seu interesse, mas os mesmos estão subjugados ao papel da revista para a associação.

As modalidades enunciativas, formatos e conceitos presentes nas matérias publicadas na revista seguem o mesmo princípio, dando origem a enunciados que refletem o modo discursivo utilizado pelo jornalismo, mas desde outro regime de realidade. O papel do periódico como disseminador de ideias e informações sobre a comarca visibiliza elementos outros que comumente não encontram eco nos periódicos noticiosos. Por ser uma entidade voltada para

¹⁰⁴ “(Rocío) Porque la revista es un buen escaparate. Y es la realidad de la cadena periodística, con entrevistas interesantes, con artículos interesantes. En la internet también hay, pero no la puedes llevar a lo cuarto de baño... cuando sales de casa al medio día, puedes llevarla para leerla... (Alfredo) Además, la revista es un producto distinto... (Rocío) Y también por la creación de las señas de identidad: es algo de *Adad*.” (ROMERO, R. e CALDERÓN, A. Entrevista concedida a Joseline Pippi no dia 12 de março de 2010. 55’ – Pilas, Espanha).

fomentar estratégias de desenvolvimento locais, Adad trabalha com a perspectiva comunicacional local, pois

(Alfredo): Minha percepção do tema da comunicação: é fundamental que, como grupo de desenvolvimento, sejamos conhecidos pela população da comarca. O principal é que a comarca nos conheça, muito mais do que Sevilha ou em outros lugares. O fundamental é que tenhamos um vínculo comunicacional com a comarca.¹⁰⁵

A tática então é ter a revista como vitrine das ações da associação para a comunidade local, disseminando nos municípios as ações apoiadas e os projetos encetados. A ideia principal de criar a revista foi para despertar a atenção da comunidade local, visibilizando as ações e movimentos da entidade em prol do desenvolvimento rural sustentável – princípio defendido pela Adad desde sua criação. Por estar sob a tutela dos programas europeus de desenvolvimento, a associação reproduz em seu discurso determinações advindas das políticas nacionais e europeias, decisões tomadas em instâncias superiores. Há a constante reiteração do papel da Adad em enfatizar essas políticas, reproduzindo o discurso dos organismos oficiais que se manifestam sobre o desenvolvimento nos dois níveis (nacional e europeu). Essa relação é perceptível na constituição discursiva que determina o que é o território e sua conexão com a identidade e o desenvolvimento, resultado da segunda etapa analítica da pesquisa (E2).

Partindo da seleção de matérias destacadas da revista *Adad* (SE1, descritas no apêndice E), foi possível qualificar o território e relacioná-lo com o conceito de identidade concebido pela associação, na busca da existência e delimitação de uma “identidade territorial” compartilhada pelos sujeitos sociais da comarca de *Aljarafe-Doñana*.

Sobre o território definido e visibilizado nas matérias é interessante notar a atribuição de significado à logomarca Adad, que passou por mudanças na quinta edição da revista. A troca de logomarca, elemento que caracteriza a identidade, evidencia o investimento em estratégias de comunicação e também na visibilidade institucional da associação. A figura seis (abaixo) mostra a logomarca, cujo significado está relacionado ao território.

¹⁰⁵ “*My percepción del tema de la comunicación, porque es fundamental: es fundamental que, como grupo de desarrollo, nos conozca la gente de la comarca. El más fundamental es que nos conozca la comarca; más importante que nos conozcan en Sevilla o en otros niveles, lo fundamental es que tengamos un vínculo de comunicación con la comarca*”. (ROMERO, R. e CALDERÓN, A. Entrevista concedida a Joseline Pippi no dia 12 de março de 2010. 55’ – Pilas, Espanha).



Figura 6 -Logomarca da Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana.

O significado da marca atribuí às cores e ao formato da estrutura a elementos geofísicos visíveis da comarca: o verde diz respeito ao Espaço Natural de Doñana, “(...) que fazem de Aljarafe-Doñana um lugar de referência na Andaluzia desde o ponto de vista ambiental”¹⁰⁶; o azul corresponde à água

(...) recurso predominante de uma comarca cujos campos rega o grande rio da Andaluzia, o *Guadalquivir*, e pela qual atravessa de norte a sul um de seus principais afluentes, o *Guadamar*, que além de ser a principal fonte de água da marisma é corredor de espécies entre a *Sierra Morena* e *Doñana*. O terceiro elemento aquático são as *Marismas de Doñana*, que ocupam uma importante extensão superficial do nosso território, imprimindo-lhe caráter e vida.¹⁰⁷

O cor-de-laranja representa a cor da terra, que segundo o significado atribuído deve ser interpretado como a cor da terra, sendo lido como referência aos campos de oliveiras, videiras e cereais do Aljarafe, destacando o papel da agricultura na comarca. Os arcos presentes na logomarca se assemelham a elementos arquitetônicos e representam, segundo o texto, o legado patrimonial e artístico da região, que historicamente abrigou grandes civilizações.

¹⁰⁶ “(...) que hacen del Aljarafe-Doñana um lugar referencial em Andalucía desde el punto de vista medioambiental”. (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, nº10, dic. 2008, p.07).

¹⁰⁷ “(...) recurso predominante de una comarca cuyos campos riega el gran río de Andalucía, el *Guadalquivir*, y por la que atraviesa de norte a sur un de sus principales afluentes, el *Guadamar*, que además de ser el principal aporte de agua a la marisma es corredor de especies entre la *Sierra Morena* y *Doñana*. El tercer elemento acuático son las *Marismas de Doñana*, que ocupan una importante extensión superficial de nuestro territorio, imprimiéndole carácter y vida”. (Id. *Ibid*)

É interessante perceber a relação entre o território e alguns elementos culturais dele destacados, como por exemplo a referência ao legado arquitetônico dos povos que habitaram a comarca. Contudo, as referências que contribuem para a qualificação do território da comarca e a ele atribuem características visíveis são mencionadas quando o enfoque é direcionado para atividades que envolvem planos voltados para o desenvolvimento. Exemplo claro dessa relação intrínseca entre as características territoriais e o desenvolvimento pode ser melhor visualizada na figura nove, onde há forte referência às peculiaridades da construção habitacional característica da localidade (*choza marismeña*).

Nuevos Alojamientos Rurales

Inversión: 817.952,93 €
Subvención: 250.000 €

En una comarca con un potencial turístico tan atractivo como el del Aljarafe-Doñana, es necesario que tanto administraciones como el sector privado apuesten por la creación de infraestructuras y equipamientos turísticos, que permitan el incipiente desarrollo del sector. Y precisamente ésta ha sido una de las líneas principales de trabajo de ADAD en el último Marco Comunitario, para lo que se han apoyado distintas iniciativas privadas como la que aquí

exponemos. Se trata de la construcción de un complejo de casas rurales en la finca El Guijarrillo de Villamanrique de la Condesa, propiedad de la empresa Alaconde López, promotora del proyecto. Una de las peculiaridades de este complejo rural reside en sus casas, que se están realizando al estilo de las viejas chozas marismeñas, en madera y con techumbre de brezo. La oferta de alojamiento que propone esta empresa se completará con otra de



servicios turísticos como alquiler de caballos, piscina y zona deportiva o realización de rutas medio-ambientales.

Figura 7: referência a aspectos culturais da comarca e sua relação com o desenvolvimento.
 Fonte: (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, nº9, jun. 2008, p.08).

A referência ao estilo da construção como “velhas casas” permite compreender que as habitações da região apresentam um estilo específico que se tornou característico do lugar, diferenciando-o em relação aos demais. O destaque dado ao potencial turístico do município também permite ler o texto como peça de publicização da atividade retratada. O empreendimento, depois de concluído, foi retratado na capa da edição nº 12 da revista, provando para o leitor que a atividade foi concluída e que o espaço pode ser visitado.

Outra referência às características territoriais é apontada pelo uso racionalizado do potencial turístico e cultural do município de *Villamanrique de la Condesa*, mostrada pela figura dez (página seguinte). É possível perceber no modo como abordam os elementos constituintes do território e que compõem a identidade local o direcionamento da percepção do leitor para a

valorização econômica dos espaços e de suas características. A relação de dependência entre os elementos territoriais evidenciados e seu uso econômico torna-se ainda mais clara pela presença do investimento monetário envolvido no processo.

Artesanía y turismo Rural

Inversión: 285.863,41€ Subvención: 102.796,48 €

El potencial turístico y cultural de un municipio como Villamanrique de la Condesa es el origen de esta iniciativa empresarial de Alaconde López, empresa formada por cuatro jóvenes menores de 35 años de esta localidad. El objetivo de este nuevo proyecto es la apertura de una oficina de gestión turística que sirva para poner en valor desde el punto de vista económico las tradiciones, el entorno y la cultura manriqueña. Desde ella se ofrecerán paquetes y se

gestionarán eventos turísticos, pero también se procederá a la venta de artículos de artesanía típicos del municipio (mantones, tamboriles, etc...), con el objeto de fortalecer este sector económico cuya actividad en buena medida se lleva a cabo de manera no profesional. En este sentido, y con la finalidad de garantizar la calidad y autenticidad de estos productos artesanos, serán comercializados bajo el marchamo de una misma etiqueta de calidad.

The graphic includes two photographs: the top one shows an interior view of a modern office or shop with large windows overlooking a green landscape; the bottom one shows a display table covered with various colorful handmade crafts, including what appear to be woven items and small decorative objects.

Figura 8- Evidência do uso das características culturais da comarca de Aljarafe-Doñana.
Fonte: (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, nº9, jun. 2008, p.09).

Os elementos típicos citados (*mantones, tamboriles*) são mencionados como itens constituintes de uma estratégia cujo objetivo é agregar valor (*poner valor*) ao artesanato produzido no local. A valorização dos objetos, saberes, costumes e também da natureza desde o ponto de vista econômico é lembrado de forma recorrente nas matérias publicadas na revista. A constituição do cenário voltado para o uso econômico desses elementos é evidenciado desde sua conexão direta com estratégias de desenvolvimento, mas quando se torna visível no periódico, transcende o viés econômico e passa a ser consumido como informação.

O mesmo viés utilitário é atribuído ao espaço natural, como evidencia a figura 8, na página seguinte.

“*Poner valor*” constitui-se como principal estratégia de desenvolvimento exposta pela Adad, tanto no patrimônio cultural como no natural. O território é visibilizado na revista a partir de seu potencial de desenvolvimento, enquadrando-se nas linhas de financiamento estipuladas pela associação (e segundo as normatizações nacionais ou europeias). É importante ter em conta que a forma como o território é retratado parte da sua relação direta ou indireta com as estratégias de desenvolvimento adotadas, ou seja, o território é percebido em função do desenvolvimento.



Figura 9 - Uso racional dos recursos naturais segue princípio de desenvolvimento da Adad.
Fonte: (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, nº9, jun. 2008, p.13).

Outro exemplo de relação entre o território e o desenvolvimento, sendo aquele lido em função deste, pode ser visualizado na reportagem “Alojamentos turísticos que cativam”¹⁰⁸. O texto evidencia claramente o papel das características territoriais na facilitação da busca por uma identidade comarcal que congregue a cultura e os elementos naturais ao desenvolvimento, na busca da “agregação valorativa” ao significado deste.

Em pleno coração dos montes próprios de Villamanrique de la Condesa, num lugar de sonho, rodeado por um manto de azinheiras centenárias e pinhos, a empresa Alaconde López está erguendo o que será em poucos meses um dos complexos turísticos rurais mais extraordinários da província de Sevilha. Uma arquitetura perfeitamente cuidadosa e respeitosa com o ambiente, combinada com uma gestão perfeccionista e de qualidade, além de uma variada oferta de turismo ativo, constituem a carta de apresentação desta iniciativa que aposta por valorizar o alto potencial natural e cultural de Villamanrique, uma das principais portas de entrada de Doñana pela província de Sevilha.¹⁰⁹

O trecho mostra como é concebida a relação entre cultura, natureza e turismo – e desenvolvimento, mediadas pela sua importância em relação à iniciativa empreendedora da empresa ao conceber a construção de um complexo turístico rural. O tom literário com que o

¹⁰⁸ “Alojamentos turísticos que cautivam”. (Revista Adad. Nº9, jun 2008, p. 18-19).

¹⁰⁹ “Em pleno corazón de los montes propios de Villamanrique de la Condesa, em um enclave de ensueño, rodeado por um manto de encinares centenarios y pinos piñoneros, la empresa Alaconde López está levantando el que será em pocos meses uno de los complejos turísticos rurales más extraordinários de la província de Sevilla. Una arquitectura perfectamente cuidada y respetuosa com el entorno, combinada com una gestión perfeccionista y de calidad y una variada oferta de turismo activo, constituyen la carte de presentación de este sugerente iniciativa que apuesta por valorizar el alto potencial natural y cultural de Villamanrique, uma de las principales puertas de entrada a Doñana por la província de Sevilla”. (Id., Ibid, p. 18).

texto é construído permite ao leitor construir uma imagem romântica do lugar, associando a ele o ideário já conhecido e estereotipado do meio rural como espaço de tranquilidade e calma, serenidade, harmonia e contato com a natureza. É interessante notar o uso recorrente de adjetivos que pretendem caracterizar o espaço desde o que se supõe sejam seus atributos mais peculiares e importantes para criar uma imagem pictórica adequada para o leitor. Na sequência da matéria são apresentadas algumas especificidades do complexo turístico construído, que reproduz as características estruturais do casario típico da região, as *chozas marismeñas*. “A peculiar fisionomia das edificações permite fusão harmoniosa do complexo com o entorno natural no qual se localiza, uma suave ladeira em meio a uma espetacular paisagem de bosque mediterrâneo”¹¹⁰. A forma de construção da matéria deixa claro para o leitor que os elementos tradicionais e naturais de Villamanrique, a partir da construção dos alojamentos rurais, poderá ser desfrutado como um produto. “(...) todo ele inspirado nas antigas edificações marismeñas, as chozas, com interiores rústicos (ainda que perfeitamente condicionados e com as últimas tecnologias) (...)”¹¹¹. Assim, o rural “tradicional” representado pelas construções típicas do lugar poderá ser desfrutado com todo o conforto pelo visitante.

Embora as características territoriais sejam apenas mencionadas superficialmente no texto, as adjetivações e o tom literário atribuído ao discurso evidenciam o interesse do enunciador ao despertar a atenção do leitor através do uso de fotografias do lugar. Seguindo a lógica de visibilizar o território, o texto associado às imagens desperta a curiosidade do leitor que, para o enunciador é na verdade um possível consumidor. A relação entre a empresa e a associação é expressa da seguinte forma:

Esta privilegiada situação geográfica, a viabilidade do projeto, a dilatada experiência em gestão empresarial dos promotores e as generosas perspectivas de criação de emprego e riqueza que gerará a criação do complexo rural foram razões mais que suficientes para convencer a Associação para o Desenvolvimento de Aljarafe-Doñana (Adad) a prestar seu incondicional apoio à empresa Alaconde López, um apoio que em termos quantitativos se traduz numa subvenção dentro da linha 2 do Leader + que supera os 250 mil Euros.¹¹²

¹¹⁰ “*La peculiar fisionomía de las edificaciones permite una fusión armoniosa del complejo con el entorno natural en el que se ubica, una suave ladera en medio de un espectacular paisaje de bosque mediterráneo*”. (Idem).

¹¹¹ “*(...) todo ello inspirado en las antiguas edificaciones marismeñas, las chozas, con interiores rústicos (aunque perfectamente acondicionados y dotados con las últimas tecnologías) (...)*”. (Idem).

¹¹² “*Esta privilegiada situación geográfica, la viabilidad del proyecto, la dilatada experiencia en gestión empresarial de los promotores y las generosas perspectivas de creación de empleo y riqueza que generará la puesta en marcha del complejo rural fueron razones más que suficientes para convencer a la Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana (Adad) a prestar su apoyo incondicional a la empresa Alaconde López, un apoyo que en términos cuantitativos se traduce en una subvención de la línea 2 de Leader + que asciende a 250 mil Euros*”. (Idem).

Ou seja, é visível o elemento principal que mantém o vínculo entre a associação e a empresa: o financiamento a partir do programa Leader +, um dos direcionadores de investimento da União Europeia para ações voltadas para o desenvolvimento das zonas rurais da Espanha. Sendo assim, um dos vieses de leitura da territorialidade parte de seu potencial utilitário para as políticas de desenvolvimento. É perceptível no discurso da revista *Adad* que os elementos culturais e identitários são tidos como potencialmente utilizáveis se podem, de alguma forma, serem empregados em projetos que gerem emprego e riqueza para o meio rural. O exemplo evidenciado mostra como o uso de elementos tradicionais (as reproduções das *chozas*) podem ser utilizados em projetos voltados para o desenvolvimento, como traços diferenciados podem ser empregados em ações que, ao mesmo tempo valorizem um saber específico e também tenham valor econômico.

No fechamento da matéria um box mostra explicitamente o valor atribuído a esses elementos culturais e naturais na constituição de uma estratégia que evidencie o potencial turístico da cidade de *Villamanrique de la Condesa*, da comarca de *Aljarafe-Doñana*. A valorização do território passa, necessariamente, pela disponibilidade de financiamento da *Adad* a qual, por sua vez, depende de linhas de investimento da UE voltadas para este objetivo.

O turismo mostra-se como um dos elementos centrais que direcionam a percepção do que é e como funciona o desenvolvimento na comarca. O turismo é mencionado como atividade que busca captar a atenção dos sujeitos e direcioná-la para os constituintes culturais que realmente podem ser consumidos como produtos, como o consumo da experiência do território. Um exemplo é o desfrute da natureza de *Doñana*, representada pela aposta no turismo ornitológico. *Doñana*, por ser uma das maiores reservas naturais da Europa e também por sua localização geográfica privilegiada, é local de reprodução de grupos migratórios de aves, sendo considerado espaço ideal para a observação. Um dos nichos de investimento da UE é exatamente voltado para projetos que façam uso deste potencial. A associação, por sua vez, desenvolve estudos que detectem as debilidades do território que possam ser sanadas para a implementação desta estratégia.



Figura 10 - Turismo rural como estratégia de Adad.
Fonte: (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, nº9, jun. 2008, p.19).

É perceptível que a importância dada aos elementos endógenos constituintes do território depende da forma como eles podem ser explorados em função de projetos que visam adequar-se ao financiamento da UE. O turismo como forma de captação de recursos é uma estratégia amplamente difundida na comarca de Aljarafe-Doñana, sendo detectado como potencialidade territorial desde um ponto de vista de atribuição valorativa a elementos endógenos e sui generis como as chozas marismeñas, as gaitas rocieras ou os pássaros de Doñana. Na verdade, o potencial inerente da cultura e da constituição natural do espaço da comarca possui valor para os indivíduos que ali vivem e também para o restante do planeta por existirem e serem representativos de um saber específico. No entanto, quando são percebidos desde seu potencial diferenciador e exclusivo daquele espaço específico, territorializam-se e tornam-se um elemento a mais ao qual se atribui valor comercial.



Figura 11 - O turismo ornitológico é uma das apostas turísticas.
 Fonte: (REVISTA ADAD. Pilas: Adad, n°9, jun. 2008, p.16).

Para Adad o valor da cultura e identidade territoriais do espaço no qual se estende passa a ter novo significado e outro peso quando lido desde seu potencial de uso em prol do desenvolvimento. O “*poner valor*” aludido constantemente nas matérias faz jus ao papel atribuído ao território desde sua materialidade significativa, que se torna essencial como produto a ser consumido. Então seu valor histórico, cultural, natural, social e religioso transcende o significado inicial e passa a significar algo totalmente novo e lido a partir do papel que desempenha em prol do desenvolvimento – finalidade do uso do território.

Na Revista Adad de dezembro de 2008 foi publicado relato enfocando os debates realizados na comarca sobre os projetos a serem implementados e que seriam inclusos no plano estratégico de desenvolvimento andaluz, o NERA. Os debates foram realizados em grupos temáticos que contavam com a presença de indivíduos da comunidade e empreendedores das diversas cidades da comarca, reunidos com o intuito de contribuir para com a produção do NERA. Nota-se que a associação reproduz ações que integram a comunidade no planejamento de ações voltadas para o desenvolvimento no sentido de compartilhar ideias e planejar quais

os nichos de ação merecem atenção especial no tocante a receber investimentos dos órgãos de financiamento espanhóis e europeus.

As reuniões de trabalho são divididas em grupos temáticos onde os sujeitos debatem as possibilidades de ação. A revista evidencia essas ações como pontos positivos do processo de construção coletiva das estratégias da Adad, integrando ao discurso da associação a característica referente ao empoderamento social dos indivíduos da comarca. No grupo dedicado à economia local e empresa foi debatida a relação entre o turismo, as novas tecnologias de comunicação e a economia local da comarca. Como resultado do debate chegou-se à seguinte conclusão, publicada como nota:

Em relação ao turismo, um dos setores econômicos com mais potencial em Aljarafe-Doñana, o grupo entende que é imprescindível continuar agregando valor aos recursos endógenos através de atuações como a criação de rotas turísticas e a valorização do patrimônio natural e cultural. Também é de suma relevância a comercialização dos produtos turísticos e a implantação de sistemas de qualidade, que aportem valor agregado e diferenciação positiva num mercado cada vez mais global e competitivo. (Tradução nossa).¹¹³

Fica evidente a relação utilitarista das características endógenas do território (cultura, natureza) no momento que é considerada a possibilidade de serem implementadas ações que valorizem esses itens a partir da sua diferenciação no mercado competitivo global. A partir do momento que as marcas identitárias são consideradas como produto, tornam-se mercadoria e podem ser consumidas como tal. Um dos fatores que pode garantir seu consumo é justamente por serem diferentes, por serem ofertadas como tendo um caráter específico. O exemplo reproduzido abaixo ilustra essa relação, evidenciando que o uso das características do território se constitui como ferramenta que podem impulsionar o turismo no território da comarca, “facilitando a valorização e o aproveitamento dos recursos turísticos e dos valores naturais e culturais da zona” (Revista Adad. Nº11, jun 2009, p. 15).

¹¹³ “*Em relación ao Turismo, uno de los sectores económicos com más potencial em el Aljarafe-Doñana, la Mesa entiende que ES imprescindible continuar poniendo em valor los recursos endógenos a través de actuaciones como la creación de rutas turísticas y la valorización del patrimonio natural y cultural. También es de suma relevância la comercialización de los productos turísticos y la implantación de sistemas de calidad, que aporten um valor añadido y diferenciación en positivo em un mercadocada vez más global y competitivo*”. (Revista Adad. Nº10, dic 2008, p. 08).



Figura 12 - Exemplo de uso das características territoriais como produto mercadológico.
 Fonte: (Revista Adad. Nº11, jun 2009, p. 15)

O caso de Ríotinto é emblemático e representa claramente a valorização do território e sua consequente transformação em mercadoria. Em 2004 uma parte considerável do território de Doñana foi assolado por um incêndio que destruiu o patrimônio natural do lugar. Depois do acontecido, os GDR que tiveram suas áreas atingidas pelo incêndio se uniram para montar uma estratégia de recuperação dos espaços destruídos. Uma ação colocada em prática visava criar “ferramentas” para reestuturar e impulsionar o turismo na área atingida. Por ser conhecida por suas especificidades biológicas, a região de Ríotinto foi alvo de ações dos GDR que criaram novas “rotas cartográficas, material promocional, catálogo de atuações, etc” no intuito de facilitar a valorização e o aproveitamento da região. Como material promocional foi editado um livro intitulado “Terras com caráter de Andaluzia”, enfatizando as características territoriais de Ríotinto e despertando a atenção principalmente para os elementos naturais que constituem o espaço. O fato de haver um livro evidenciando o espaço de Ríotinto e mostrando ao leitor diversas formas de fazer uso desse espaço constitui-se como uma maneira de promover o lugar a partir de seus constituintes naturais, ou seja, de seu território. Como tática, o uso de material promocional impresso evidencia o papel da mídia no processo, servindo de “ferramenta” para a implementação de estratégias relacionadas à recuperação do lugar.

No momento que os GDR's envolvidos no processo de “valorização” das características de Riotinto apostam na produção de material que visibilize a região, torna-se visível a tentativa de territorializar determinadas características e mostrá-las a partir da diferenciação em relação às demais. O discurso utilizado nessa estratégia repete os objetivos dos grupos de desenvolvimento de outros locais, que por sua vez são simulacros da política europeia de recuperação das áreas rurais: visibilizar e despertar o interesse para o consumo; gerar emprego e riqueza a partir da valorização das especificidades geográfico-culturais, ou seja, do território.

Na maioria das matérias que fazem referência ao território e destacam a presença de características culturais ou naturais, não há menção explícita a quais sejam exatamente esses atributos. Assim, sabe-se que as referências aludem ao território somente porque é mencionado nas matérias, mas o que realmente o qualifica, não é evidenciado senão de maneira generalista. A comarca possui planejamento de ações voltadas para o desenvolvimento próprio, elaborado em conjunto com a comunidade. O documento NERA (Nova Estratégia Rural da Andaluzia) é um projeto extenso produzido em conjunto com a comunidade e organizado pela associação, evidenciando o planejamento de atividades a serem desenvolvidas pelo GDR no período 2007-2013. No decorrer de suas 452 páginas apresenta a comarca e as linhas de ação do grupo, atribuindo papel importante às características endógenas e intrínsecas ao território da comarca.

Em entrevista concedida, tanto o gerente quanto a assessora da Adad foram questionados acerca da possível presença de características endógenas e da constituição de uma cultura da comarca como elemento de coesão identitária ligada ao território. A partir de uma definição cultural estabelecida desde elementos perceptíveis e dos quais se possam fazer uso através de estratégias de desenvolvimento, Alfredo Calderón (gerente da associação) referiu-se da seguinte maneira à relação entre cultura e identidade na comarca:

[Alfredo] Quais são os sinais de identidade? É a cultura. Há uma cultura no Aljarafe e há uma cultura em Doñana. Se analisarmos a comarca, Aljarafe e Doñana são espaços muito antigos. O Aljarafe existe desde a época árabe e Doñana foi território selvagem até um século. Há uma identidade cultural do Aljarafe, uma identidade que é fruto de muitas coisas: da agricultura e também do assentamento de grande parte da burguesia sevilhana que tem casa de verão na comarca. (...) Temos a área de marisma de Doñana, que está dentro do parque nacional. Doñana tem uma parte dentro da província de Sevilha, de Cádiz e de Huelva e tem seus próprios sinais de identidade: as pessoas da marisma tem sua forma de ser, de pensar, de se relacionar, tem uma identificação com o território, tem uma cultura. (Tradução nossa).¹¹⁴

¹¹⁴ “[Alfredo]: *Cuales son las señas de identidad? Es la cultura. Hay una cultura en Aljarafe e hay una cultura en Doñana. Se analizamos la comarca, Aljarafe y Doñana son espacios muy antiguos. Alarafe existe desde la época árabe y Doñana fue territorio selvage hasta un siglo. Hay una identidad cultural del Aljarafe, una identidad que viene fruto de muchas cosas: de agricultura e también del asentamiento de grande parte de la burgue-*

Ou seja, para a associação há grupos de elementos que configuram a cultura local, mas com suas especificidades relacionadas aos espaços: Aljarafe e Doñana. O NERA aponta quais caracteres integram o escopo cultural da comarca, ao qual a associação busca pôr em evidência: “O patrimônio cultura de Aljarafe-Doñana é resultado de séculos de história comum, uma história que originou um rico acervo no qual não faltam monumentos, artesanato, usos e tradições sugeridas, gastronomia típica, arquitetura própria e características etnográficas de importante valor”¹¹⁵. A tais elementos característicos são atribuídos valores relacionados ao fato de estarem num determinado local, ou seja, a própria comarca. São esses os elementos distintos escolhidos como definidores da cultura local, são os itens territorializados que determinam a cultura e a partir dos quais haverá possibilidade dos indivíduos identificarem-se.

Por mais que as regiões tenham origens históricas e de povoamento comuns, há diferenças essenciais entre elas. Por ser uma região altamente urbanizada, o Aljarafe é conhecido por possuir patrimônio arquitetônico diferenciado, fruto do alto índice populacional da região, mas que ainda mantém sua estrutura basicamente rural:

Não obstante, com apenas um passeio por qualquer município pode-se absorver seu tesouro cultural, tipicamente rural e visível em suas casas, fazendas, praças e ruas. As casas da comarca são na sua maioria brancas, com plintos coloridos ou de azulejos, normalmente de dois pisos, apegas umas às outras, potencializando o conceito e o sentimento de vizinhança, um dos valores humanos mais interessantes do meio rural andaluz. (Tradução nossa).¹¹⁶

Em se tratando do espaço de Doñana é interessante notar que a constituição do mesmo como parque natural reconhecido em toda a Europa é uma das marcas principais atribuídas ao espaço, passando a ter valor central e definidor de estratégias sustentáveis de uso da área. “Doñana começa a ser visualizada como um recurso natural que é patrimônio de todos, que é necessário conservar e que supõe seja uma interessante fonte de riqueza e emprego se reali-

sia sevillana que tiene sus residencias de verano en la comarca. (...)Tenemos la área de la marisma de Doñana, que está dentro del parque nacional. Doñana tiene una parte dentro de la provincia de Sevilla, de Cádiz y de Huelva y tiene sus propias señas de identidad: la gente de la marisma tiene su forma de ser, de pensar, de relacionarse, tiene una identificación con el territorio, tiene una cultura.”

¹¹⁵ “El patrimonio cultural del Aljarafe-Doñana es resultado de siglos de historia común, una historia que ha originado un rico acervo, en el que no faltan monumentos, artesanía, usos y tradiciones sugerentes, una gastronomía típica, una arquitectura propia o unas características etnográficas de un importante valor”. (NERA, 2007, p.146).

¹¹⁶ “No obstante, con tan sólo dar un paseo por cualquiera de los municipios, puede absorberse su tesoro cultural, típicamente rural y visible en sus casas, haciendas, plazas y calles. Las casas de la comarca son mayoritariamente blancas, con un zócalo de color realizado con pintura o azulejos, normalmente de dos plantas, adosadas a los lados y en la parte trasera, de manera que se potencia el concepto y sentimiento de vecindad, uno de los valores humanos más interesantes del medio rural andaluz. (Idem, p. 148).

zarmos um aproveitamento sustentável racional”¹¹⁷. A região possui especificidades como, por exemplo, ter a única população de lincos ibéricos do planeta – espécie de felinos ameaçada de extinção devido ao encurtamento de seu espaço natural de sobrevivência. Além da natureza, dois elementos culturais da região de Doñana que possuem valor cultural para a população são as marismas e a Romería del Rocío.

As marismas tem como características culturais específicas a produção de casas tradicionais com cobertura feita de um tipo de planta encontrado na região. A produção do telhado dessas construções é reconhecidamente artesanal e o conhecimento sobre o modo de trançar as fibras vegetais é passado de geração a geração através da oralidade. Constatou-se que o costume estava se perdendo pelo fato de, atualmente, a construção de casas mais modernas estava sendo preferida às *chozas* tradicionais.

O caso da romaria do orvalho, peregrinação católica que ocorre anualmente no domingo de Pentecostes na região de Doñana, é especial porque agrega elementos culturais compartilhados não somente pelos moradores da comarca, mas por grande parte da população andaluza - principalmente de seu segmento ocidental. A rota cruza pela região denominada “coto de Doñana”, espaço preservado inserido dentro do parque nacional e natural. Anualmente são contabilizados focos de incêndio no local devido ao alto índice de romeiros (em 2006 somou-se mais de um milhão de peregrinos), que percorrem o caminho até a aldeia do Rocío durante a semana que acontece a romaria. A peregrinação é considerada desde seu caráter histórico e tem papel cultural fundamental na constituição identitária andaluz porque os romeiros percorrem os quilômetros até a aldeia a pé, a cavalo, em carros de boi ou charretes, com suas vestimentas tradicionais. Além de ser uma manifestação religiosa tipicamente católica, a romaria do orvalho é considerada como um dos mais tradicionais eventos culturais da comarca.

Em entrevista, Rocío Gómez Romero afirmou a importância desses elementos culturais essencialmente Doñaneros da comarca como características essenciais para definir a cultura e identidade das pessoas que fazem parte da comarca. Mostrando as edições de nº 11 e 12 da Revista Adad, a entrevistada evidencia a importância dos elementos culturais tradicionais na constituição da identidade comarcal, itens valorizados pela associação e aos quais são agregados valores tanto intangíveis (significados) quanto materiais (produtos).

¹¹⁷ “Doñana comienza a visualizarse como um recurso natural que es patrimonio de todos, que es necesario conservar y que puede suponer una interesante fuente de riqueza y empleo si realizamos un aprovechamiento sostenible y racional” (Id., p. 148).

Isto é uma *choza marismeña*. O teto é feito de junco, de forma artesanal. Hoje não haviam mais artesãos que faziam este tipo de cobertura e o saber marismeño sobre esse tipo de construção estava se perdendo. Nós construímos uma *choza marismeña* para o turismo na região, de forma artesanal e segundo a tradição. Fazendo isso estamos recuperando uma técnica artesanal que estava se perdendo, estamos recuperando um valor cultural. Aqui a tradição diz que as irmandades que vão ao Rocío vão em carretas de madeira puxadas por bois. Há um concurso para escolher a carreta mais bonita. O concurso é uma forma de atribuir valor e o que está sendo recuperado é a tradição. (Tradução nossa).¹¹⁸

Abaixo, a figura 13 mostra as capas das edições da Revista Adad evidenciando os elementos tradicionais aos quais são agregados valor por parte da associação. ‘Poner valor’ refere-se à escolha dessas características como sendo representativas da cultura da comarca e são visibilizadas com o intuito de despertar a atenção do público leitor da revista. Tanto a romaria do orvalho como a casa tradicional são simulacros culturais utilizados como baliza para a criação de uma identidade aglutinadora que pode ser compartilhada pela experimentação. Logicamente há iniciativas turísticas implementadas pela Adad que fazem uso tanto da romaria quanto da marisma como elementos centrais de experimentação do cotidiano da comarca.

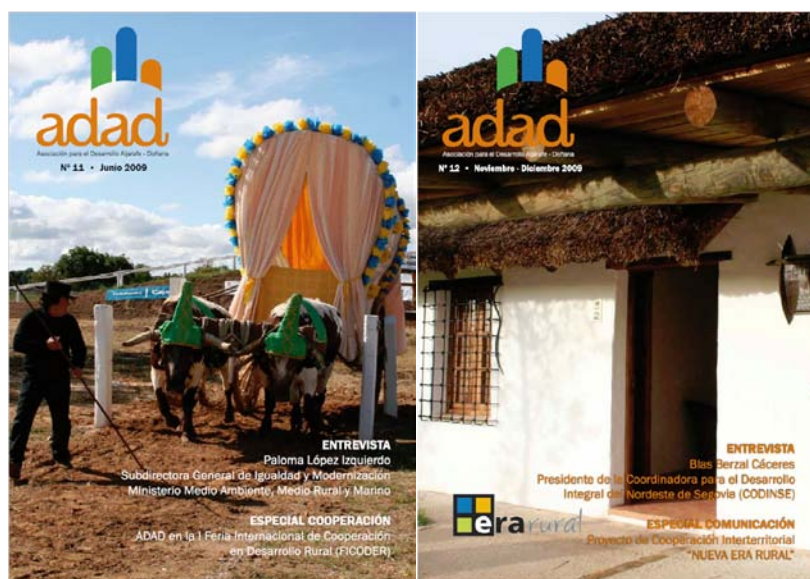


Figura 13 - Elementos culturais evidenciados pela Revista Adad.

¹¹⁸ *Eso es una choza marismeña. El techo es hecho de briza, de forma artesana. Hoy no habian más artesanos que hacían este tipo de techo y el saber de la gente marismeña sobre ese tipo de construcción estaba pierdéndose. Nosotros hemos construido una choza marismeña para el turismo en la región, de la forma artesana y según la tradición. Hacendo hecho estamos recuperando una artesanía que se estaba perdiendo, estamos recuperando un valor cultural. Aquí la tradición dice que las hermandades que van al Rocío van en carretas que son de madera y son tiradas por bueyes. Hay un concurso para escoger la carreta más bella. Se hace un concurso, se pone valor y o que se está recuperando es una tradición.* ROMERO, Rocío e CALDERÓN, Alfredo. **Adad y la identidad comarcal:** entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. Pilas: sede da Adad, 2010. (55min, registro digital).

A justificativa para o uso desses dois elementos identitários específicos é apontada desde sua relação direta com o desenvolvimento local, do qual se constitui como estratégia. Em entrevista, quando questionado sobre uma possível relação entre identidade e desenvolvimento, Alfredo Calderón, diretor da Adad apontou que o papel da identidade territorial é crucial para a determinação de quais atividades ou elementos culturais devem ser integrados a estratégias de desenvolvimento. O desenvolvimento é o objetivo das ações e projetos implementados pela associação, sendo o uso dessas características específicas uma maneira de despertar a atenção das pessoas da própria comarca sobre seu patrimônio cultural e também das pessoas de fora, pondo em evidência aspectos que podem ser consumidos como *sui generis*. Para o gerente da associação,

A parte sul de nosso território está dentro do parque de Doñana e o plano estratégico estabelece que aqui não se pode ter indústrias ou outro tipo de atividades prejudiciais. Então, como desenvolver-se? Fizemos um estudo que nos auxiliou a determinar o impacto ambiental das indústrias do norte da comarca no espaço de Doñana. Os estudos mostraram como diminuir o impacto ambiental e potencializar o turismo na região. Isso é desenvolvimento e portanto agregar valor à identidade. A questão é que devemos saber o que é que de alguma forma agrega valor à identidade do território. Um exemplo é o cultivo de azeitona de mesa, muito tradicional na Andaluzia. Aqui, esse cultivo vem de séculos e nossas oliveiras são diferentes: compare nossas oliveiras com as de Jaén, são totalmente distintas! Os habitantes tradicionais daqui, os agricultores, identificam seu território com sua atividade, que é tradicional. É uma região com cultura própria. (Tradução nossa)¹¹⁹

O uso dessas imagens específicas não possui caráter meramente ilustrativo. Fruto de uma estratégia voltada para a exploração turística da comarca, a visibilidade das características culturais é uma tática plausível encontrada pela associação, correspondente às diretrizes apontadas pela União Europeia e pelos organismos hierarquicamente superiores a Adad: o Ministério do Meio-Ambiente, Meio Rural e Marinho (MARM) e Associação para o Desenvolvimento Rural da Andaluzia (ARA). Seguindo o plano estabelecido pelo FEADER e também pelo NERA, a associação percebeu no uso dos recursos territoriais endógenos uma forma de

¹¹⁹ *La parte sur de nuestro territorio está dentro del parque de Doñana y el plan estratégico establece que no se puede tener industrias o otro tipo de actividades perjudiciales. Entonces, como desarrollar? Hemos hecho un estudio que nos ayudó a determinar el impacto ambiental de las industrias de la parte norte de la comarca en el espacio de Doñana. Los estudios nos mostraron como disminuir el impacto ambiental y potenciar lo turismo en la región. Eso es desarrollo, y portanto poner valor a la identidad. La cuestión es que tenemos que saber o que es que lo de alguna forma pone valor a esta identidad del territorio. Un ejemplo es el Ecultivo de la aceituna de mesa, muy tradicional em Andalucía. Aí ese cultivo viene de siglos y nuestros olivos son distintos: compare nuestros olivos con los de Jaén, son totalmente distintos! Los habitantes tradicionales de aquí, los agricultores, identifican su territorio con su actividad, que és tradicional. Es una región com una cultura propia. (Id., Ibid.)*

cumprir metas estabelecidas pelos organismos supracitados. A visibilidade da identidade nada mais é que uma tática utilizada em função do discurso do desenvolvimento.

A atribuição valorativa dos elementos regionais considerados identitários cumpre com as especificações apresentadas no NERA, base do planejamento plurianual a ser desenvolvido pela associação da comarca. “(...) é necessário reduzir para fortalecer a comarca como ente territorial que aponta soluções globais aos problemas de cidadania, o GDR vem trabalhando há uma década para forjar uma identidade comum e solidária (...)”¹²⁰. A elaboração da identidade passa pelo mapeamento de características intrínsecas que possam ser diretamente relacionadas ao território e que dele dependam e também pela formulação de um discurso que possa ser reconhecido pelos habitantes da comarca como representativo de seus anseios culturais e também de seu cotidiano. Mesmo que o propósito seja a criação de um elo interpessoal e também interinstitucional (em se tratando dos órgãos que determinam a iniciativa) em nível comarcal, a iniciativa de visibilizar os elementos identitários é voltada para o desenvolvimento de Aljarafe-Doñana, ou seja, a cultura é utilizada em função da finalidade. De acordo com o documento, o turismo é priorizado como ação estratégica na atribuição de valor ao patrimônio cultural da comarca:

A riqueza patrimonial (natural e cultural) de nosso território está animando a movimentação do setor [turístico], que nas localidades da comarca que integram o Espaço Natural de Doñana encontra seu principal atrativo nos espaços naturais, enquanto que no Aljarafe mais interior se apresenta na forma de uma interessante oferta gastronômica e de turismo cultural. (Tradução nossa)¹²¹

Outro exemplo de uso do patrimônio cultural como elemento de distinção são as imagens de cenas da comarca que ilustram o cabeçalho do sítio eletrônico da associação. A figura 16, na página seguinte, mostra três características culturais relacionadas à identidade comarcal: a produção artesanal das tradicionais mantas bordadas, a paella como prato típico e as conceituadas azeitonas de mesa produzidas na região do Aljarafe. A página na associação é um dos elementos comunicacionais mais dinâmicos utilizados para evidenciar os trabalhos desenvolvidos e os projetos colocados em prática pela Adad. Utilizado como fonte de infor-

¹²⁰ “(...) es necesario reducir para fortalecer la comarca como ente territorial que aporta soluciones globales a los problemas de la ciudadanía, el GDR viene trabajando desde hace una década para forjar una identidad comarcal común y solidaria (...)”. (NERA, p. 154)

¹²¹ “La riqueza patrimonial (natural y cultural) de nuestro territorio está alentando la puesta en marcha de este sector, que en las localidades de la comarca que integran el Natural de Doñana encuentra su principal atractivo en los espacios naturales, mientras que en el Aljarafe más interior se presenta en forma de una interesante oferta gastronómica y de turismo cultural.” (NERA, p. 158).

mação sobre a comarca, o site mostra o que é realizado pelo gabinete de comunicação: as edições da revista Adad, notícias produzidas (com material multimídia) e também hiperlinks que levam o internauta a outras páginas online de informações noticiosas sobre a comarca – principalmente aquelas que mencionam a associação. O site mantém espaço de contato direto com a assessoria de imprensa, sendo disponibilizadas as diferentes formas de contato com a equipe mantenedora do sítio eletrônico, onde também se aventa a possibilidade de seguir a Adad nas redes sociais (*twitter, facebook, picasa, flick, youtube*).

A maneira como as características culturais são evidenciadas nos diversos suportes midiáticos mantidos pela associação é um forte indício da importância que a comunicação exerce no cotidiano da Adad. Tanto a revista quanto o site interagem, referenciando-se mutuamente e direcionando o leitor (ou internauta) a outros links relacionados aos organismos europeus que fomentam os projetos de desenvolvimento. Sendo Adad um GDR cujo objetivo principal é implementar ações de desenvolvimento local amparadas pelas políticas europeias e andaluzas, desperta a atenção o uso atribuído ao contingente cultural da comarca. Pese os diferentes espaços nos quais são evidenciadas as “marcas identitárias” comarcais, torna-se claro o objetivo do uso desses elementos: despertar a curiosidade a ponto de tornar-se um elemento a ser consumido.

As imagens são apresentadas logo abaixo da barra de menus, sendo o espaço de maior visibilidade da página. Ao despertar a curiosidade do internauta sobre os elementos retratados, no site são disponibilizadas informações sobre o significado desses elementos e o porquê de eles serem considerados tradicionais e representativos da cultura do *Aljarafe*. Imagens em referência a *Doñana* também são mostradas, evidenciando principalmente o patrimônio natural, com suas especificidades características. Tais elementos fazem parte do patrimônio não somente arquitetônico, mas caracterizam o território da comarca, caracteres específicos e existentes somente nesta região da Espanha. A comarca, assim, passa a ter duplo significado na constituição da identidade dos indivíduos que ali residem: há o apreço pelas características naturais que a caracterizam enquanto espaço a ser preservado e também os elementos específicos diretamente relacionados à cultura – ambos aglutinantes da identidade territorial.



Figura 14 - Elementos tradicionais evidenciados como constituintes do território.
(fonte: WWW.adad.es)

De acordo com as matérias publicadas na revista Adad integrantes da SE1, o território é visibilizado a partir da diferenciação entre Aljarafe e Doñana segundo seis aspectos distintos, elaborados de acordo com os elementos característicos e que são responsáveis pela atribuição valorativa identitária à comarca.

É interessante notar que a Revista Adad refere-se ao patrimônio cultural da comarca a partir dos seis elementos discriminados acima. Segundo especificações elencadas no NERA, os referidos agrupamentos são aqueles facilmente passíveis de serem explorados desde atividades que envolvam o turismo. Como a principal via de exploração da comarca evidencia o

desenvolvimento através da sustentabilidade, a forma sustentável de exploração da comarca foi buscar aqueles elementos que poderiam ser explorados sem dano à natureza. O uso de aspectos característicos naturais, gastronômicos, religiosos ou artesanais é tido como o mais sustentável porque é aquele que pode ser implementado no espaço da reserva, podendo ser direcionado tanto a partir da cultura do Aljarafe quanto de Doñana. Ao apostar no turismo, Adad segue as diretrizes apontadas pelo FEADER e põe em evidência os elementos que caracterizam a região. O que pode ser consumido como produto é a cultura desde os fazeres tradicionais colocados em prática na elaboração de pratos tradicionais, ou de objetos de selaria, ou ainda passando uma noite nas tradicionais chozas às margens do Guadiamar. O quadro abaixo qualifica as especificidades.

Aspectos/Espaços	Aljarafe	Doñana
Agricultura	Azeitona de mesa – produto tradicional	Exploração sustentável de áreas próximas à reserva
Arquitetura	Casario tradicional de influência árabe e romana	Chozas marismeñas
Artesanato	Mantas, selaria, cutelaria, artigos em couro, cerâmica	Teto de junco das chozas marismeñas
Gastronomia	Pratos tradicionais produzidos a partir de iguarias encontradas na região e seguindo os métodos de preparação tradicionais	
Natureza	Preservação ambiental de elementos relacionados à proximidade de Doñana	Parque nacional e parque natural, ornitologia, animais em risco de extinção (lince), marisma;
Religiosidade	Capelas, igrejas, procissões, festejos católicos, Romaria do Rocío	Romaria do Rocío

Quadro 10- Elementos culturais relacionados ao território apresentados pela Revista Adad.

Um exemplo de uso das especificidades territoriais em função do turismo é o guia turístico da comarca “Aljarafe-Doñana: uma varanda turística” (impresso e em CDRom), produzido pela Adad em parceria com a Junta de Andalucía, através da iniciativa LEADER+. No prólogo da publicação, o então diretor da entidade, Rafael Moreno Segura, explicita o caráter turístico da região e convida o leitor a conhecer os espaços naturais e culturais da comarca. Pese o discurso estruturar-se em função de uma estratégia específica, a forma de referenciar o território é determinada a partir dos elementos que podem, de alguma maneira, ser experienciados pelos turistas – sejam eles da região ou de fora dela.

Aljarafe e Doñana deixam de ser espaços comunicáveis e díspares para conformarem-se como um espaço físico com sentido natural, territorial e cultural. (...) Oferecemos turismo de natureza, ornitológico, gastronômico, religioso e cultural em uma comarca que abre ao visitante um amplo leque de possibilidades, para satisfazer os gostos e necessidades de cada pessoa, conhecendo, desfrutando ou relaxando neste benigno território. (Tradução nossa).¹²²

O índice do guia evidencia a intencionalidade da apresentação. Elaborado após um estudo que mapeou tanto o patrimônio natural quanto o patrimônio cultural da comarca, torna-se evidente que ele representa como oferta ao leitor o consumo não somente dos produtos, mas também da experiência de desfrutar do espaço de Aljarafe-Doñana – mescla entre natureza intocável e cultura tradicional. O guia é dividido em quatro capítulos: o primeiro informa ao leitor o que é a comarca e expõe informações de interesse e curiosidades. O item seguinte apresenta os possíveis itinerários a serem percorridos, rotas que põem em evidência o que há de mais tradicional do lugar. Dividida em três caminhos, o leitor pode percorrer aquela que mais lhe for aprazível ou interessante: a rota das fazendas e palácios, o caminho das igrejas, ermidas e capelas ou o itinerário dos pontos de interesse ambiental. No capítulo seguinte são apresentados os 16 municípios de Aljarafe-Doñana, onde são discriminados os elementos naturais e culturais que formam a comarca, destacando a presença de suas características específicas desde aspectos como arquitetura, artesanato, gastronomia, natureza e religiosidade. Por fim, um guia rápido aponta diversos quadros com informações para serem consultadas de modo simples, com indicações das épocas das principais festas anuais em cada município, as principais procissões e comemorações religiosas além de uma lista das irmandades de casa local. Contudo, item mais interessante do capítulo é, sem dúvida, um quadro com o resumo da comarca apresentando o que deve ser visto, provado e adquirido em cada município. Este espaço exemplifica de maneira clara e concisa a intencionalidade de incentivar o turismo na região: vender produtos e publicizar os aspectos culturais *sui generis* de cada município e, por conseguinte, da comarca.

O modo como os elementos culturais são referenciados no guia evidencia a intencionalidade de publicizá-los para o público. Ao responder aos questionamentos sobre o que ver, provar ou comprar em cada município, o leitor pode sentir-se curioso com a ideia de conhecer os lugares, degustar a gastronomia típica e ainda adquirir souvenirs. Tendo o guia em mãos o

¹²² “Aljarafe y Doñana dejan de ser espacios comunicados y dispares, para conformarse como un espacio físico con sentido natural, territorial y cultural. (...) Ofrecemos turismo de naturaleza, ornitológico, gastronómico, religioso y cultural en una comarca, que abre al visitante un amplio abanico de posibilidades, para satisfacer los gustos y necesidades de cada persona, conociendo, disfrutando o relajándose en este benigno territorio”. (ADAD, **Aljarafe-Doñana**: un balcón turístico. Sevilla, Adad: s/d, p.02).

leitor se depara com qualificações como “um dos melhores *mostos aljarafeños* e suas azeitonas”, caso queira comprar uma lembrança em Almensilla, provar “as infinitas receitas de tempero de azeitona de mesa” oriundas de Pillas ou ainda conhecer “a Igreja da Assunção, dotada de numerosas obras de arte” na cidade de Huévar del Aljarafe. O próprio uso de qualificativos como “a mais conservada”, “o melhor”, “o mais autêntico”, “as mais antigas”, “deliciosos queijos”, “as tradicionais sobremesas” deixa transparecer o objetivo: despertar a curiosidade e ser consumido, como informação (em Aljarafe-Doñana há as mais antigas ermidas da Andaluzia), como experiência (pode-se visitar as ermidas, os palácios e as igrejas antigas) e também como produto (existem souvenirs tradicionais que podem ser adquiridos).

O guia turístico endossa a existência de elementos oriundos do território da comarca e a ela estão diretamente relacionados, integrando seu patrimônio natural e cultural, constituindo a identidade da comarca de Aljarafe-Doñana. Mesmo sendo resultado de uma estratégia voltada para o desenvolvimento, o incentivo ao reforço desses caracteres comuns aos 16 municípios pode ser considerado como uma maneira de aglutinar elementos culturais antes dispersos, mas que a partir de sua junção dão forma e atribuem significado à uma identidade comarcal já reconhecida entre a população.

Tal como manifestação física do mapeamento natural e cultural da comarca, o guia turístico mostra-se como o resultado de estudos realizados pela associação no sentido de delimitar as características endógenas e específicas do Aljarafe e também de Doñana. Repleto de imagens fotográficas dos 16 municípios integrantes do GDR e contendo informações que facilitam a visita dos turistas e também o consumo de produtos oriundos da comarca, o guia é representativo da elaboração de um compêndio de itens que podem ser lidos como existentes apenas nesses lugares, nesses *pueblos*. A “varanda turística” é mais do que apenas um guia, é a materialização do mapa identitário e territorial da comarca – mais territorial, contudo, pelo fato de que cada elemento ressaltado como único realmente o é, pois foi retomado de um saber específico praticado pelos indivíduos dentro do espaço físico, histórico e de relações de poder demarcado como sendo Aljarafe-Doñana. Abaixo, a figura 17 representa a interface de capa do CDRom do guia produzido pela associação.



Figura 15 - Interface de capa do CDRom “Aljarafe-Doñana: un balcón turístico”.
Fonte: WWW.adad.es

No caso da revista *Tierra Sur*, produzida pela Associação para o Desenvolvimento Rural da Andaluzia (ARA, da sigla em espanhol), percebeu-se que a estrutura do periódico é diferente. Foram mapeados quatro números da revista (35 a 38), totalizando as quatro edições publicadas no ano de 2009. *Tierra Sur* é uma revista trimestral e tem como função principal

A revista é um alto-falante, um vetor de comunicação, uma ferramenta para dar a conhecer a voz dos grupos e também dar a conhecer a função que tem ARA como rede. Serve, também, para que os cidadãos e as entidades (tanto de carácter público como privado), que poderão ter alguma relação com o meio rural, tenham conhecimento do que se faz lá. É um instrumento para a sociedade a partir do meio rural, para que se conheça, sobretudo, o que se faz em termos de desenvolvimento rural nos grupos. É uma ferramenta mais de comunicação na função de *lobby* do que representa o desenvolvimento rural. (Tradução nossa).¹²³

¹²³“La revista es un alta-voz, un vector de comunicación, una herramienta para dar a conocer la voz de los grupos y también dar a conocer la función que tiene ARA como red. Sirve, también, para que los ciudadanos y las entidades (tanto de carácter público como privado), que podrán tener alguna relación con el medio rural, tengan conocimiento de lo que se hace allá. Es un instrumento para la sociedad desde el mundo rural, para que se lo conozca, sobretudo, lo que se hace en desarrollo rural los grupos fundamentalmente. Es una herramienta más de comunicación en la función del lobby do que representa el desarrollo rural”. (SAURA, I.M.G. **Ara e Revista Tierra Sur**: depoimento [mai.2010]. Entrevistadora: Joseline Pippi. Pílas: Eurocei, 2010. Gravação Digital, 1’10”).

Pelo fato de ARA ser uma entidade que presta assessoria aos 52 GDR's andaluzes, seu papel é orientar no planejamento e implementação de atividades relacionadas ao desenvolvimento rural nas associações e também nos municípios. As quatro edições analisadas possuem sessões temáticas com produção de textos distintos, mas cuja temática está centrada no desenvolvimento rural, principalmente nos projetos em andamento nos Grupos de Desenvolvimento Rural da Província Autônoma da Andaluzia, integrantes da ARA. É interessante notar que, por se produzida pela assessoria de comunicação da entidade, retrata basicamente fatos e acontecimentos diretamente relacionados às ações por ela desempenhadas.

Como sessões fixas costumeiras nas revistas, encontram-se:

- a) Editorial: apresenta a opinião institucional da associação sobre os assuntos mais representativos do trimestre. O texto não aparece assinado, sendo que sua produção é geralmente deixada a cargo do gerente/diretor da entidade, que responde institucionalmente por ela.
- b) Notícias: sessão factual da revista, apresentando os principais acontecimentos do trimestre envolvendo a associação e seu trabalho junto às entidades parceiras.
- c) Entrevista: no formato pergunta-resposta, evidencia uma figura-chave do cenário político local, regional ou nacional e geralmente tem como tema políticas, estratégias ou antecipações sobre o cenário de desenvolvimento rural andaluz.
- d) Comarcas: cada edição retrata uma ou duas comarcas, evidenciando as ações pró-desenvolvimento implementadas pelos GDR. A comarca de Aljarafe-Doñana foi retratada na *Tierra Sur* nº seis, razão pela qual a referida edição também integrou os *corpora* analítico da pesquisa.
- e) Documentos: sessão temática voltada para a apresentação de estudos realizados pela ARA, demais GDR e instituições parceiras. Os textos são, em sua maioria, artigos opinativos ou resultados de estudos relacionados com o tema da edição. Os temas tratados nas edições analisadas foram: gestão da água (Ed. 35), ordenamento territorial (Ed. 36), azeite de oliva (Ed. 37) e *jamón* ibérico (Ed. 38). A sessão reproduz textos enviados para o Centro de Documentação Andaluzia Rural (CDAR), repositório informacional sobre atividades de desenvolvimento rural implementadas na Andaluzia.
- f) Experiências: relato de ações de desenvolvimento postas em prática pelos GDR. Evidencia o trabalho realizado e também o apoio de ARA em sua aplicação.

Outras duas sessões alternam-se nos números analisados: *neorrurales*, que evidencia pessoas que, depois de viverem em grandes cidades espanholas, retornam para o interior em busca de melhor qualidade de vida, e, opinião, segmento que publica artigos de sujeitos relacionados a entidades públicas ou privadas relacionadas a ações de desenvolvimento.

Foram mapeados 57 textos (24 notícias, 19 reportagens, seis matérias opinativas, quatro entrevistas e três *dossiers* – compêndios documentais), conforme apresentados no apêndice F, resultando no segundo mapeamento (ME1) da primeira etapa da segunda fase analítica. Desse universo foram selecionadas 13 matérias (seis notícias, duas reportagens, três textos opinativos e duas entrevistas) que compuseram a seleção E1 (apêndice nove), sendo parte do *corpus* analisado na etapa seguinte da pesquisa. Quanto aos valores-notícia, foram encontrados os seguintes resultados:

CNP	Relevância (7); Atualidade (6)	Total: 13
CNS	Relevância (6); Proximidade (3); Notoriedade do ator principal (3); Notabilidade (1);	

Quadro 11 - Quantificação dos critérios de noticiabilidade observados na Revista *Adad*.

Em se tratando dos valores-notícia utilizados como balizadores dos assuntos tratados, os critérios primários foram tensionados entre relevância e atualidade. Por se tratar de uma revista temática trimestral, sua produção considera como assuntos atuais aqueles que tiveram lugar no espaço de periodicidade da revista, ou seja, o critério ‘factualidade’ é percebido desde uma visão mais frouxa. Logicamente o fator relevância diz respeito aos assuntos e sua relação direta com a temática da publicação – desenvolvimento rural.

Os critérios secundários apresentam o fator relevância novamente – relacionado à proximidade pelo recorte geográfico focado, indicando que os assuntos importantes para a equipe que produz a revista são homogêneos. Como o periódico é produzido pelo serviço de assessoria de imprensa da Associação, o fator relevância é considerado a partir das intencionalidades da entidade. Já o critério notoriedade do ator principal refere-se ao uso de fontes de informações consideradas oficiais, ou seja, que tem legitimidade para falar pelas instituições que representam. Os atores notórios retratados na revista geralmente eram os entrevistados que representavam a voz oficial da instituição a qual pertenciam – todas relacionadas ao poder público e a políticas de desenvolvimento.

Já na escolha das vozes a manifestarem-se na revista através das entrevistas fica clara a intencionalidade de associar as marcas ARA e *Tierra Sur* ao espaço da tomada de decisões referentes ao desenvolvimento. O significado da revista como “alto-falante sobre o desenvolvimento” refere-se ao seu papel como legitimadora de um discurso que reproduz e endossa certas relações de poder através da manifestação ora oportuna de sujeitos politicamente ativos no cenário retratado. Deste ponto de vista, realmente *Tierra Sur* institui-se como uma ferramenta do *lobby* do discurso oficial sobre o que é o desenvolvimento na Andaluzia. Tal discurs-

so é elaborado a partir de diretrizes mais amplas programadas em nível regional, nacional e, inclusive, internacional. A forma como a associação percebe o papel do desenvolvimento rural e sua relação com o território é delimitada pela ação da identidade regional do processo. Em entrevista, o gerente da ARA, Ignacio Maria García Saura afirmou que há convergências entre identidade e desenvolvimento.

[Ignacio Saura]: A referência identitária é algo básico para a implementação do desenvolvimento rural. Queremos nos desenvolver através do que é singular, através do que propõe Leader a qualquer atividade. Logicamente [a identidade] é um valor agregado que tem que ver com reforçar a comunidade identitária de uma comarca, de uma região. O desenvolvimento pelo viés identitário me percebe como sou, com minhas peculiaridades, com o que soa diferente – e isso é algo que pode ser explorado, mas não apenas para ser diferente senão para reforçar o que possa oferecer de bom aos demais, para podermos nos desenvolver conjuntamente. (Trad. nossa).¹²⁴

Sendo assim, percebe-se que o discurso da publicação certamente será reflexo das considerações de seus dirigentes acerca da temática desenvolvimento. As matérias produzidas reproduzem esse ângulo de abordagem, principalmente quando retrata experiências a partir de projetos realizados pelos GDR. Essa tática de valorização do discurso pró-desenvolvimento pela via da valorização dos elementos endógenos advém da reprodução de objetos discursivos encontrados nas diretrizes de ação de estratégias como Leader, Proder, Leader+ e LeaderA – programas de desenvolvimento propostos pela União Européia.

Na leitura das matérias é perfeitamente clara a intencionalidade de reafirmar continuamente as benesses desses programas, bem como legitimá-los através da visibilidade das ações que tiveram saldo positivo. Em nenhum exemplar da amostra há notícia, nota, ou sequer menção a ações de desenvolvimento que tenham sido malsucedidas, fator que permite concluir que a homogeneidade discursiva que retrata o desenvolvimento não é opcional de ARA, mas sim fruto de uma fórmula disseminada, tendo a associação como reprodutora de um discurso pronto, e que faz da revista sua vitrine. A reprodutibilidade do discurso dos organismos internacionais na revista *Tierra Sur* pode ser exemplificada com a resposta do gerente da associação sobre quem lê a revista. Ao desenvolver um raciocínio explicativo-argumentativo sobre os leitores do periódico, Ignacio Saura aludiu às intencionalidades implícitas nas rela-

¹²⁴ *Es algo basico la referencia identitaria para la implementación del desarrollo rural. Nosotros queremos desarrollarnos a través de lo que es singular, a través de lo que propone LEADER a cualquier actividad. Evidentemente es un valor añadido que tiene que ver con reforzar la comunidad identitaria de una comarca, de una región. El desarrollo por la identidad me ve como soy, con mis peculiaridades, con lo que suena diferente - y eso es algo que se puede explotar, pero no para ser diferente sino para reforzar lo que yo pueda ofrecer de bueno a los demás, para poder desarrollar más conjuntamente. (Id., Ibid.)*

ções de poder que circundam a existência das políticas de investimento europeias – razão de ser dos programas de desenvolvimento rurais encetados pelas associações e GDR's em toda a Europa: “As políticas de desenvolvimento rural na Europa não são políticas de investimento, são políticas para servir de exemplo para que as pessoas fomentem seu espírito empreendedor”¹²⁵.

Outro ponto importante que define o caráter discursivo da revista ao tratar do tema é a forma como é idealizada a relação entre identidade territorial, desenvolvimento e mídia. Segundo o gerente da associação, “(...) para gerar identidade territorial convém que os próprios atores do desenvolvimento rural sejam retratados num meio de comunicação [referindo-se à revista *Tierra Sur*], porque reforça muito a auto-estima e fortalece, serve de exemplo aos demais”¹²⁶. É interessante o caráter de ferramenta atribuído ao periódico, atribuindo-lhe o papel de disseminador de uma identidade territorial ‘construída’ a partir da aplicação de uma estratégia voltada para o desenvolvimento.

Analisando o contexto no qual se estruturaram as matérias pode-se concluir que as mesmas são representativas do discurso jornalístico apenas em se tratando do formato através do qual são apresentadas. Há reprodução mais ou menos homogênea dos elementos que constituem a FDJ, à exceção da linha de abordagem da temática principal retratada na revista, ou seja, o desenvolvimento. Os objetos de realidade são os mesmos utilizados pelo regime de verdade do jornalismo, sendo guiados pela lógica de produção que considera a importância do acontecimento e a sua relação com o tempo e espaço no qual circula o periódico, tendo em conta o objetivo maior de publicizar a associação e sua arquitetura discursiva sobre o desenvolvimento. Logicamente por se tratar de matérias produzidas por um serviço de AI, assuntos considerados como importantes seguem as intencionalidades da associação, sendo visibilizados segundo intencionalidades pertinentes aos objetivos da entidade e sendo resultado das relações de poder a ela implícitas.

O regime de verdade expresso pelo periódico é reflexo das relações de poder intrínsecas à hierarquia organizacional da associação, estando os repórteres submetidos aos critérios noticiosos definidos em conjunto. Exemplo claro é a forma como a revista é produzida. Tendo apenas uma jornalista na equipe de produção que acumula tarefas em todas as fases de produção noticiosa, é compreensível que algumas decisões editoriais sejam aplicadas no sentido de

¹²⁵ *Las políticas de desarrollo rural en Europa no son políticas inversoras, son políticas para servir de ejemplo para que la gente fomente el espíritu emprendedor. (Id., Ibid.)*

¹²⁶ *(...) para generar identidad territorial conviene que los propios actores de lo desarrollo rural sean retratados en un medio de comunicación, porque refuerza mucho la autoestima y fortalece, sirve de ejemplo para los demás. (Id., Ibid.)*

não produzir todos os textos que são publicados. O processo de produção é considerado jornalístico porque é realizado por uma repórter e segundo as normas profissionais. Contudo, a publicação mantém suas especificidades, tendo em vista sua função (publicizar ARA) e o espaço onde é alocada (assessoria de imprensa).

[Ignácio Saura]: Sim, a revista segue em parte o modo de produção jornalística, mas não é um jornal. Temos o que é notícia mas também temos opinião, reflexão, pesquisa, é um modelo mais complexo que o puramente jornalístico porque não é uma ferramenta noticiosa, mesmo que às vezes tenhamos que usá-la como ferramenta para proporcionar a comunicação jornalística. Por exemplo, dentro das atividades mais ou menos jornalísticas, está unir a revista ao formato digital. (Trad. nossa)¹²⁷.

O depoimento do gerente da associação mostra que há consciência sobre o significado da produção jornalística, como ela funciona e qual a diferença entre a produção noticiosa e a produção das matérias para a *Tierra Sur*. A opção pelo formato, então, está relacionado ao significado que o produto final (revista) tem para o público leitor:

Uma revista porque é o formato mais adequado, com periodicidade suficiente para que se possa descrever temas importantes, mostrando nossa própria visão do que queremos que seja o desenvolvimento rural. É um instrumento muito bom. Uma revista é algo como o livro: tem grande fixação social. Claro que há como obter mais informações no computador, no celular, mas nesta época isso não é tão habitual. Temos visto que é melhor o formato papel porque entendo que ter informação em papel é mais agradável de ler, é uma parte importante da cultura ocidental. Mas também temos a revista na web, num portal. É o mesmo, mas adaptada às novas exigências de comunicação.¹²⁸

É interessante notar a importância que os meios de comunicação tem para a associação, a ponto de ser efetuada a duplicação de material para ser disponibilizada no portal da ARA. Como tática de aproximação com o público, a associação duplica a possibilidade de ter seu material lido e também sua linha discursiva difundida entre seus leitores. A tiragem do

¹²⁷ *Sí, la revista sigue en parte el modo de producción periodística, más no es un periódico. Nosotros tenemos lo que es noticia, pero también tenemos opinión, tenemos reflexión, tenemos investigación, es un modelo más complejo que el puramente periodístico porque no es una herramienta periodística, mismo que en veces, tengamos que usarla también para proporcionar la comunicación periodística. Por ejemplo, dentro de las actividades más o menos periodísticas está unir la revista a lo formato digital. (Id., Ibid.)*

¹²⁸ *Una revista porque es el formato más adecuado, con una periodicidad suficiente para que se pueda arrollar temas importantes, mostrando nuestra propia visión do que queremos que sea el desarrollo rural. Es un instrumento muy Bueno. Una revista es algo que, como el libro, tiene grande fijación social. Claro que hay como obtener más informaciones en la ordenadora, nel móvil, pero en esta época no es tan habitual. Tenemos visto que es mejor el formato papel, porque entendo que tener información en papel es más agradable de leer, es una parte importante de la cultura occidental. Pero también tenemos nuestra revista en la red, através de un portal. Es lo mismo, pero aditada a las nuevas exigencias de comunicación. (Id., Ibid.)*

periódico é de 5000 exemplares, sendo lido principalmente por agentes sociais envolvidos em projetos de desenvolvimento (agricultores, prestadores de serviço, agentes do poder público). A publicação é produzida para que leigos possam ler e compreender os assuntos retratados, mas principalmente para ‘fazer saber’ o conceito de desenvolvimento rural e seus benefícios. Sobre a escolha de assuntos e a reunião de pauta, o gerente da associação afirma que:

Temos um tecido social ativo que normalmente nos propõe os temas. Temos uma comissão, formada pelo presidente da entidade, eu como diretor e a chefe de comunicação. Analisamos os temas que podem ser mais interessantes, levando em conta que devem servir para a maioria. Não obstante, temos os assuntos mais individualizados, com caráter socializante, educativo (deve haver também temas sobre desenvolvimento rural – temos que respeitar essa peculiaridade), de modo que seja um modelo variado. Logicamente há uma parte de atualidade e atividades dos agentes de desenvolvimento rural: Comissão Europeia, as redes europeias e nacionais, as redes como a nossa e, também os GDR’s. (Tradução nossa).¹²⁹

Outro elemento interessante na construção discursiva da revista é o modo como são retratados os elementos culturais nas capas das edições. Enquanto a revista Adad evidenciava a comarca a partir do enfoque voltado para “*poner valor*” aos sinais identitários aliados ao território, ARA faz uso de outra estratégia. Ao evidenciar os produtos característicos da região, atribui importância ao seu escopo essencialmente produtivo, referindo-se ao território a partir dos produtos característicos. Exemplo são as capas das edições de nº 37 e 38 da revista *Tierra Sur*, que mostram respectivamente, um ramo de oliveira com seus frutos e as *bellotas* – frutos originários da Andaluzia e alimento essencial para o *cerdo ibérico* (suíno criado extensivamente e detentor de um dos selos de procedência e qualidade mais cultuados na Europa, o *jamón ibérico*).

Através da visibilização desses elementos particulares, é interessante refletir acerca de dois tópicos: a relação das imagens com a publicação e a relação das imagens com o discurso sobre desenvolvimento adotado. As capas das edições referenciadas estão reproduzidas na próxima página (figura 16).

¹²⁹ *Tenemos un tejido social activo que nos propone normalmente los temas. Tenemos una comisión, formada por el presidente de la entidad, yo como director y la jefe de comunicación, y analizamos que temas pueden ser más interesantes, teniendo en cuenta que deben servir para la mayoría. No obstante, tenemos los asuntos más individualizados, con carácter socializante, educativo (hay que tener también temas sobre desarrollo rural - hay que respetar estas peculiaridades), de manera que sea un modelo variado. Logicamente hay una parte de actualidad y de actividad de los agentes de desarrollo rural: la Comisión Europea, las redes europeas y nacionales, las redes como la nuestra y, por supuesto, los GDR. (Id., Ibid.)*



Figura 16 - Capas das edições 37 e 38 da revista Tierra Sur.

Da relação das imagens com a publicação: a revista Tierra Sur intitula-se um periódico de desenvolvimento rural, conforme expresso em seu cabeçalho, junto ao nome. A leitura das imagens refletem o tema da sessão “Documentos”, ou seja, do espaço dedicado ao aprofundamento do assunto principal da edição, ou seja, a capa visibiliza tanto a sessão quanto do CDAR – origem das matérias publicadas.

Da relação da imagem com o discurso: ao associar ‘desenvolvimento rural’ (slogan da publicação) com os produtos retratados, ambos inseridos no processo agropecuário, pode-se relacionar que o desenvolvimento rural diz respeito unicamente a cenário produtivo da região. Embora o pressuposto cultural se faça presente no uso tanto da azeitona quanto da *bellota*, a inferência ao termo ‘desenvolvimento rural’ em sua relação direta com os produtos pode conduzir o leitor à ideia de que se trata unicamente do cenário agropecuário. Uma leitura atenta do conteúdo da revista pode desfazer esse engano. Contudo, a marca da associação fica estritamente ligada ao cenário produtivo caso o leitor fique com a impressão de que o ‘desenvolvimento’ mencionado na capa da revista diga respeito apenas ao cenário agropecuário.

A logomarca da associação é representada de maneira diferente nas plataformas impressa e eletrônica, conforme ilustra a figura 17, na próxima página.



Figura 17 - Logomarcas da ARA: acima, no sítio eletrônico; abaixo, na capa da Tierra Sur.

A marca da associação estiliza a letra ‘a’ desde o modelo cursivo, encimada por um sinal gráfico em referência a uma folha. A marca é complementada pela sigla ‘ara’, numa fonte grotesca (sem serifa), também em caixa baixa – aludindo à equidade entre as letras, tendo o mesmo sentido em relação aos sujeitos associados, e pela designação em extenso do nome da associação (em caixa alta), destacando o nome ‘Andalucía’, em negrito. As cores normalmente utilizadas são o verde e o branco – em clara referência à bandeira andaluza. No sítio eletrônico da entidade o *banner* reproduzido acima traz consigo o slogan “modernização e futuro no mundo rural”, em referência ao trabalho realizado pela associação. É interessante notar que tanto as cores como as imagens retratam cenas do espaço rural – categoricamente designado ‘mundo rural’ pela associação. A marca ARA está relacionada às cores e ambientes que comumente designam o mundo rural da produção agropecuária, mas sua estratégia de sensibilização acerca das nuances do desenvolvimento vai mais adiante: centra-se na busca da sensibilização sobre o papel da cultura no processo.

A estratégia de agregar valor ao patrimônio cultural é endossada já na principal interface do sítio eletrônico, com um cabeçalho animado que visibiliza retratos do espaço rural andaluz e convida o internauta a conhecer a Andaluzia rural, despertando a atenção acerca das belezas naturalmente rurais lá existentes. É evidente a tentativa de evidenciar o potencial turístico da região. As cenas expostas no *banner* animado mostram os distintos lugares, todos envoltos no tradicional ‘charme’ e calor andaluzes. Como estratégia midiática, é perceptível a

intencionalidade de ofertar a região como informação na tentativa de que haja o consumo do espaço como produto e também como experiência. A figura 18, na próxima página, reproduz algumas das imagens utilizadas no *banner* da interface da *homepage* da associação (www.andaluciarural.org).

A comissão formada para delimitar os assuntos a serem publicados tem função de definir o que será notícia e como os grupos serão retratados. A revista *Tierra Sur* retrata as diversas comarcas da Andaluzia a partir dos 52 GDR filiados à associação. Como a publicação é trimestral, a participação dos grupos restringe-se ao que é considerado pertinente pela comissão, ou seja, os valores informativos são outros além dos essencialmente jornalísticos. O papel dos valores-notícia na publicação fica visivelmente restrito aos acontecimentos (reuniões, seminários, encontros de grupos ou parceiros, fóruns, feiras, ou seja, eventos agendados) e a FDJ apresenta-se a partir do formato escolhido para os textos (editorial, artigos, notícias, reportagens, entrevistas). O regime de realidade da revista baseia-se no regime de verdade jornalístico, mas sua inserção na seara dos produtos essencialmente noticiosos é garantida pelos formatos e também pelas práticas (modo de produção da mídia informativa), não pela função da revista ou pelo seu objetivo.

A importância da mídia jornalística tradicional é ponto-chave também para a estratégia de visibilidade de políticas sobre desenvolvimento que direcionam o discurso reproduzido pela associação. Em se tratando especificamente das relações intrínsecas entre AI-IT nesse contexto, percebeu-se que a associação tem papel importante como informante oficial em nível regional sobre a temática. O sítio eletrônico da associação possui estrutura de fácil acesso e claramente organizada, pretendendo ser uma vitrine do mundo rural andaluz. O sítio leva a outras interfaces que disponibilizam: notícias atualizadas sobre as ações realizadas, sobre os GDR parceiros e também acerca das demais redes parceiras; hiperlinks para a versão em formato pdf da revista; para o CDAR (www.cdar.org), que congrega toda a produção informativa da associação e dos grupos parceiros; para atividades como cursos, palestras e seminários sobre o mundo rural.



Figura 18 - Sequência de imagens retratando o mundo rural na homepage da ARA.

A plataforma hipermídia mantida pela associação permite o acesso também a documentos de gestão sobre os programas de desenvolvimento encetados em nível regional (Andaluzia), nacional (ministérios) e internacional (União Europeia). É interessante notar que o sítio eletrônico da associação, através das informações que disponibiliza, busca tornar-se fonte de informação oficial sobre o mundo rural andaluz, ora manifestando-se como voz oficial sobre a temática na região, ora apenas agenciando informações para a mídia jornalística. Sobre a relação do periódico com a imprensa noticiosa, o diretor da associação manifesta-se a partir do ponto de vista da cooperação mútua: o que é de interesse para a mídia pode ser de interesse para o território, e os jornais sempre estão em busca de histórias para contar.

Entendemos que o que pode ser útil para eles [a grande imprensa] também pode ser útil para o território. Ao fim, os jornais precisam de histórias, notícias, sim, mas também histórias para contar. Nós criamos um banco de experiências para que as pessoas saibam que o meio rural é muito rico, muito complexo, muito variado e é disso que as pessoas gostam.¹³⁰

O discurso endossado pela ARA e a função da revista como “alto-falante” do desenvolvimento rural na Andaluzia pode ser comprovado pela entrevista publicada em sua 35ª edição. A entrevistada, Conselheira de Agricultura e Pesca da Andaluzia, Clara Aguilera, ao ser nomeada para o cargo pelo então novo presidente andaluz, fala sobre as diretrizes da gestão. As questões feitas pela reportagem abordaram as possíveis mudanças em relação ao setor agro-alimentário a serem postas em prática pelo governo. É interessante perceber as nuances do recorte temático realizado pela edição jornalística da entrevista, como o destaque gráfico dado a uma afirmação da Conselheira, reproduzido sobre sua fotografia: “Estou segura de que os Conselhos Territoriais vão se converter num instrumento cidadão muito efetivo e prático, que vão a ser capazes de tomar a pulso a realidade de cada território”¹³¹. O destaque permite compreender que a política de governança apontada como ponto-chave na estrutura hierárquica desde a União Europeia é o “instrumento cidadão muito efetivo e prático”, guiando as políticas territoriais de desenvolvimento. Lê-se o recorte como endosso à política de desenvolvimento rural dos órgãos governamentais. Sendo assim, a revista *Tierra Sur* legitima-se como voz oficial sobre o meio rural tanto para a população desse recorte espacial quanto para todos os leitores de fora que tenham acesso ao periódico.

Em outro momento, a edição do texto evidencia o que a Conselheira pensa sobre os GDR existentes na região (figura 19). O enfoque dado à pergunta evidencia a intencionalidade do questionamento: fazer a entrevistada manifestar-se sobre o papel dos GDR e sua importância para os direcionamentos políticos a serem encetados pela nova administração. Pese o caráter jornalístico dos questionamentos, é interessante ater-se ao fato de que a intencionalidade da Associação ao expor a fala da entrevistada desde o recorte realizado: além de ‘fazer saber’ sobre os novos direcionamentos políticos regionais, ‘fazer crer’ que haverá continuidade dos GDR e do ‘bom trabalho’ desempenhado por todos até o momento.

¹³⁰ Entendemos que o que puede ser util para ellos también puede ser util para el territorio. Al fin los periódicos necesitan de historias, noticias sin, pero también historias para contar. Nosotros creamos un banco de experiencias para que la gente sepa que el medio rural es muy rico, muy complejo, muy variado y eso a la gente le gusta. (entrevista).

¹³¹ “Estoy segura de que los consejos territoriales van a convertirse en unos instrumentos ciudadanos muy efectivos y prácticos, que van a ser capaces de tomarle el pulso a la realidad de cada territorio”. (AGUILERA, C. **La industria agroalimentaria va a tener un fuerte impulso**. TIERRA SUR. N.º.35. Sevilla: ARA, verão de 2009, p.13).

-¿Cómo ve los GDR cara a la nueva programación que van a empezar a ejecutar en breve?

Sobradamente preparados para afrontar el reto que nos va a llevar hasta el año 2015. Hemos sumado dos nuevos GDR a los 50 del anterior programa, de manera que ahora son 52 los grupos que actuarán en los territorios rurales andaluces. La experiencia cosechada desde que empezaron a funcionar en los años 90 es su mejor aval. Los Grupos están dotados de un equipo especializado de profesionales muy importante; desde la Gerencia a los técnicos y administrativos. Constituyen el mejor valor y uno de los mejores recursos que tenemos en los territorios. Por ello los debemos 'mimar', porque son los que van a gestionar y desarrollar las políticas y las estrategias territoriales.

Figura 19 - Recorte de abordagem em entrevista de ARA.
(Fonte: Revista Tierra Sur, nº. 35, p.13)

Outro exemplo contundente do papel da revista *Tierra Sur* como voz oficial é a pergunta enfocando a importância do setor agro-alimentário espanhol. Ao editar a resposta dada pela Conselheira, foi incluída sua manifestação sobre o território para as políticas de desenvolvimento voltadas para o meio rural, reafirmando indiretamente a importância da associação como organizadora dos GDR na Andaluzia. A figura 20 mostra a questão. Outro viés oportuno mostrado pela revista são as relações políticas intrínsecas aos serviços prestados pela associação. Do contato com os sujeitos que ocupam posições de destaque no cenário político ou os tomadores de decisão, é possível legitimar-se como elemento também importante nas decisões políticas e tornar-se formador de opinião – imagem transmitida aos leitores. A figura 20 evidencia o *lobby* feito pela associação.

-Últimamente se insiste en que el sector agroalimentario es clave para España y, aún más, para Andalucía. No es ninguna novedad, desde luego, pero quizá sí lo sea el profundo convencimiento con que lo repiten los políticos en estos tiempos de crisis. ¿Cabe un mayor impulso, alguna novedad importante, en la política de la Junta de Andalucía?

El sector agroalimentario es importantísimo. Es la principal industria andaluza y es además la que articula perfectamente todo el territorio con lo cual hay que dar ese salto para apoyar esta industria. Aparte de las órdenes y subvenciones habituales que tenemos como Consejería, desde las políticas de desarrollo rural hay que hacer un esfuerzo más dirigido a la industria agroalimentaria y a la mediana y pequeña industria artesanal que tanto articula y hace atractivo el territorio. El atractivo de un territorio lo tiene su paisaje, su ecología o medio ambiente, su calidad de vida y su gastronomía e industria agroalimentaria. Por lo tanto, sí, sin duda, la industria agroalimentaria va a tener un fuerte impulso.

Figura 20 - Exemplo de abordagem realizada em entrevista.
(Fonte: Revista Tierra Sur, nº35, p.14)

A revista tem como objetivo retratar o mundo rural andaluz: sua constituição e como os GDR põem em prática os projetos de desenvolvimento. A participação dos GDR na determinação das pautas é restrita, acontecendo através da AI, sendo que os mesmos participam enviando notícias sobre eventos ou acontecimentos, além de informações específicas – quando solicitadas. A comunidade Autônoma da Andaluzia possui 52 GDR que trabalham em rede com ARA e os demais órgãos governamentais, projetando ações voltadas para o desenvolvimento de seus territórios. Tendo em vista o universo de ações implementadas e a quantidade de grupos, torna-se complexo para a associação visibilizar todas as comarcas, afinal, a revista *Tierra Sur* é trimestral e possui número fixo de páginas (48). Cerca de 45% do volume de páginas da publicação é destinada à sessão ‘Documentos’, o que inviabiliza a presença massiva de notícias sobre os grupos. A opção por dar maior visibilidade às matérias jornalísticas e

artigos temáticos é uma maneira de valorizar a produção de informações realizada pela ARA, pelos GDR e por seus parceiros, fator que, de certa forma, agrega valor e credibilidade ao trabalho desenvolvido pela associação.

Tendo em vista esse cenário e o recorte do *corpus*, a comarca de Aljarafe-Doñana foi mencionada na publicação em poucas situações: como matéria principal na sessão ‘Comarcas’ na edição de nº seis da revista (inverno de 2000), e uma notícia sobre apicultura ecológica na comarca (ed. 35 – verão de 2009). Ambas foram analisadas à luz dos questionamentos enunciatos pela tese, contudo, é perceptível a insignificância da presença da comarca no periódico TS. A importância do estudo da revista centra-se em seu papel como agenciadora do discurso pró-desenvolvimento rural na Andaluzia desde o ponto de vista das hierarquias superiores aos GDR – dos quais Adad faz parte.

Em três páginas a reportagem evidencia o que é a comarca, quais seus principais produtos e quais os investimentos que estão sendo realizados para o desenvolvimento local. Intitulada “Oliveiras, pinheiros e arrozais”¹³², a matéria introduz as qualidades essenciais da comarca: “Junto com a oliva, os pinheiros e os arrozais das marismas acabam por dar identidade geográfica a esta comarca, que luta para impulsionar ao tempo novos produtos e produtos de sempre”¹³³. Torna-se evidente o enfoque da matéria, mostrando a comarca desde os elementos diferenciais lá produzidos. Ao atentar-se para o ano da produção, pode-se inferir que a ideia de considerar as características endógenas do território (aqui ainda não considerado como tal, embora haja referência a uma ‘identidade geográfica’) é uma decisão política anterior e referente a instâncias superiores, sendo reproduzida no discurso da matéria.

As características naturais que permitiram o desenvolvimento de culturas específicas são mencionadas pelo repórter de maneira a enfatizar que existem elementos de distinção da comarca em relação às demais: “Aljarafe-Doñana é uma extensa planície com três ecossistemas claramente diferenciados: as oliveiras do Aljarafe, o magnífico pinheiral do parque natural Entorno de Doñana e as marismas, também em Doñana”¹³⁴. Sobre o papel do GDR da comarca, ou seja, da Adad, a matéria alude às atividades colocadas em prática para estimular os municípios e aborda o papel inovador do turismo na região. Com o intuito de manifestar-se favoravelmente a essa estratégia, o texto da reportagem menciona o papel importante de quatro itens (pilares) diretamente relacionados aos patrimônios cultural e natural que podem im-

¹³² TIERRA SUR. **Olivos, pinos y arrozales**. nº06. Sevilla: ARA, 2000. (p. 42).

¹³³ Junto con el olivo, el pino y los arrozales de las marismas acaban por dar identidad geográfica a esta comarca, que lucha por impulsar al tiempo productos nuevos y productos de siempre. (Id., Ibid)

¹³⁴ Aljarafe-Doñana es una extensa llanura con tres ecosistemas claramente diferenciados: los olivares del Aljarafe, el magnífico pinar del parque natural Entorno de Doñana, y las marismas, también en Doñana. (Id, Ibid).

pulsionar o turismo na comarca: arquitetura, natureza, gastronomia e a romaria do Rocío. Outros elementos são também mencionados, como o artesanato local: artesanato em couro, bordados (mantas de Manila e bordado com fios de ouro e prata para os trajes de Semana Santa) e roupas tradicionais de sevilhana, relacionados à produção em escala para suprir o mercado urbano da cidade de Sevilha.

Em se tratando da notícia sobre a apicultura, seu enfoque principal é a criação da primeira empresa apícola ecológica da comarca. A figura 22 (página seguinte) mostra a notícia na íntegra, mencionando a importância da iniciativa, que produz mel de forma tradicional e, após o financiamento concedido pelo programa Leader Plus através da Adad, recebeu certificação ecológica. A notícia é importante pois exemplifica o papel dos elementos culturais endógenos na valorização do patrimônio – visão endossada também pela política de ARA.

Outra notícia que menciona a estratégia de agregar valor a produtos tradicionais foi publicada na edição nº 37 da revista TS (inverno de 2009). Retratando a importância do registro e atribuição de marca queijo de cabra da Andaluzia (Málaga), a ação visa valorizar o patrimônio cultural da comarca. A figura 22 (próxima página) reproduz a notícia. É perceptível que a adição de valor aos produtos endógenos das comarcas é uma das mais mencionadas estratégias de desenvolvimento para o espaço rural andaluz, sendo reproduzida nas comarcas através das ações encetadas pelos grupos e também nos periódicos produzidos, difundindo midiaticamente a cultura e também identidade locais. Partindo do espaço rural, a adição de valor a elementos advindos de si, é também valorizar o espaço rural em si mesmo, com suas características intrínsecas e seu modo específico de vida.



Figura 21- Notícia sobre a comarca de Aljarafe-Doñana publicada na revista Tierra Sur. (Fonte: Tierra Sur, nº35, verão de 2009, p.05)

Las queserías artesanales, una de las agroindustrias “más singulares”

La consejera de Agricultura, Clara Aguilera, ha presentado en Churriana (Málaga) la marca de garantía ‘Queso de Andalucía de Cabra’, una iniciativa del sector para poner en valor unas producciones tradicionales que existen en todas las provincias andaluzas. La consejera ha felicitado al sector por su potencial para llegar a constituir una de las empresas agroalimentarias “más singulares”. Para ello, ha indicado, deben avanzar más en la vertebración del sector y la concentración de la oferta, así como en la obtención de productos transformados con más valor añadido.

Aguilera ha reiterado el apoyo a acciones como ésta, que potencian la calidad y aumentan el valor añadido, como viene haciendo la Junta al apostar “decididamente” por la identificación de los productos andaluces más singulares con la marca propia ‘Calidad Certificada’.

Figura 22- Notícia sobre a singularidade da identidade cultural da comarca
(Fonte: Tierra Sur, nº37, inverno de 2009, p.09)

E se tratando da leitura das matérias publicadas nas revistas *Adad* e *Tierra Sur*, pode-se inferir que a abordagem das associações enfoca a comarca como um todo, considerando-a desde sua potencialidade endógena. Aljarafe complementa Doñana e a recíproca é verdadeira. O fato de associações terem como objetivo o desenvolvimento rural faz com que os textos publicados nas revistas sejam lidos a partir do viés do uso, ou seja: o que é mostrado como sendo característico da comarca e suas características culturais são utilizadas com propósito bem delimitado. O uso do discurso jornalístico nos periódicos confere credibilidade ao que está sendo dito. É preciso notar que o fato de ser uma revista não é aleatório, segue uma intencionalidade que reside no discurso das associações que, a seu tempo, reproduzem falas e condicionamentos das políticas de desenvolvimento europeias. A reprodução do discurso jornalístico torna os periódicos afins ao regime de realidade jornalístico, conferindo credibilidade ao que é afirmado e a maneira como isso é feito nas páginas das revistas.

O quadro da próxima página (quadro 12) aponta as principais características do discurso sobre desenvolvimento rural nas revistas *Adad* e *Tierra Sur*. Mostra-se claramente no

discurso o uso ferramental dos elementos identitários como estratégia voltada para o desenvolvimento (conforme os usos e consumos da informação, tópico a ser abordado no capítulo seguinte), a qual se apoia no discurso jornalístico para obter o status de legítimo perante o público, compartilhando a credibilidade inerente ao texto noticioso – sua tática de uso.

	<i>Comarca de Aljarafe-Doñana</i>
CN	Atualidade, Relevância
Qualificação	<ul style="list-style-type: none"> - área tradicional de Sevilha; - espaço onde a natureza é preservada e onde o conforto da vida moderna se faz presente; - espaço onde os costumes e a identidade territorial são representativos e definidores; - elementos definidores: sustentabilidade e melhoria da qualidade de vida; - elemento essencial: desenvolvimento rural; - elemento agregado: identidade territorial;
Principais fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> - Fontes de informações oficiais e representantes do saber diretamente relacionado às políticas de desenvolvimento; - Especialistas e detentores do conhecimento científico que endossam as práticas de desenvolvimento adotadas; - Líderes de opinião nos <i>pueblos</i> atendidos pelos GDR;
Relações de poder visualizadas	<ul style="list-style-type: none"> - Diretrizes europeias sobre o desenvolvimento; - Uso da identidade como estratégia voltada para o desenvolvimento ; - Uso do discurso jornalístico como tática de sensibilização do público;

Quadro 12: como as revistas Adad e Tierra Sur retratam a comarca de Aljarafe-Doñana.

5.2 Cobertura jornalística e identidade cultural na Quarta Colônia

Este item evidencia a leitura dos resultados obtidos a partir da análise dos *corpora* jornalísticos que se propunham a cobrir a região da Quarta Colônia: Diário de Santa Maria e Caderno Quarta Colônia. A primeira fase analítica tinha como objetivo determinar quais os critérios de noticiabilidade direcionaram a cobertura da região da Quarta Colônia pelo Diário de Santa Maria, permitindo determinar quais os acontecimentos e assuntos mais comuns foram retratados, compreendendo, assim, como a referida região foi visibilizada, contudo, alguns ajustes tiveram de ser operacionalizados no decorrer da análise.

Em se tratando da cobertura da Quarta Colônia encetada pelo periódico, teve-se que considerar duas observações: em primeiro lugar, o jornal possuía uma editoria específica (Região) voltada para os acontecimentos diários nos municípios próximos, fator que possibilitaria à Quarta Colônia ser noticiada diariamente. Segundo: a empresa produzia um caderno sema-

nal que divulgava notícias dos nove municípios da região, o Caderno Quarta Colônia, encartado nas edições às sextas-feiras, constituindo-se como estratégia comercial. Tais fatos mostraram que, para se compreender os valores-notícia atuantes na determinação dos assuntos sobre a região era necessário considerar os dois periódicos em paralelo, visto que o Caderno não poderia sobrepor as informações divulgadas pelo jornal e este não poderia adiantar informações relacionadas a determinados assuntos da Quarta Colônia. Assim, a leitura dos valores-notícia envolvendo os municípios foram lidos simultaneamente permitindo que se evidenciasse quais critérios foram priorizados pelas publicações.

O jornal Diário de Santa Maria (DSM) foi criado em 2002 e pertence ao Grupo RBS (Rede Brasil-Sul de Comunicação Multimídia)¹³⁵, circulando atualmente em 35 municípios da região central do Rio Grande do Sul, com cerca de 160 mil exemplares diários. É o jornal mais lido de Santa Maria¹³⁶. O Caderno Quarta Colônia, por sua vez, circulou de 2006 a 2012, sendo produzido como um informe comercial do Diário de Santa Maria, voltado para evidenciar características específicas da região, atribuindo especial atenção para as festas tradicionais e ações de desenvolvimento que se tornaram notícia pelo seu apelo relacionado aos aspectos históricos e naturais do local.

Tendo em vista a característica essencial do discurso ser a sua própria dispersão, foram coletadas 26 matérias jornalísticas da versão *online* do jornal DSM, referentes ao período de fevereiro e março de 2010, além de seis capas com chamadas noticiosas sobre acontecimentos na Quarta Colônia. Das 13 edições coletadas, constituiu material de análise oito notas, 12 notícias e seis reportagens mencionando a região, conforme descrito no apêndice H. Por se tratar de material coletado online, foram descartadas informações referentes a autoria dos textos, bem como a existência de material de apoio das matérias porque, visto os textos serem reproduzidos na versão impressa do jornal, subentende-se que sejam representativos do discurso jornalístico, sendo repórteres que os produziam e de acordo com o *ethos* profissional. Optou-se por coletar material noticioso em período específico: no mês no qual o Estado assistiu à queda da ponte sobre o rio Jacuí, entre as cidades de Agudo e Restinga Seca e elo de conexão entre as regiões oeste e leste do Rio Grande do Sul. Por constituir-se como acesso importante dos municípios da região central do Estado e também da Quarta Colônia, o acontecimento inesperado teve ampla cobertura da mídia local, sendo considerado evento noticioso importante. Tendo em vista que os critérios noticiosos que guiaram a cobertura do evento não foram

¹³⁵ Maior grupo de comunicação da região sul, e mais antigo afiliado da Rede Globo, criado em 1957 por Maurício Sirotsky Sobrinho, com sede em Porto Alegre.

¹³⁶ Segundo informações institucionais atualizadas pela Rede Brasil Sul de Comunicação. Fonte: <<http://www.gruporbs.com.br/midias/index.php?pagina=jornal>> Acesso em 28 de março de 2012.

os mesmos agenciados durante a cobertura jornalística comum, percebeu-se nessa oportunidade um modo de compreender de forma clara como o DSM noticiava a região.

A coleta de matérias do DSM foi diária durante o período compreendido entre dois de fevereiro e dois de março de 2010, tendo especial atenção os textos que mencionassem acontecimentos envolvendo os municípios da Quarta Colônia. Não foi realizada busca através de palavras-chave, mas sim leitura diária do jornal *online*. Os valores-notícia foram quantificados (conforme apêndice I), podendo ser resumidamente representados pelo quadro dez, abaixo. Considerou-se atualidade e proximidade como critérios pré-existentes, sendo os demais valores a eles adicionados conforme teor do assunto retratado. Na ADoc foi delimitada a presença de critérios primários (apontados no título e no lead das matérias) e secundários (presentes no corpo dos textos). A temática delineou a área abrangente na qual poderia ser encaixada a matéria, tendo relação direta com o assunto tratado (especificidade). As fontes de informação também foram destacadas (seu caráter institucional) a fim de demarcar as relações entre os sujeitos do discurso na busca das intencionalidades.

CNP	Relevância (17); Dia noticioso (7); Inesperado (2); Morte (2); Total: 26
CNS	Proximidade (26); Inesperado (2);

Quadro 13 - Quantificação dos valores-notícia observados no *Diário de Santa Maria*.

A leitura dos critérios noticiosos permite inferir que a linha editorial seguida na cobertura da Quarta Colônia pelo DSM está diretamente relacionada à factualidade. Percebe-se que o fato de as notícias sobre o local figurarem, em sua grande maioria, na editoria “Região”, mostra que os elementos considerados prioritários para serem noticiados são aqueles relevantes para a população, principalmente sob o prisma da relevância, que, no período analisado, estava relacionado ao inesperado (acidente na ponte do rio Jacuí). Em se tratando do “dia noticioso”, percebeu-se que o assunto a ele relacionado dizia respeito aos eventos agendados (festas religiosas). Os critérios secundários foram em sua maioria referentes à proximidade – o que justifica a presença de notícias sobre os municípios na referida editoria.

A factualidade é elemento central por se relacionar à periodicidade do jornal (diário). As chamadas de capa, em sua maioria, referiam-se à temática da tragédia da ponte do Jacuí, atendendo ao critério “inesperado”. O valor noticioso, assim, cumpriu os preceitos jornalísticos de estarem relacionados à atualidade e novidade.

Na determinação da FDJ, pôde-se verificar que:

- a) Os objetos de realidade jornalísticos tem conexão com os valores-notícia arrolados, sendo dependentes da atualidade e proximidade;
- b) As modalidades enunciativas são mais ou menos fixas, atendo-se aos padrões jornalísticos e constituindo-se em sua maioria de notícias. As fontes de informação são sujeitos ou declarações de sujeitos diretamente envolvidos com os acontecimentos, além de documentos oficiais. A voz oficial é sempre priorizada como referencial de realidade;
- c) Os conceitos, assim como as estratégias, reproduzem o regime de verdade jornalístico, mantendo o padrão de declarações e formatos. As matérias são representativas do discurso jornalístico por seguir as condições de produção e os formatos, além de serem resultado das relações de poder contingentes à hierarquia organizacional da empresa. É interessante notar que essas relações reproduzem a lógica de produção jornalística, refletindo as diretrizes que determinam o que é notícia e como deve ser noticiado no periódico.

A figura abaixo (21) resume a lógica de produção noticiosa do jornal na cobertura jornalística da região da Quarta Colônia. O ser notícia é guiado pela factualidade, priorizando as relações hierárquicas e produtivas inerentes à organização jornalística. Fatores externos não foram visualizados como elementos determinantes ou influentes da pauta noticiosa. Estando atento a critérios unicamente jornalísticos, a produção noticiosa reproduz o regime de verdade constituinte do *ethos* profissional, reforçando o caráter essencialmente noticioso do periódico.

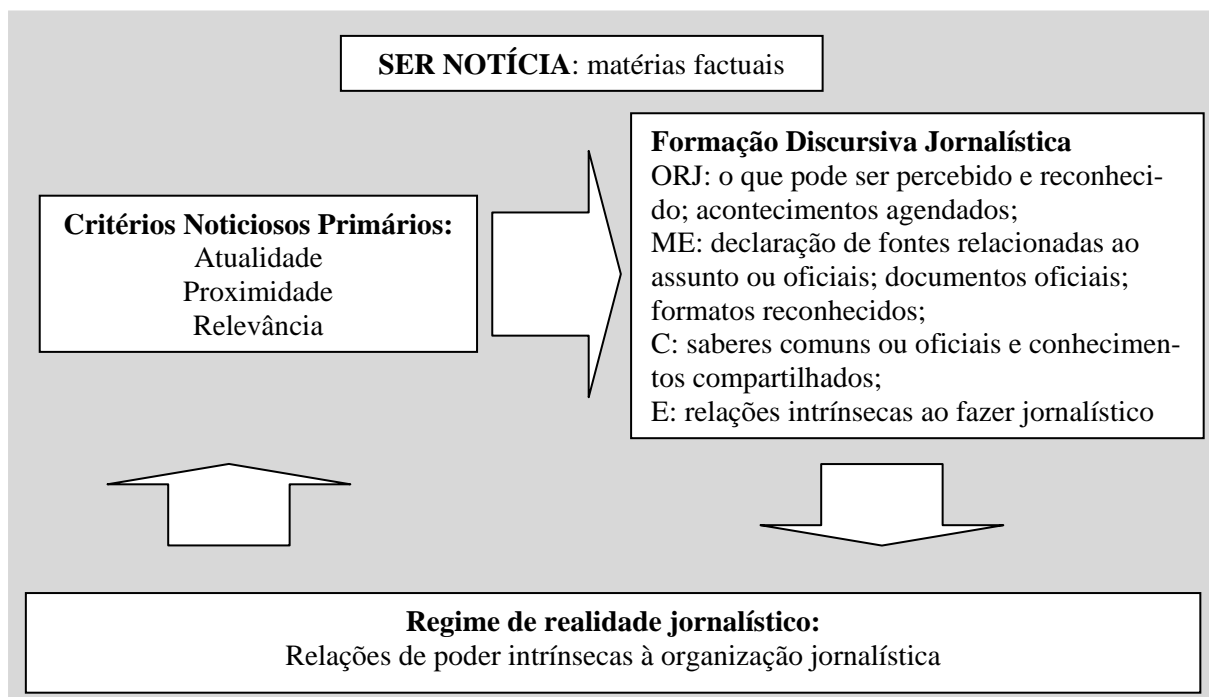


Figura 23 - Quadro-resumo dos fatores determinantes da cobertura do DSM.

A região da Quarta Colônia é retratada desde seus elementos essencialmente noticiosos pelo periódico, não sendo possível formular um retrato qualitativo suficiente para definir a área. Os enunciados são muito dispersos por tratarem de assuntos variados e em momentos diferentes, não fornecem conceitos suficientes para que a região seja descrita – graças à presença da factualidade. Os enunciados coesivos que poderiam formular um discurso sobre a região e suas características são dispersivos a ponto de apenas permitir localizar os municípios num determinado *locus* que compartilha algumas situações (atingidos pela queda da ponte do rio Jacuí, problemas de infraestrutura rodoviária) e eventos (festas religiosas) na cidade-sede do jornal. Com base no exposto é possível concluir que não há como formular um quadro característico da região da Quarta Colônia a partir das notícias publicadas no jornal DSM. Ao mesmo tempo que a factualidade garante a constituição jornalística do discurso também torna os enunciados ainda mais dispersos, compondo um mosaico cuja característica mais perceptível é a proximidade, não a figura que pretende evidenciar. O quadro abaixo (14), mostra como a região é retratada desde o ponto de vista da factualidade noticiosa e quais as fontes de informação mais recorrentes nas notícias sobre a localidade.

	Quarta Colônia - RS
CN	Atualidade, Relevância e Proximidade
Qualificação	Depende do assunto focado na pauta jornalística (eminente-factual)
Principais fontes de informação	Fontes oficiais (prefeitos, organizações, associações, vereadores, deputados) e pessoas relacionadas ao assunto tratado (pessoagens)
Relações de poder visualizadas	Somente agentes internos à organização jornalística na determinação da pauta (assuntos factuais)

Quadro 14: resumo da primeira fase analítica - mapeamento do jornal DSM.

Em se tratando do Caderno Quarta Colônia, a delimitação dos critérios noticiosos agenciados em sua produção deve ser realizada desde uma leitura diferenciada, que contextualize o fascículo em sua essência. O periódico, inicialmente somente era encartado no jornal, sendo produzido por assessorias de comunicação, posteriormente tornou-se parte do setor comercial da empresa RBS, que se propôs a explorar o segmento de notícias locais, na esteira de uma estratégia que o jornal Zero Hora (da mesma empresa, com circulação mais ampla) já havia colocado em marcha: o *hiperlocalismo*. Noticiar o local a partir de suas especificidades e potencialidades, atentando para a diversidade cultural e natural em busca da visibilidade. A litura relação de pautas entre o jornal e o fascículo pode ser representada pela figura 24 da página seguinte. É interessante notar que tanto o CQC é fruto da sobreposição de intenciona-

lidades (tanto intrínsecas quanto extrínsecas) existentes na assessoria de imprensa que o produz, resultando num periódico que retrata os interesses da empresa e organização com as quais se relaciona.

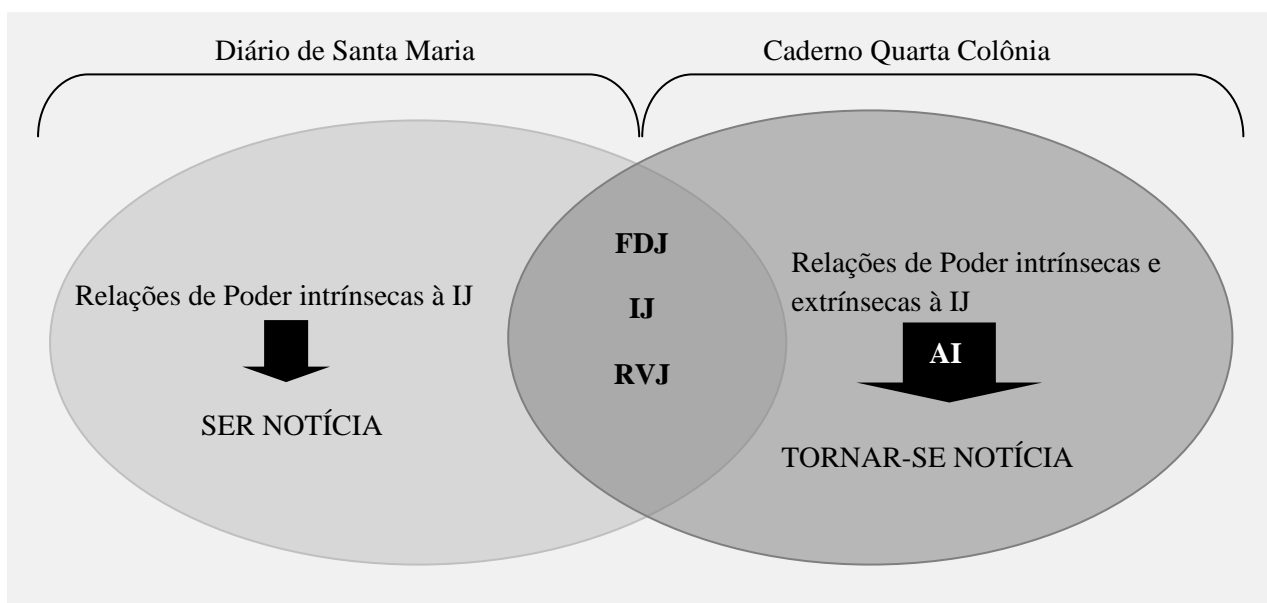


Figura 24: relações de poder na produção noticiosa na Quarta Colônia

Aqui se torna importante fazer uma breve retomada histórica das origens do Caderno Quarta Colônia, a fim de compreender sua importância estratégica de difusão de informações noticiosas sobre a região. Em 1996 foi aprovado o Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (PRODESUS/Quarta Colônia), voltado para o planejamento e implementação de estratégias de desenvolvimento da região. Os municípios que integram a região reuniram-se, para eleger o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (CONDESUS/Quarta Colônia), que se tornou o fórum legal de discussão das ações, projetos e programas de interesse regional voltados para a integração e o desenvolvimento dos municípios consorciados. Em outubro de 1997 foi publicada a primeira edição do “PRODESUS Informativo”,¹³⁷ intencionando discutir o potencial local de desenvolvimento desde alternativas sustentáveis que valorizassem o local – e a região da Quarta Colônia, com suas qualificações *sui generis* tornava-se o espaço ideal para tais ações.

Havia menção a alguns fatores convergentes que conduziriam a práticas de desenvolvimento sustentável e integrado na região, como o turismo rural, cultural e ecológico; o ge-

¹³⁷ O informativo era produzido pela assessoria do Prodesus, sob a supervisão de uma jornalista. No formato tabloide, preto e branco, com 12 páginas, o veículo tinha periodicidade mensal e tiragem de 10 mil exemplares, sendo distribuído nos nove municípios integrantes do programa e visava problematizar ações de desenvolvimento sustentável na região.

renciamento de recursos florestais; a agricultura ecológica e a educação ambiental. No editorial publicado na terceira edição do informativo, datada de janeiro de 1998, o coordenador-executivo do Prodesus, José Itaqui, relaciona os elementos da seguinte forma: “Essas e outras ações do PRODESUS estruturam uma política de desenvolvimento que busca aliar, no manejo dos recursos naturais e na produção agrícola, sustentabilidade ecológica e econômica”¹³⁸.

Contudo, em edições seguintes, o discurso evidenciaria o potencial turístico da região, tecendo um discurso voltado para a valorização das belezas naturais, da história, dos costumes e da culinária da Quarta Colônia – antecipando os tópicos a serem discutidos pelo CONDESUS, na sequência de passos deixados pelo programa. Os editoriais sempre foram o espaço legítimo da fala institucional. No caso do informativo PRODESUS não poderia ser diferente. Em texto publicado na quinta edição do periódico, o secretário executivo do programa apresenta de forma clara o papel de articulador dos setores produtivos: primário (cultivos, criações), secundário (artesanato, produtos coloniais) e terciário (restaurantes, hotéis, bares, transporte, comunicação) – e acrescenta ainda o importante papel desempenhado pelos patrimônios cultural e natural no processo.

O turismo não é somente ver paisagens, prédios antigos, caminhar por entre matas ou banhar-se nas águas cristalinas das cachoeiras. É isso e também a comercialização de bens: alimentos, artesanato, serviços. Esses elementos fazem parte de um horizonte possível que se abre como perspectivas para dezenas de jovens que chegam à maioria sem alternativas de emprego.¹³⁹

A lógica da abordagem turística será adotada, principalmente durante a produção do Caderno Quarta Colônia, que seria ‘adotado’ como fascículo do jornal Diário de Santa Maria. O PRODESUS Informativo, assim, deixa de circular pouco tempo depois, mas seu objetivo de evidenciar as características territoriais da região permanece como ideal a ser seguido pelo CONDESUS.

Em 2006 o Caderno Quarta Colônia começa a circular no jornal Diário de Santa Maria, pela iniciativa do CONDESUS, que contrata uma empresa de comunicação terceirizada para produzi-lo. A intenção do CQC era continuar evidenciando as características da região, despertando a atenção tanto da população local quanto regional acerca das potencialidades de

¹³⁸ ITAQUI, J. Ano que finda. Ano que começa. In: **Informativo Prodesus**. Quarta Colônia: Prodesus, nº03, Nov.1998, p.02.

¹³⁹ ITAQUI, J. Por onde passa o desenvolvimento da Quarta Colônia?. In: **Informativo Prodesus**. Quarta Colônia: Prodesus, nº 05, Nov.1998, p.02

desenvolvimento sustentável para a área. Anos mais tarde, ao descrever a iniciativa, José Itaquí, então Secretário-Executivo do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (Condesus), afirmou, em artigo publicado no próprio Caderno Quarta Colônia, que

(...) o conceito de caderno, de como mostrar, abrir janelas de diálogo da Quarta Colônia com os municípios da região central. (...) o Caderno como o meio onde seriam tratadas as políticas públicas de interesse local e regional. Outro ponto importante é que o Caderno deveria ter como foco a cultura dentro de uma leitura antropológica. Que os elementos naturais e culturais fossem desenvolvidos nos seus múltiplos aspectos e recortados por um olhar público, de políticas públicas que assegurassem a sua conservação e preservação.¹⁴⁰

A intencionalidade do Condesus ao endossar a proposta era ter no Caderno um espaço de visibilidade não apenas para as especificidades da região, mas também lançar à sociedade as discussões acerca de estratégias e ações de desenvolvimento a serem empregadas nos municípios da Quarta Colônia. A partir de agosto de 2006, momento de lançamento do periódico, o fascículo lançou tendências no mercado editorial regional, sendo um dos únicos espaços midiáticos regionais onde era possível ter acesso a notícias contextuais sobre os municípios da região de imigração italiana.

Propondo-se a ser um retrato da Quarta Colônia para a região central do Estado, percebe-se, desde o início, a conexão discursiva entre elementos intrínsecos à localidade geográfica e cultural e discussões sobre como desenvolver a região. Continuando sua explanação como voz oficial do Condesus no periódico, Itaquí afirma que “Um dos aspectos mais importantes do caderno tem sido ser um espaço de leitura e de reflexão do que é e do por que é importante planejar e incorporar na gestão pública as potencialidades locais e regionais endógenas” (*Id., Ibid.*). Ressalta-se a vocação do caderno em aliar, desde sua idealização, enunciados referentes a estratégias de desenvolvimento e potencialidades locais – estratégia colocada em prática anteriormente pelo seu antecessor midiático: o “Informativo PRODESUS”.

Dentre as diferentes seções constituintes do periódico, o secretário do CONDESUS dispunha semanalmente de espaço fixo institucionalizado (página dois, destinada à entidade) para levar aos leitores reflexões acerca do desenvolvimento regional. Com peso de Editorial, os artigos opinativos abordavam assuntos variados, expondo relações diretas ou indiretas com o tema desenvolvimento e, principalmente, visibilizando o conceito de desenvolvimento endossado pela entidade. Em artigo publicado, a voz oficial enfatiza os cruzamentos entre cultu-

¹⁴⁰ ITAQUI, José. Os Cadernos Quarta Colônia. CADERNO QUARTA COLÔNIA, n°200, 20 de agosto de 2010. Pág.02.

ra, recursos locais disponíveis (materiais e imateriais) e as possibilidades de ‘uso’ desses elementos. O Caderno é utilizado como espaço não de debate, mas de visibilidade de enunciados sobre a importância dos diferentes patrimônios da região. Inclusive o nome Quarta Colônia é retomado a partir de seu significado imaterial e dispersivo. Em seu texto, afirma que

O turismo é uma alternativa para a Quarta Colônia e por quê? Em primeiro lugar, devido ao seu processo organizador, qualificador e integrador dos mais diversos segmentos da economia local, associados à preservação e à valorização dos saberes (das culturas) e a conservação dos recursos naturais da nossa região. (...) Transformando esse patrimônio comum e endógeno na força motriz do seu desenvolvimento social e econômico.¹⁴¹

Se a empresa via na oportunidade uma maneira de cobrir midiaticamente uma região antes desatendida, explorando um filão comercial, o CONDESUS encarava a parceria como uma forma de, além tornar a região mais conhecida, publicizar um discurso pronto sobre o desenvolvimento. Em 2009 o fascículo começou a ser produzido pelo Departamento Comercial da RBS, estratégia que perdurou apenas por alguns meses, sendo, posteriormente, elaborado em parceria entre a empresa e uma agência de comunicação (Dois Assessoria). O movimento de inserção como encarte no DSM foi essencial para a disseminação geográfica do periódico, ampliando sua área de abrangência e representa, também, a percepção empresarial da RBS em utilizar-se da proposta inicialmente elaborada pelo CONDESUS como estratégia mercadológica – vide os espaços publicitários comercializados amplamente nas últimas edições do caderno, em 2011.

Ressalta-se que, por se tratar de um informe comercial, a natureza da produção é diferenciada e seus objetivos se voltam para outras metas, mas mesmo assim o papel de informar é cumprido. O Caderno Quarta Colônia era produzido com o intuito de preencher um filão de mercado até então inexplorado na região central do Estado, ou seja, objetiva vender algo diferente para um público maior. O diferente, no caso, são as notícias e acontecimentos, as características e especificidades regionais. O acordo firmado entre CONDESUS – para todos os efeitos o “contratante” da empresa prestadora de serviços de comunicação (DSM) – é o resultado de relações de poder que previam auxílio e ganhos mútuos. Prova disso foi o fato de, em 2011, o Caderno ser encartado no jornal Zero Hora com o intuito de dilatar a abrangência de circulação, alcançando a capital do Estado e, ainda, a produção do “Minuto Quarta Colônia”, programete televisivo de curtíssima duração voltado para evidenciar a região para a região, na

¹⁴¹ ITAQUI, José. As alternativas de desenvolvimento (possibilidade ou fuga)?. CADERNO QUARTA COLÔNIA. 08 de maio de 2009, p.02.

rede RBS de televisão. Diferentes meios, mas apenas uma estratégia: ampliação da visibilidade e venda de um novo conceito de Quarta Colônia. A figura abaixo (25), visa evidenciar no formato ‘linha do tempo’ a estratégia de produção de mídias informativas sobre a região.

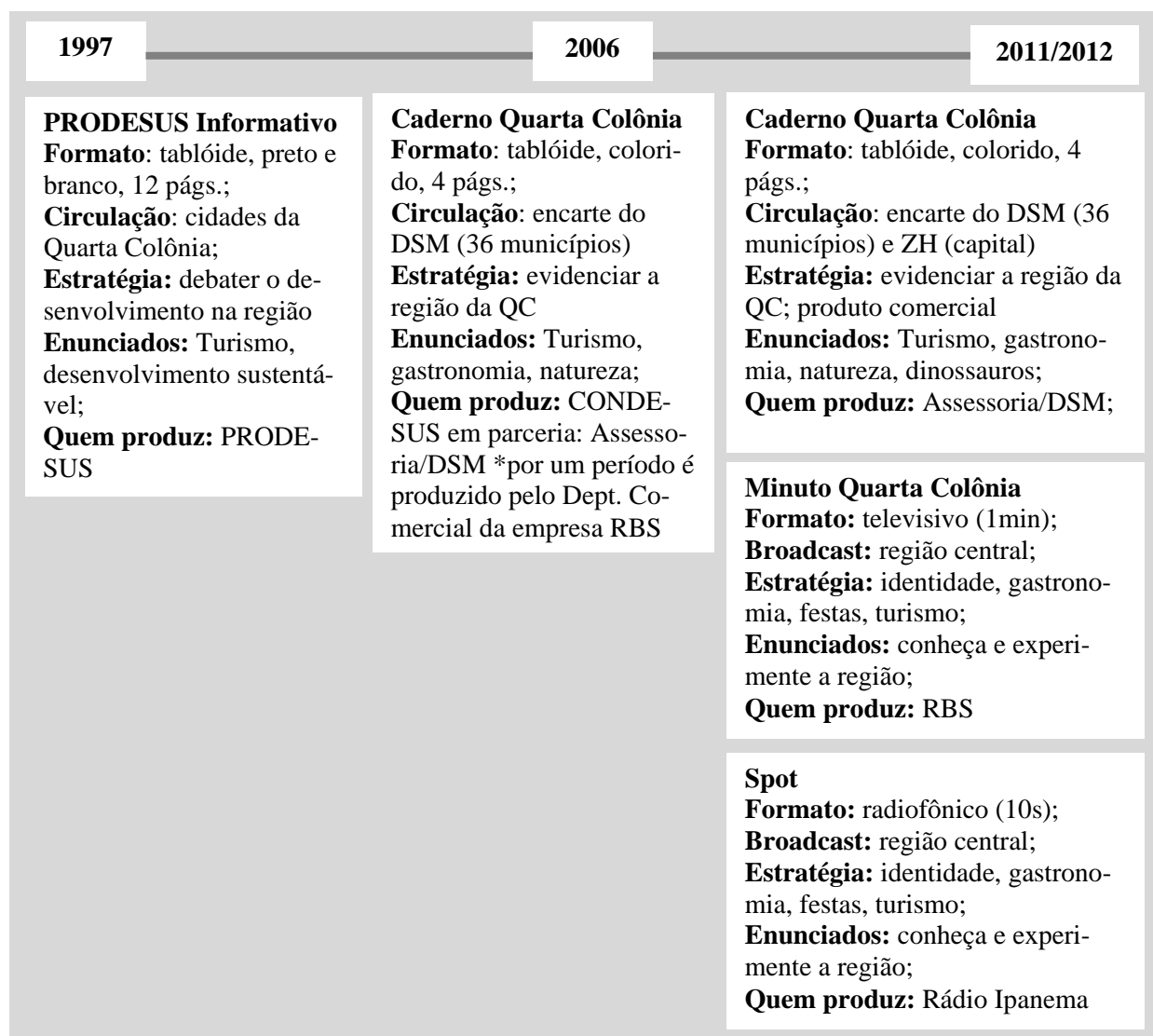


Figura 25: linha do tempo das produções midiáticas que evidenciam a Quarta Colônia.

É interessante notar que, em se tratando dos veículos impressos, a página dois continuava a ser preenchida com enunciados sobre desenvolvimento produzidos pelo CONDESUS. A voz oficial continuava a especificar as diretrizes através das quais o fascículo deveria ser lido e consumido pelo público, mesmo encartado em outro jornal, circulando em outras cidades. Por seu caráter editorialista, os artigos publicados na página dois do Caderno Quarta Colônia difundiam uma perspectiva inovadora acerca do desenvolvimento, mas unilateral, sem perspectiva de diálogo – seja com as entidades públicas ou com a população regional.

Partindo-se dessa caracterização inicial, a leitura dos critérios noticiosos seguiu uma outra lógica, buscando compreender a cobertura da Quarta Colônia a partir da complementaridade DSM-CQC – o primeiro voltado para a factualidade e o segundo, para a contextualidade. Por ter circulação semanal, foram coletadas 20 edições do Caderno Quarta Colônia, encartados no DSM no período de 08 de maio de 2009 e 21 de janeiro de 2011, somando um total de 23 matérias jornalísticas (15 notícias, quatro reportagens, três notas e uma entrevista) e 12 artigos opinativos. O apêndice J mostra a quantificação dos textos e o quadro abaixo (quinze) evidencia os critérios mapeados. Os artigos opinativos, por terem caráter editorial, foram considerados sob o aspecto da relevância.

CNP	Dia Noticioso (13); Relevância (7); Inesperado (3);	Total: 23
CNS	Relevância (10); Disponibilidade (10); Equilíbrio (10); Proximidade (1); Notabilidade (1);	

Quadro 15 - Quantificação dos valores-notícia observados no Caderno Quarta Colônia

Explica-se a prevalência do critério “dia noticioso” pelo fato de o caderno não ter na factualidade sua principal razão de cobertura. A relevância, a seu tempo, evidencia que os assuntos retratados são escolhidos a partir do seu significado ou serviço prestado aos leitores. A presença de notícias enquadradas como inesperadas dizem respeito a curiosidades (a presença de um dialeto já desaparecido na Europa, a descoberta de fósseis de dinossauros na região e a maneira como os mesmos foram encontrados), diretamente relacionadas ao local e suas características culturais, caracterizando-o.

Na tentativa de melhor mapear a formação discursiva jornalística buscou-se analisar separadamente o material noticioso do material opinativo, delimitando suas diferenças e buscando compreender a importância contextual de ambos. No caso específico das matérias jornalísticas, observou-se que os objetos de realidade conformam-se de acordo com o regime de verdade típico ao fazer jornalístico. Como condicionantes do regime de verdade, instituem-se os valores-notícia, descritos acima. Sendo assim, a ótica de produção noticiosa que busca evidenciar a região da Quarta Colônia tenta se adequar à periodicidade do fascículo desde a utilização dos valores “dia noticioso” e “relevância”. O primeiro tem o objetivo de reproduzir a lógica de cobertura de eventos e de pautas contextuais, já o segundo busca cumprir com a meta de abordar assuntos que visibilizem a região e sejam do interesse do leitor. Os ORJ funcionam tal qual nas demais publicações já analisadas: os assuntos (fatos dados passíveis de constatação ou pertencentes ao passado recente ou histórico, acontecimentos convencionados

ou em processo), os sujeitos (fontes e suas declarações) e os saberes (estado de coisas, saberes compartilhados como verdadeiros, saberes em constante atualização e normatizações) foram relacionados, permitindo inferir que o fazer jornalístico e suas regras de delimitação temática foram os responsáveis pela manutenção do regime jornalístico de verdade, reproduzindo os fazeres e relações reconhecidamente comuns à área e ao *ethos* profissional.

As modalidades enunciativas mostram as relações explícitas entre as fontes de informação das matérias e a entidade Condesus. Logicamente o objetivo principal do Caderno não é informar desde o ponto de vista do papel social que este ato significa, todavia, ao reproduzir um formato enunciativo, o fascículo cria expectativa no leitor, que lê o produto final a partir do conhecimento prévio que detém sobre o modo de produção jornalístico, e o compreende como integrante do regime de verdade inerente ao jornalismo. Sendo assim, o Caderno é lido a partir da credibilidade do discurso jornalístico que reproduz.

Os conceitos e as estratégias são os elementos que melhor simulam a produção noticiosa e as relações de poder a ela inerentes. Os formatos são perfeitamente reproduzidos principalmente nos aspectos gráficos – tanto o formato do fascículo (tablóide) quanto das matérias (notícias, notas, reportagens, entrevistas) o tornam simulacro de produtos jornalísticos já reconhecidos. O texto, por sua vez, apresenta profusão de elementos lingüísticos que não integram o escopo do jornalismo. O uso indiscriminado de adjetivos e advérbios, além de qualificações desnecessárias são prova da intencionalidade “comercial” inata do periódico.

Mesmo simulando a formação discursiva jornalística, os critérios contextuais, por sua vez, permitiram a alternância de visibilidade das nove cidades. Disponibilidade e equilíbrio são elementos secundários agenciados para que fosse garantida a neutralidade do periódico ao retratar os municípios, cedendo a cada um espaço proporcional à importância da notícia publicada. A prioridade é verificada no assunto tratado na capa do Caderno: quando possível abordando aspectos intrínsecos que caracterizassem a região desde seus aspectos históricos ou de sua constituição natural ou cultural.

A história do povoamento da região teve peso preponderante na delimitação dos aspectos culturais abordados. Anteriormente conhecida como Quarta Colônia de Imigração Italiana, a área recebeu grande contingente de imigrantes italianos na segunda metade do século XIX. Foi a quarta colônia de imigrantes italianos do Estado e a primeira apartada da Serra Gaúcha – região que recebeu o maior contingente dessa etnia no RS. A partir do grande contingente populacional de italianos instalados na região, o nome Quarta Colônia de Imigração Italiana permaneceu até meados dos anos 2000, quando, por opção das entidades ligadas ao desenvolvimento da região (CONDESUS e políticas públicas), optou-se por desvinculá-la de

sua ‘italianidade’ (pelo menos na nomenclatura) com o objetivo de aceder a programas de financiamento mais amplos. Além disso, a cidade de Agudo – integrante do CONDESUS é reduto de imigração alemã luterana. Atualmente a região é retratada pelo nome “Quarta Colônia”, obtendo mais reconhecimento pelo fato de ter sido colônia de imigrantes. Logicamente a ênfase maior dá-se à história e cultura italianas, embora as demais etnias que compõem o local também tenham certa visibilidade (alemã, africana, portuguesa, espanhola).

O passado histórico é claramente representado pela logomarca do fascículo. Dentre as edições escolhidas para a análise, percebeu-se a tentativa de reproduzir o ar nostálgico em referir-se à Colônia, reproduzida pelo uso de famílias de fontes que simulam a escrita cursiva e o uso de elementos gráficos que remetem o imaginário do leitor às páginas produzidas durante o século XIX ou, ainda, aos livros de história do período. A figura 22, na página seguinte, mostra as diferentes logomarcas adotadas para o CQC no período analisado.

Desde sua criação, em 2006, o Caderno Quarta Colônia tinha como elemento-chave de identificação de seu *layout* a presença de itens gráficos (filigranas, famílias de fontes, cores utilizadas) que aludiam à construção de páginas antigas. Mesmo apresentando variáveis, a logomarca do periódico permaneceu sem grandes alterações até final de 2010, quando houve a adoção do mapa em anexo à logomarca, que também teve sua família de fontes trocada por modelos mais modernos, não mais simulando a escrita cursiva. É interessante notar a presença de elementos inflexivos também na apresentação gráfica, em consonância à mudança editorial de abordagem do conceito de desenvolvimento, conforme explica o próximo capítulo. A figura 26, da próxima página, exemplifica algumas logomarcas adotadas pelo Caderno.

O caderno possuía sessões fixas, como o artigo opinativo com peso editorialista assinado pelo Secretário-Executivo do CONDESUS, José Itaqui; a capa sempre preenchida por cenas das cidades, no especial “Cidades & Cotidiano”, espaço para notícias, geralmente acontecimentos; agenda; gastronomia; e, eventualmente artigo opinativo de algum sujeito amplamente conhecido na comunidade, que se pronuncia como ‘porta-voz’ da realidade da região.

O turismo é recorrente em matérias publicadas na capa, destacando as belezas naturais do local, as festas tradicionais, a gastronomia típica ou o patrimônio arquitetônico religioso. O interessante é que o CQC é lido desde sua funcionalidade intrínseca: visibilizar a região desde seu potencial turístico diferenciado, ou seja, desde suas características culturais, perspectiva evidenciada pelo discurso do ‘editorialista’ do periódico. O mesmo tom utilizado pela voz institucional do CONDESUS é reproduzido nos demais textos do fascículo, transmitindo a ideia de homogeneidade ao leitor.



Figura 26- Diferentes logomarcas do Caderno Quarta Colônia.

Como exemplos de matérias que agregam a marca “Quarta Colônia”, é interessante ter em mente que todos os aspectos ressaltados partem do discurso do desenvolvimento. O fascículo tem como pressuposto a função de dar visibilidade à Quarta Colônia para que ela seja vista como um espaço comprometido com o desenvolvimento e a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. Por se tratar de um informe comercial, contudo, outra nuance estratégica foi a ele acrescentada: incitar o leitor a consumir a Quarta Colônia como informação, experiência e produto. O quadro abaixo (16), destaca esses elementos.

Os aspectos relacionados ao setor primário na região são comumente retratados a partir de suas relações intrínsecas com modos de fazer específicos. Sejam tradições ou novas tecnologias, o que se torna visível e é constantemente lembrada são as relações do que é produzido com o saber específico a ele agregado, que lhe confere singularidade. Ao atribuir uma história ao produto final, atribui-se a ele valor agregado de âmbito cultural. Outro viés interessante é a sua relação com o desenvolvimento rural que ‘dá certo’ ao impulsionar a melhoria

do nível de vida dos produtores ou da própria comunidade como um todo. A figura 27 (abaixo), que evidencia o incentivo à agricultura familiar em Faxinal do Soturno.

Aspectos	Quarta Colônia
Agropecuária	Propriedades de pequeno e médio porte, com o cultivo (familiar) de frutas, verduras, hortaliças, legumes; criação (familiar) de animais de pequeno porte, geralmente para o consumo na região; agroindústrias familiares responsáveis pela produção de queijos, vinhos, rapadura, massas, pães, bolos e cucas, cachaça (produtos coloniais);
Artesanato	Não tem grande visibilidade, embora presentes nas feiras. Geralmente representado pela produção em pequena escala de: vassouras, artigos de palha, tricô, crochê, bordados;
Etnicidade	Referenciada principalmente no tocante à imigração europeia (italianos e alemães), que trouxeram saberes consigo. Lembrada a partir da língua (alemã, italiana e seus dialetos); da religiosidade; dos costumes e tradições; da gastronomia e dos saberes e fazeres a eles relacionados;
Festas	Feiras, festas municipais (aniversário das cidades), bailes, jantares, almoços;
Gastronomia	Tipic/ italiana e alemã, apostando nas receitas como referência de singularidade;
História	Relacionada à imigração, costumes e também ao passado 'comum' da região: pré-história (arqueologia e paleontologia);
Natureza	Exuberância da mata atlântica visualizada através de rotas (cultural, ecológica, rural, paleontológica);
Religiosidade	Visibilizada através do patrimônio histórico-arquitetônico, das procissões e das festas e encontros paroquiais.

Quadro 16 - Elementos de visibilidade do Caderno Quarta Colônia.

Na mesa dos pequenos, alimentos da agricultura familiar

Crianças bem alimentadas e produtores satisfeitos são resultados do programa trabalhado em Faxinal do Soturno que estimula a compra de alimentos da agricultura familiar pelas escolas. O costume já existia, mas foi intensificado com a Lei nº 11947 de 16 de junho de 2009, e, em 14 de junho, foi feita a primeira chamada pública para os agricultores, onde foram selecionados dez para participarem do programa, atendendo 1300 alunos.

Entre as atividades do programa, estão reuniões e cursos, com conteúdos como práticas de higienização para as merendeiras e aproveitamento integral de alimentos. "Aquisição de produtos de melhor qualidade nutricional e sanitária e o incentivo à produção local de alimentos" relata a nutricionista, Greici Uliana, sobre os objetivos do programa. Greici também afirma acreditar na dedicação dos agricultores, pois muitos são pais de alunos. "Todos têm a consciência de que estão trabalhando com crianças e que a qualidade destes produtos deve ser alta, com isso conseguimos

alimentos sem agrotóxicos e com mais sabor e qualidade nutricional", comenta Greici.

Os agricultores que ainda não participam precisam estar atentos para a próxima chamada pública a ser realizada na metade do mês de agosto. Mais informações pelo telefone: (55) 3263 3700. O programa é uma parceria entre secretaria municipal de Agricultura e Emater.



Em Faxinal, os agricultores trazem mais qualidade à mesa das crianças.

Figura 27 - Notícia publicada no CQC, sobre agricultura familiar.
(Fonte: CQC, nº198, 06/08/2010, p.03)

A importância da agricultura familiar no contexto da Quarta Colônia é fundamental para a região porque o espaço, por ter sido ‘colônia’, congrega famílias em pequenas propriedades, que historicamente retiram seu sustento dessa atividade. O incentivo a práticas agrícolas familiares sustentáveis é um dos elementos mencionados como ponto-chave do desenvolvimento para a região. O impulsionamento da agroindústria familiar também é uma estratégia colocada em prática pelas agências públicas de fomento e aparece como ponto importante também para o CONDESUS. A figura 28 (página seguinte) exemplifica a assertiva.

Na notícia o elemento inovador (micro-indústria de produtos da cana-de-açúcar) aparece como um adendo a um saber tradicional que por si só era singular e tinha valor próprio. Contudo, a inovação é representativa do desenvolvimento quando redonda em benefícios para a família e torna-se exemplo bem-sucedido na região. Transparece no discurso do periódico a necessidade de mudança, elemento impulsionador de melhorias que podem ser compartilhadas pela comunidade. Revestido da intenção de visibilizar que a região também se preocupa com a qualidade do que é ali produzido e consumido, em editorial publicado anteriormente.

O secretário-executivo do CONDESUS manifesta-se sobre o fato de o consórcio ter angariado o estatuto legal para atuar no campo da fiscalização de alimentos:

O diagnóstico da produção de alimentos nos dará um cenário, local e regional, para construir políticas, de âmbito municipal e regional, e programas de apoio ao desenvolvimento do setor de agroindústrias. Política que se organizará a partir de três eixos básicos integrados e que terão por objetivo incentivar e apoiar o desenvolvimento da agroindustrialização na Quarta Colônia. (...) Necessitamos incorporar, reflexivamente, novas práticas e conhecimentos que, processualmente, transformem este setor da condição de alternativa para indutor do desenvolvimento regional.¹⁴²

Percebe-se a preocupação do enunciador de não apenas mostrar, mas provar para o leitor que a região busca melhorias e investimentos para fornecer produto de qualidade para o consumidor. Assim, caso o leitor queira consumir algo advindo da região, poderá tranquilizar-se que o produto consumido (pelo menos se for fruto da agroindústria) condiz com as normas sanitárias vigentes. Como discurso voltado para o desenvolvimento, a manifestação do enunciador comprova que a região está sendo impulsionada pelo CONDESUS.

¹⁴² ITAQUI, J. Recolonização do futuro II. **CADERNO QUARTA COLÔNIA**. Nº 193, 02/07/2010, p.02.

Uma família, uma tradição

Há pelo menos três gerações, a família Puppe mantém a tradição de produzir melado e açúcar mascavo nos fundos de casa, além de criar animais e de cultivar arroz para a venda no mercado regional. No entanto, o processo que antes era feito artesanalmente no quintal da família ganhou aspectos inovadores quando os Puppes trouxeram empreendedorismo para o interior de Restinga Seca e transformaram o quintal em micro indústria dos produtos da cana-de-açúcar.

Dois anos e meio depois de receber apoio financeiro da secretaria de Agricultura, Pecuária, Pesca e Agronegócio, por meio da Emater/RS -

Ascar municipal, Vítor e Leci Puppe aperfeiçoaram o processo de produção da micro indústria com o investimento em infraestrutura e maquinário. A qualidade do produto, aliada ao aumento no índice de produção, fez crescer a demanda. “O pessoal vem buscar aqui em casa, nós nem precisamos sair para vender na rua”.

A combinação da dedicação familiar com o financiamento e o apoio à agricultura familiar garante o sucesso do negócio, mas, mais que isso, comprova que, na Quarta Colônia, os ensinamentos são mesmo familiares e que lição de família também é razão de empreendedorismo.



Andréws Kellermann

A cana-de-açúcar é a matéria prima.

“O trabalho é árduo, mas o resultado compensador”, diz Leci (foto).



A modernização contribuiu para que a tradição da família se perpetuasse, revela Vítor (foto).



Figura 28- Tradição e inovação na agricultura familiar na Quarta Colônia.
(Fonte: CQC, nº161, 20/11/2009, p.03)

A mesma lógica é apresentada em relação ao artesanato. Bem menos evidente que os produtos coloniais (gastronômicos), o artesanato sobrevive na Quarta Colônia em atividades esparsas e geralmente tradicionais. Quando mencionado, o artesanato na região é aliado a enunciados referentes à tradição transmitida de pai para filho, há gerações. Exemplo é a entrevista realizada com Gelson Pesamosca, morador do interior de Nova Palma, na edição de 16 de julho de 2010. Com o intuito de visibilizar a peculiaridade do saber envolvido no processo de produção de vassouras de palha, o texto busca, através do depoimento do dono da empresa familiar, reconstituir historicamente a origem da firma e também sobre seu futuro. Como introdução da entrevista, o enunciador contextualiza o assunto para o leitor:

Os moradores da Quarta Colônia e região certamente conhecem ou já ouviram falar da “Vassoura Suprema”. Contando com a ajuda da esposa, da mãe, das três filhas e de mais dois funcionários, Gelson Pesamosca, de Vila Cruz, 3º distrito de Nova Palma, é o único produtor de vassouras de palha na Quarta Colônia. A produção é totalmente artesanal e até mesmo a entrega do produto é feita diretamente por Gelson, que atende supermercados, armazéns, cooperativas, minimercados e todas as pessoas que queiram adquirir esta peculiaridade.¹⁴³

Ao designar o produto como ‘peculiaridade’ deixa-se transparecer sua importância como característico do local e oriundo de um processo totalmente artesanal. O *handymade* é uma das especificidades do artesanato e o saber empregado em sua manufatura é o que o diferencia em relação aos demais produtos industrializados. Fica evidente que a produção de vassouras é um elemento que constitui a identidade do lugar, embora haja apenas um fabricante na região. Está sendo atribuído valor não apenas ao produto final, mas ao significado de possuir uma vassoura produzida à mão, na Quarta Colônia, há mais de meia década. Alia-se ao produto, também, a origem da técnica: saberes transmitidos de geração em geração dentro da família.

Em se tratando da etnicidade, esta encontra-se em todos os exemplares e é visível pelas referências às festas realizadas, aos produtos oriundos da região, à religiosidade ou às línguas faladas na Quarta Colônia. Um exemplo claro do tratamento dado à etnicidade do lugar aparece em duas capas, nas quais as referências aos idiomas italiano, alemão e ao dialeto vênето são feitas. A figura representada na página seguinte (29) mostra as inferências à língua do Vênето, variante do italiano trazida pelos imigrantes e que ainda sobrevive na região.

¹⁴³ CADERNO QUARTA COLÔNIA. Ed. 195, 16/07/2010, p.03.



Figura 29- Referência à etnicidade na capa do fascículo.
(Fonte: CQC, nº 198, 06/08/2010, p.01)

A notícia aborda o fato de o idioma vêneta – reconhecida como língua apenas em 2007, foi trazida para o Brasil pelos imigrantes, sendo a Quarta Colônia o único lugar fora da Itália onde sobrevive. Atualmente descendentes de imigrantes da região lutam para manter a língua viva na Quarta Colônia, como elemento cultural e identitário relacionado às tradições familiares trazidas do Vêneto. Um das fontes de informação citadas na matéria, Pedrinho Sartori, descendente de imigrantes que aprendeu com os pais a língua, afirma que “Os pais procuram ensinar os filhos na medida do possível, mas na maioria das vezes, nem eles mesmos lembram. (...) peço para que todos os dias possamos parar um pouco para refletir a importância de manter a nossa tradição valorizada” (*Id, Ibid*). A manifestação põe nas palavras da população a busca também do CONDESUS: preservar a cultura da região.

Outro exemplo é a capa do CQC publicado no Natal de 2009, reproduzida na sequência.



Figura 30 - Chamada de capa em alemão, italiano e português.
(Fonte: CQC, nº. 166, 24-25/12/2009, p.01)

O uso das três línguas, lado a lado, mostra que a região é multicultural e ainda conserva as influências dos imigrantes. A valorização do patrimônio imaterial da região é um exemplo de diferenciação e visibiliza a singularidade cultural da região – elemento distinto se comparado aos demais municípios da região.

A etnicidade também é elemento constante quando as festas são retratadas. Mesmo que não seja mencionado o caráter étnico da comemoração, há algum tipo de referência que leva a caracterizá-la a partir da distinção entre alemão/italiano. Agudo é a cidade da região que recebeu o maior contingente de imigrantes alemães, constituindo-se como a sede da cultura alemã na Quarta Colônia (Dona Francisca e Restinga Seca também tem contingente significativo de famílias alemãs). Na matéria de capa do periódico de 20/08/2010, o texto intitulado “A Alemanha fica logo ali” evidencia os traços culturais remanescentes na cidade de Agudo, informando ao leitor como e quando ocorreu a migração da Europa e como ainda são preservados alguns costumes – como as festas (*Volksfest* e a *Kerbfest*). Na cidade, o Instituto Cultural Brasileiro-Alemão preserva o ensino de alemão e possui vasta biblioteca sobre a formação da Alemanha. A matéria é finalizada da seguinte forma:

Agudo parece estar devolvendo ao povo alemão um pouco da contribuição cultural que seus antepassados deixaram. E assim, misturando a cultura brasileira com a germânica, ambas ricas, a Quarta Colônia mostra-se como mais do que a Quarta Colônia de Imigração Italiana, mas um celeiro de preservação e valorização cultural.

A figura da página seguinte (31) representa dois momentos de festas com tema étnico na Quarta Colônia: a *Kerbfest*, em Agudo, e o anúncio da Semana Cultural Italiana, em Vale

Vêneto. As figuras típicas do *nonno*, segurando o garrafão de vinho e da *nonna*, com a cesta com pães (avô e avó, em italiano) são típicos na região.



Figura 31 - Exemplos de uso da etnicidade na visibilidade das festas na Quarta Colônia. (Fonte: CQC, Ed. 206, 19/11/2010, p.01; CQC, Ed. 155, 12/10/2009, p.04)

Outro elemento cultural diretamente referenciado à etnicidade é a gastronomia. O Caderno Quarta Colônia retrata a região, também, a partir de sua característica mais conhecida: a gastronomia. Os pratos típicos são celebrados em dois momentos distintos no periódico: no anúncio de festas típicas e na publicação de receitas tradicionais. A região tem um calendário bem-estruturado de festas típicas, que ocorrem principalmente no período do inverno e se repetem na maioria das cidades. Os festejos mais visibilizados são aqueles que oferecem como parte da comemoração a gastronomia italiana, representada pelos queijos, vinhos, pães e massas; as celebrações alemãs, a seu tempo, com o *chopp* e suas saladas, salsichas e cucas.

Para as pessoas em geral, misturar ovos, salame e queijo em uma frigideira é fazer uma omelete. Para os descendentes de italianos, é fazer uma fortaia, ou *fortaglia*. (...) além de brindar os adoradores da comida italiana tradicional com o jantar, a Sociedade Italiana de Dona Francisca busca a valorização da cultura da pátria-mãe a-

través de diversas atividades, como o coral Vozes do Vale, grupo de dança *Stelle Alpine*, cursos de língua italiana, promoções culturais e intercâmbios sócio-culturais.¹⁴⁴

É dessa forma que uma matéria de capa fala sobre a XVI Ceia da Sociedade Italiana de Dona Francisca: enfatizando as origens do festejo e visibilizando sua peculiaridade cultural. É perceptível a afinidade pela gastronomia na região pelo fato de representar um elemento típico que pode ser desfrutado tanto pela população da região quanto por turistas. O turismo gastronômico é uma das atividades mais incentivadas na Quarta Colônia justamente pelo fato de se ter ali a imigração italiana, culinária reconhecida mundialmente pelos pratos bem-servidos e saborosos. O trecho Santa Maria – Silveira Martins é conhecido como “Rota Turística e Gastronômica” por ter belas paisagens e bons restaurantes que são ponto de encontro de turistas que resolvem começar a desbravar a Quarta Colônia por Santa Maria. A figura 32, na página seguinte, evidencia as relações entre elementos étnicos e a gastronomia italiana e alemã- itens de distinção que transformam o espaço Quarta Colônia em algo mais: o fazer território.

A Quarta Colônia, retratada através da ótica comprometida com ações para o desenvolvimento, torna-se um espaço onde são reafirmadas constantemente suas origens e também seu passado, que emerge pela celebração do significado do espaço e também de seus integrantes como um território formado por elementos culturais específicos. A abordagem da região desde seus constituintes tradicionais faz do lugar um recanto diferenciado do contexto no qual se insere, podendo ser consumido como produto e também como experiência.

¹⁴⁴ CQC. Ed. 190, 11/06/2010, p.01

Um dia dedicado ao queijo e ao vinho

A 16ª Edição do Festival do Vinho e do Queijo acontece amanhã, dia 3, em Fainal do Soturno. O evento é um dos maiores da região, e atraiu, segundo informações da organizadora Débora Vizzotto, mais de 1500 pessoas no ano passado em apenas um dia de evento. Um dos motivos para tantos participantes na festa é o cardápio recheado de vinhos e queijos de ótima qualidade, produzidos na Quarta Colônia, oportunizando que os produtores mostrem seu trabalho. Neste ano, serão oferecidos 20 pratos diferentes e 10 tipos de vinhos coloniais e industrializados. O festival inicia às 16h, no Salão Paroquial São Roque, e segue noite adentro com o baile e show do cantor e humorista Valmor Marasca, a partir das 21h. O festival é uma promoção da prefeitura municipal. Mais informações pelo telefone (55) 3263 3700



Expresso Alemão



Nada melhor do que homenagear as pessoas queridas com uma mesa farta de comidas gostosas. Sendo assim, o Quarta Colônia traz uma receita tipicamente alemã a fim de agradecer a este povo que nos serve com sua cultura. O expresso alemão é preparado com ingredientes fortes na cozinha germânica, como a cerveja, o repolho, as maçãs e o temperoagridoce, essa receita resulta em um prato delicioso. Servido com salada de batatas, completa o cardápio de um almoço à moda alemã.

Ingredientes

- 2 colheres de sopa de margarina;
- 1 cebola cortada em cubos pequenos;
- 1 dente de alho amassado;
- 1 repolho médio em fatias finas;
- 1 frango defumado sem pele cortado em pedaços;
- 2 maçãs verdes cortadas em fatias grossas;
- 1/2 xícara de chá de cerveja;
- 1 colher de chá de vinagre;
- 1 colher de café de açúcar;
- Sal a gosto;
- Pimenta-do-reino branca a gosto.

Modo de Preparo

Numa panela, aqueça a margarina e doure a cebola e o alho. Acrescente o repolho e mexa em fogo baixo, mexendo sempre, até o repolho murçar. Adicione o frango, as maçãs, a cerveja clara, o vinagre, o açúcar, o sal e a pimenta-do-reino. Cozinhe por mais 10 minutos e sirva com batatas cozidas. Rende 5 porções.

Figura 32 - Exemplos de menção à gastronomia típica da Quarta Colônia (Fonte: CQC, nº193; 02/07/2010, p.04; CQC, nº 200, 20/08/2010, p.04)

Também relacionados aos elementos de etnicidade está a religiosidade da Quarta Colônia. Desde a chegada dos primeiros imigrantes na região, percebeu-se que as vilas eram formadas pela praça e pela igreja – como memória da tradição católica do país de origem. Sendo a maioria das cidades que integram a região constituídas por descendentes de imigrantes que fizeram do lugar a Quarta Colônia de Imigração Italiana, a herança religiosa ainda se faz presente e a população atuante. As festas religiosas, procissões e demais manifestações relacionadas ao catolicismo ainda levam grande número de turistas a visitar o lugar.

O CQC evidencia a religiosidade através das notícias e reportagens sobre as festas religiosas e procissões em honra dos santos padroeiros das cidades, mostrando a relação in-

trínseca entre a fé religiosa e o progresso da região. Contudo, a voz oficial, o CONDESUS, não se manifesta a respeito, permitindo-se opinar acerca de outros aspectos, alheios à religiosidade. Percebe-se claramente um lapso discursivo ao redor do assunto ‘religiosidade’ por parte do discurso oficial da entidade, tornando-o pauta de matérias amenas e pontuais – apenas são retratadas festas religiosas na iminência de ocorrerem, sendo enfatizados outros aspectos a elas relacionadas, como a oportunidade de celebrar gastronomicamente os eventos.

A figura na sequência (33) apresenta uma forma de retrato da religiosidade da Quarta Colônia, mostrando a igreja e contando um pouco da história de sua construção. Mesmo que o Consórcio faça uso de um discurso sobre desenvolvimento que menciona a multiculturalidade da região aludindo também a outras heranças culturais que ali persistem, estas tem muito menos visibilidade que o compêndio cultural de influência italiana.



Figura 33 - Forma de expressão da religiosidade na Quarta Colônia.
(Fonte: CQC, s/n, 25/09/2009, p.03)

A natureza também é um elemento central na elaboração territorial da Quarta Colônia. Por ser um espaço onde ainda persiste uma parte considerável da franja da Mata Atlântica e por ter sido, historicamente, caracterizada pela preservação das belezas naturais e ter predominância da agricultura familiar, a região tem forte potencial para o ecoturismo e para o tu-

rismo rural. A exploração turística da área é estratégia posta em prática desde a criação do PRODESUS, em 1993, tendo suas primeiras realizações nesse aspecto com o lançamento do Projeto Caminhos Verdes, em 1997. O Projeto previa a implementação de infra-estrutura para receber ecoturistas na Quarta Colônia, Itaára, São Martinho, Santa Maria e Mata, completando o circuito da região central do Estado. Foi a iniciativa pioneira que, aproveitando-se do cenário político do momento, que previa vultosos incentivos para o desenvolvimento do turismo no RS, inovou ao sistematizar um ‘roteiro verde’ na região central. A ideia, com forte apelo de preservação da natureza e sustentabilidade serviria de modelo para a busca da criação de outras rotas turísticas tendo a Quarta Colônia como espaço central.

Abordagem interessante foi a avaliação sobre o ‘Programa de Turismo Rural de São João do Polêsine’, artigo opinativo publicado do Caderno Quarta Colônia (Ed.214, 21/01/2011). Mesmo não sendo a ‘voz editorialista’ do CONDESUS, o artigo explicita qual o papel do turismo rural e como ele pode ser implementado com êxito na Quarta Colônia. A linha argumentativa desenvolvida pela autora vai ao encontro das propostas editoriais publicadas no periódico, mostrando, assim, que a estratégia de implementar o turismo na região realmente é um caminho a ser trilhado em busca do desenvolvimento regional. Em tom explicativo, a autora relaciona o turismo rural à constituição intrínseca da Quarta Colônia, ou seja, relacionando à cultura e território (id. Ibid., p.06):

A região da Quarta Colônia oferece as condições ideais para o desenvolvimento do turismo rural – abrangendo o cultural, o ecoturismo, o gastronômico, o científico, o pedagógico e de compras entre outros – com seu patrimônio cultural em boa parte ainda preservado e original. (...) O modelo das pequenas e distantes localidades na Itália que hoje sobrevivem – e preservam seus costumes – da economia turística são uma motivação para desenvolver a atividade turística em um espaço tão peculiar como a Quarta Colônia.

Torna-se claro que a argumentação expressa pela autora representa alguém da comunidade falando e ao fazê-lo, endossa o discurso do CONDESUS pró-desenvolvimento turístico da região. É interessante notar o exemplo buscado pela autora do texto (pequenas comunidades italianas) – que repete, em 2011, o enfoque trazido pelo PRODESUS ainda nos anos 1990, de utilizar a Europa e suas pequenas cidades como modelo para o planejamento de estratégias que se beneficiam do turismo como atividade de desenvolvimento sustentável.

É interessante a forma como o periódico refere-se à natureza da região: buscando retratar de maneira fiel os cenários e associá-los aos elementos humanos nele inseridos. Assim,

tem-se textos que descrevem com nuances românticas as paisagens ‘europeias’ da região, associando-a aos ‘desbravadores’ que se instalaram e desenvolveram o lugar.

Outra forma de se referenciar a natureza é aliá-la a sensações, como na matéria de capa publicada na Ed. 162, de 27/11/2009: “Uma paisagem ímpar, um lugar tranquilo para descansar, uma bela sombra e uma brisa fresquinha. Esse é um dos atrativos que Nova Palma, cidade da Quarta Colônia, oferece à comunidade e aos turistas”. Os cenários são descritos desde sua exuberância natural, a presença de balneários, cachoeiras, grutas, rotas ecológicas, sendo ricamente ilustrados com imagens dos cenários bucólicos da região.

Por fim, mas não menos importante, o fator histórico como elemento definidor da Quarta Colônia. É possível verificar a congruência de dois momentos distintos na visibilidade da região através do periódico analisado, responsáveis pela construção e reconstrução do significado da Quarta Colônia para o desenvolvimento regional. O primeiro deles parte do enfoque ‘tradicional’ atribuído ao caderno, que prioriza a abordagem endógena do desenvolvimento, amplamente visibilizado desde a criação do CQC, em 2006. Este enfoque prioriza a sustentabilidade de práticas que evidenciem os patrimônios natural e cultural da Quarta Colônia, buscando (mesmo que não com estas palavras) firmar a região como território de identidade relacionada à imigração europeia (principalmente italiana). Tanto o discurso do CONDESUS quanto a linha editorial do CQC buscaram atribuir o significado de elaboração coletiva de um território singular na região, que revertesse em benesses para todos os municípios integrantes do consórcio. As estratégias implementadas pelo próprio CONDESUS em parceria com o setor público e também privado reafirmavam esse enquadramento.

A leitura do Caderno Quarta Colônia, a partir desse enfoque, permitiu verificar que o espaço é peça fundamental na elaboração de um território singular, com características ‘peculiares’ como a constituição das comunidades ali estabelecidas. Assim, a perspectiva de desenvolvimento regional sustentável emitida pelo CONDESUS encontrou no turismo sua principal e mais visível atividade. Em artigo publicado no CQC e assinado pelo Secretário-Executivo da entidade, a reflexão sobre as alternativas ao desenvolvimento leva à seguinte conclusão:

O turismo é para a Quarta Colônia uma alternativa e por quê? Em primeiro lugar, devido ao seu processo organizador, qualificador e integrador dos mais diversos segmentos da economia local, associados à preservação e a valorização dos saberes (das culturas) e a conservação dos recursos naturais da nossa região. O turismo é desencadeador quando, ao reconhecer as potencialidades endógenas, cria espaços de mediação entre os saberes, possibilitando aos atores locais empreenderem com mais eficácia tanto de forma individual quanto grupal. Transformando esse patrimônio comum e endógeno na força motriz do seu desenvolvimento social e econômico.¹⁴⁵

¹⁴⁵ ITAQUI, J. As alternativas de desenvolvimento (possibilidade ou fuga?). CADERNO QUARTA COLÔNIA. Ed. 144, 08/05/2009, p. 02.

O valor atribuído ao território e sua constituição cultural definiram a Quarta Colônia como lugar das belezas naturais preservadas e de ricas paisagens onde os colonos ‘desbravadores’ instalaram-se e, à sua forma, prosperaram; espaço da agricultura familiar que alia a tradição à inovação ao adotar o manejo sustentável; recanto onde saberes tradicionais são transmitidos aos filhos e preservados; lugar de religiosidade e festividades onde se é bem recebido e bem alimentado; onde o rural é aproveitado em sua totalidade, enfim, um território singular a ser conhecido, experimentado e consumido.

Exemplo claro dessa estratégia de visibilidade midiática são as matérias que evidenciam o constituinte histórico da região, como mostra a figura abaixo. A matéria foi publicada na capa do CQC (Ed. 155, 12/10/2009) no intuito de evidenciar a marca histórica do município de Nova Palma e lembrar o leitor acerca do Centro de Pesquisas Genealógicas (CPG), espaço onde se encontra documentação completa sobre as famílias de imigrantes que aportaram no Brasil e foram direcionadas para a Quarta Colônia.

Outro enfoque despontou no periódico em 2008 e começou a ganhar mais visibilidade a partir da inauguração do CAPP (Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica), situado em São João do Polêsine – um de quatro prédios do complexo do Projeto Geoparque Quarta Colônia. Após o descobrimento de fósseis de animais pré-históricos na região, aprofundaram-se os estudos na área e constatou-se forte potencial geocientífico e geoturístico devido à alta incidência de fósseis. Atualmente, a região possui cerca de 27 geossítios¹⁴⁶ e, através da busca de parcerias e estruturação de projetos endossados pelo CONDESUS e instituições de pesquisa da região, aguarda a implementação do Programa de Apoio à Pesquisa Paleontológica da Quarta Colônia, bem como da finalização do Geoparque. O consórcio, em apoio à iniciativa, criou a “Rota Paleontológica”, buscando aliar à marca “Quarta Colônia” um novo significado. Este relação será discutida no próximo capítulo.

O exemplo reproduzido na próxima página (figura 34) mostra uma construção de capa comum após a descoberta dos fósseis na região. O uso da temática “paleontologia” foi usualmente abordada nas edições seguintes e, embora as matérias continuassem a mencionar os eventos e referir-se à constituição cultural da região, os artigos opinativos de caráter editoria- lista tiveram seu enfoque voltado para outro assunto: os dinossauros, inaugurando uma inflexão discursiva perceptível de forma clara nas edições seguintes.

¹⁴⁶ Fonte: <http://www.cprm.gov.br/geocoturismo/geoparques/quartacolonia/introducaocolonia.html>>. Acesso em 15 ago. 2011.



Figura 34 - Presença do tema 'dinossauros' na capa do periódico.
(Fonte: CQC, Ed. 187, 21/05/2010)

Tanto a região de *Aljarafe-Doñana* com a Quarta Colônia utilizaram-se de discursos que buscavam evidenciar seus atrativos, perseguindo a atenção dos leitores – visível pela forma como seus territórios eram tratados. A busca pela produção de material midiático, longe de fazer-se valer pelo ser notícia, *contudo*, estruturou-se como tática de visibilidade para uma faceta dos respectivos territórios muito mais relacionada à sua pertinência como vitrine em nome do desenvolvimento.

No caso da comarca espanhola, foi perceptível, desde o início da análise, uma verve já legitimada e constitutiva de enunciados comprometidos em esclarecer para o leitor que se tratava de um território específico, formado por características *sui generis* como sua formação

cultural, mas com objetivos-outros e muito bem especificados desde o início da publicação das revistas Adad e Tierra Sur. As nuances relativas às regularidades discursivas encontraram no discurso sobre o desenvolvimento seu esteio mais concreto, direcionando a leitura e também o interesse do público-alvo das publicações. O desenvolvimento jazia nas entrelinhas, nas intencionalidades visibilizadas nos enunciados reproduzidos continuamente nos periódicos com fins informativos.

O uso da mídia noticiosa como ponto de visibilidade também foi uma característica interessante, evidenciada pelas relações de poder invisíveis gerindo os temas de contexto na sala de redação do jornal *Diario de Sevilla*. Por trás, conduzindo algumas pautas de interesse não exclusivamente noticioso, percebia-se a mão da assessoria de imprensa das associações, cientes de seu papel aliciador de pautas e utilizando abertamente sua influência como fonte de informação.

O quadro da página seguinte (quadro 17) mostra a forma como as intencionalidades foram agenciadas num discurso pretensamente jornalístico, criando no leitor a expectativa do regime de verdade inerente ao processo de produção noticioso. Comparando-se à cobertura realizada pelo jornal Diário de Santa Maria, o Caderno Quarta Colônia provê mais informações contextuais aos leitores, relegando àquele o papel de refletir a agenda de acontecimentos factuais e de interesse público para a região.

A opção editorial do Caderno dá a conhecer uma região com identidade territorial específica, dotada de características peculiares que diferenciam tanto o espaço como os indivíduos que ali residem. O fascículo lê a Quarta Colônia desde seu potencial intrínseco de fazer uso do turismo como modo de disseminar suas peculiaridades além de seus limites geográficos. Outra peculiaridade do caderno é ter no editorial o momento de reflexão sobre si mesmo e também sobre o significado do processo de desenvolvimento e como ele deve ser aplicado na região. Refletir sobre o desenvolvimento é o objetivo do espaço editorial assinado pelo CONDEUS; mostrar quais estratégias podem ser colocadas em prática para desenvolver a região é tarefa das matérias jornalísticas produzidas; visibilizar a região através de sua constituição cultural é objetivo do Caderno Quarta Colônia como um todo.

Na Quarta Colônia o desenvolvimento deixou-se transparente como fio condutor da produção discursiva, mas o contexto o destituiu de sua legitimidade estratégica em busca de novos enunciados. Inflexões, muitas inflexões visíveis e visibilizadas nas pseudo-regularidades discursivas responsáveis por agregar igualmente cultura, identidade, desenvolvimento. Como estratégia de visibilidade do espaço, o informe comercial foi profícuo;

para convencer o leitor de sua legitimidade enunciativa sobre os caminhos a serem trilhados, não obteve êxito perene.

	<i>Quarta Colônia</i>
CN	Dia noticioso, Relevância, Disponibilidade
Qualificação	- Colônia: lugar de costumes diferenciados e cultura específica; - Descendentes de italianos e alemães tornaram o lugar diferenciado; - Emergência de uma “nova identidade comum”: a paleontologia;
Principais fontes de informação	- Fontes de informações oficiais e representantes do saber diretamente relacionado às políticas de desenvolvimento; - Pessoas que moram e trabalham na região;
Relações de poder visualizadas	- Diretrizes indicando como o desenvolvimento deve ser lido; - Uso da identidade como estratégia voltada para o desenvolvimento ; - Uso do discurso jornalístico como tática de sensibilização do público;

Quadro 17: relações apontadas na cobertura da Quarta Colônia pelo informe.

Em se tratando do agenciamento da mídia noticiosa, outro dilema mal-resolvido: o Diário de Santa Maria, como periódico jornalístico, tem por princípio não reproduzir matérias já veiculadas sobre a região. Resultado: os periódicos (jornal e fascículo) existiam mutuamente, mas sem relação de contiguidade discursiva, cada um retratando, a seu modo e de acordo com seus interesses, a região.

CAPÍTULO VI

TERRITÓRIO, IDENTIDADE E DESENVOLVIMENTO: DOS ENUNCIADOS VISÍVEIS AO DISCURSO MIDIÁTICO

Este capítulo traz os resultados obtidos nas etapas um e dois (E1 e E2) de análise e suas respectivas discussões, além de estender-se sobre a última etapa analítica (E3) em busca da elucidação das relações de poder e de sua influência na determinação dos enunciados focados na relação entre identidade territorial e desenvolvimento visibilizados nos *corpora* analisados na presente tese. Na busca da clareza que facilite a compreensão, a sessão foi dividida em dois momentos distintos. O primeiro apresenta as caracterizações sobre território, identidade e desenvolvimento dos dois recortes operacionalizados no capítulo anterior. O segundo item relaciona os conceitos à lógica estruturante do discurso, na busca da elucidação das relações de poder determinantes dos enunciados. Os subitens apresentam a discussão realizada com base no aporte teórico balizador do trabalho.

6.1 Como delimitar território, identidade e desenvolvimento?

Este item apresenta e discute os resultados obtidos do processo descritivo realizado sobre as matérias selecionadas dos periódicos com fins informativos constituintes dos *corpora* de análise. Na tentativa de compreender de modo amplo as relações entre os elementos elencados e explicá-los de forma coerente, a sessão encontra-se subdividida em dois momentos distintos: o primeiro deles relacionado ao recorte espanhol (enfocando a seleção de material obtido das revistas *Adad* e *Tierra Sur*) e o segundo dedicado ao compêndio elaborado com base no Caderno Quarta Colônia. O interesse é evidenciar as qualificações de território e identidade no intuito de cumprir um dos objetivos específicos da tese (objetivo a), confrontando os mapeamentos empíricos realizados com o escopo teórico escolhido.

6.1.1 O contexto andaluz

Partindo-se dos exemplos apresentados no capítulo precedente, como descrever o território de *Aljarafe-Doñana* desde suas características visíveis nos enunciados publicados nas revistas analisadas? Tomando-se como base os apontamentos sobre território escolhidos para constituir o escopo teórico da presente tese, pode-se inferir que a comarca constitui-se como território porque (SACK, 1986):

- a) possui um contorno espacial delimitado: mesmo que haja diferenças de espaço entre a região do *Aljarafe* (mais populosa e urbana) e de *Doñana* (zona sob proteção ambiental), o território comarcal é definido pelas áreas dos 16 municípios integrantes. Ambas são co-dependentes e formam a comarca de *Aljarafe-Doñana*, considerado espaço com características específicas que o torna *sui generis*. ARA considera a comarca como território porque reproduz o discurso da UE sobre o desenvolvimento desde os aspectos territoriais;
- b) possui um limite fronteiro reiterado pelos seus integrantes e legitimado pelas relações de poder ali atuantes: o fato de existir uma associação que reafirme constantemente que a comarca seja um território, evidenciando elementos que comprovem a assertiva auxilia no processo de territorialização. Adad é um GDR e faz valer um discurso que legitima o espaço e o constitui politicamente como tal. O fato de o GDR agir em nível local mas sob tutela de poderes políticos de níveis superiores (regional, nacional, internacional) endossa o discurso praticado e confere ao espaço o caráter convencionalizado de território. Por sua vez, ARA também age como legitimadora dos limites territoriais, visto que assessora os 52 ‘territórios de desenvolvimento’ regionais;
- c) a manutenção do controle e acesso ao espaço físico é mantido pelo uso de um discurso que o reafirma como território frente aos demais territórios que circundam a comarca.

Esse fator é importante porque evidencia a existência de um ponto implícito mas crucial na definição de *Aljarafe-Doñana*. O território *Aljarafe-Doñanero* existe porque são as entidades Adad, enquanto GDR, e ARA que o sustentam do ponto de vista político, econômico e também como ideário. Cada GDR da província de Sevilha (assim como da Andaluzia) delimita um espaço físico que o constitui e implementa estratégias que evidenciem elementos culturalmente fortes o suficiente para transformá-lo em território. A repetibilidade discursiva é a mesma, o que se transforma são apenas os elementos característicos de cada região que constitui um GDR. Sendo assim, é o desenvolvimento o elemento motor que delimita estraté-

gias de ação das comarcas e também a definição do que seja o território e como suas especificidades devem ser exploradas para o sucesso do empreendimento.

A concepção territorial desde Raffestin (1993) parte dos elementos que definem as relações de poder na determinação do território, evidenciando os ‘trunfos’ que possam ser utilizados como objetos dessas relações. A abordagem raffestiniana é interessante porque incita a ler a presença dos sujeitos sociais desde seu papel ativo ou passivo nas ações planejadas e implementadas nas comunidades observadas. No caso específico das ações ordenadas que determinam o que é *Aljarafe-Doñana* e como a comarca se estrutura são protagonistas as entidades que, através do GDR Adad, determinam as diretrizes e os focos de ação a serem implementados na comarca. As estratégias de desenvolvimento colocadas em prática na comarca são as seguintes: Adad (como implementadora local de ações pactuadas em nível local e regional, sob a tutela hierárquica de entidades de escopo e ações mais amplas); entidades locais que firmaram parceria com a associação (braços locais de ação em cada município, que garantem a manutenção do discurso “participativo e horizontal” nas políticas e estratégias praticadas – prefeituras, associação de moradores, agrupamentos de empresários, ONG’s); ARA (associação regional que pensa políticas de ação para a Andaluzia, trabalhando em “parceria” com Adad); Ministério do Meio-Ambiente, Meio Rural e Marinho (planejamento em nível nacional); FEADER, programa da União Europeia que rege as políticas de desenvolvimento para o meio rural na Europa.¹⁴⁷

De acordo com a abordagem do autor, pode-se considerar que *Aljarafe-Doñana* seja um território pelo fato de:

- a) existir uma população específica que se percebe como constituinte de um território e desenvolve ações que reafirmam sua territorialidade. Como exemplos podem ser citados: os empresários que apoiam as ações da Adad e tornaram-se parceiros da associação; agentes sociais locais que colocaram em prática a estratégia de agregar valor aos produtos característicos da comarca (arquitetura, artesanato, pratos típicos, saberes tradicionais, festas profanas, festas religiosas);
- b) haver um território constituído desde relações de luta, como campo de ação do poder. As próprias prefeituras que comungam com o GDR os mesmos objetivos em prol do desenvolvimento segundo os moldes estabelecidos transformam a comarca em território porque a delimitam desde relações políticas. A ação coletiva que a constitui como

¹⁴⁷ A dinâmica das relações de poder na constituição dos territórios analisados será alvo de análise mais aprofundada no item seguinte.

território é fruto dessas relações políticas, resultado de ações perpetradas por agentes internos e externos ao espaço físico de Aljarafe-Doñana;

- c) ter recursos naturais e culturais que podem ser agenciados como definidores e condicionantes dos horizontes de ação que constituem o espaço como território. Os elementos agenciados são aqueles já relacionados no trabalho, aos quais são agregados significados por pertencerem ao compêndio cultural da comarca e também agregados valores através dos quais possam ser consumidos.

Utilizou-se a percepção teórica de Raffestin (1993) pelo simples fato de a mesma permitir vislumbrar o território e a sua dinâmica de existência desde as relações de poder nele atuantes, esclarecendo a pertinência dos locais de ação de cada sujeito envolvido no processo de territorialização e sua posterior afirmação nos periódicos midiáticos produzidos. O território desde a percepção do autor é dependente do exercício das dinâmicas de poder a partir das quais os sujeitos manifestam no uso de suas atribuições institucionalmente determinadas. Adad, ARA, empresários, população, FEADER, todos os envolvidos, assim, contribuem para a determinação e manutenção da territorialidade da comarca.

O viés apresentado por Haesbaert (2010) e sua abordagem múltipla permitiu verificar a existência da territorialidade agindo desde sua constituição imaterial (social, econômica, política e cultural) sobre a material (natureza). A mediação espacial do poder é verificada na comarca desde as ações implementadas pelo GDR *Aljarafe-Doñana* desde sua fundamentação: a comarca torna-se território em função de uma estratégia voltada para o desenvolvimento rural da região. Assim, segundo a abordagem múltipla, o território de *Aljarafe-Doñana* é formado desde seus constituintes:

- a) social: a história da comarca mostra que, pelo espaço ser essencialmente rural, a sociedade dos municípios foi formada inicialmente por produtores que ali cultivavam suas culturas (principalmente olivas – marca cultural da região) e criavam seus animais. O espaço de Doñana permaneceu praticamente inexplorado, sendo transformado em reserva natural; já a região do Aljarafe sempre teve como característica definidora o alto índice populacional e de urbanização, mesmo sendo considerado como não-metropolitano. O desenvolvimento histórico da comarca tornou-a espaço para uma sociedade com determinadas características e certas dinâmicas de ação que deixam transparecer o caráter de “tradicional” se comparado à capital da província. Por mais que existam cidades consideradas urbanizadas na comarca, elas formam o espaço rural andaluz – berço de costumes e valores ainda considerados tradicionais;

- b) econômico: a base da produção agropecuária ainda permanece inalterada embora tenha sido modernizada pela adoção de inovações. O cultivo de azeitona de mesa, a produção de móveis forrados, comercialização de artesanato e a prestação de serviços (principalmente relacionada ao turismo – tradicional, rural e ambiental) são as bases econômicas da comarca. A exploração econômica de saberes e produtos específicos da região a partir do turismo é a plataforma estratégica das ações voltadas para o desenvolvimento da comarca;
- c) político: relações entre as associações de desenvolvimento local (Adad) e regional (ARA), além das parcerias com o poder político local (prefeituras), empresariado e agentes de desenvolvimento locais formam a estrutura politizada que planeja e executa as ações afirmativas em prol da territorialidade comarcal. Os diferentes agentes constituem e reafirmam a territorialidade, sendo suas ações percebidas nos interstícios de interação entre os diferentes sujeitos e constantemente visíveis nos enunciados publicados nas revistas;
- d) cultural: a atribuição de significado aos saberes tradicionais na elaboração de produtos originais da comarca (artefatos em couro e metal, receitas de pratos típicos, fabricação de compotas, doces típicos, bebidas, temperos, produção de mantas bordadas, trajes tradicionais, etc) os transmuta em produtos a serem consumidos, podendo ser comercializados através do turismo. Outros elementos interessantes que possuem significado cultural na região e tem a si valor agregado são: os trajetos de visita, as festas profanas e religiosas e também as procissões. Por se tratar de um lugar tradicionalmente católico, a religiosidade tem papel de destaque na constituição identitária da população, principalmente no sul da Espanha.

Em se tratando da produção social do espaço, que determina sua condição multiterritorial (HAESBAERT, 1997), pode-se dizer que o papel das redes ativas no processo de territorialização-desterritorialização-reterritorialização funciona da seguinte maneira: o território é alvo de ações estratégicas encetadas pelas associações de desenvolvimento no sentido de ampliar o campo de existência da comarca (publicização de caráter globalizado – existência midiática), ação que desterritorializa o espaço porque o desvincula da amarra física – Aljarafe-Doñana passa a existir imaterialmente nos produtos que a visibiliza e também no discurso sobre si mesma difundido pelos meios de comunicação. Esse viés do processo é determinado pelo fluxo dos agentes locais para os sujeitos de fora da comarca. O processo de reterritorialização passa a funcionar quando, a partir da imaterialidade, busca-se a materialidade do território, ou seja, quando os agentes externos tomam conhecimento sobre a comarca e a buscam no intuito de consumi-la como: informação, experiência ou produto.

A multiterritorialidade, ou seja, as múltiplas relações vividas pelos diferentes indivíduos e grupos sociais, nas distintas escalas de interação, pode ser percebido como a relação T-

D-R e também como as interações entre as associações, empresas, ONG's, agentes de desenvolvimento, poderes públicos, consumidores, turistas, e demais indivíduos que se façam valer desde ou em função do território. Percebe-se que Aljarafe-Doñana torna-se um multiterritório quando todas as instâncias responsáveis pelo processo T-D-R interagem.

Tendo como base a análise acima exposta, pode-se concluir que *Aljarafe-Doñana* congrega todos os elementos apontados para ser considerada um território. É preciso ter em mente, contudo, que a aglutinação das características que a materializam foi pensada desde o uso racional da territorialidade inerente ao espaço e desde seus constituintes materiais e também imateriais. Partindo-se da existência do espaço territorializado, haveria também identidade territorializada? Como ela seria visibilizada?

Utilizando os critérios relacionais entre identidade e território elaborados por Wanderley (2000), é possível descrever os itens que compõem a identidade territorial de Aljarafe-Doñana a partir dos periódicos Revista *Adad* e revista *Tierra Sur*. Os periódicos e também a análise encetada mostraram, contudo, que os cinco itens definidores da identidade territorial (lugares, trajetos, símbolos, estruturas fundiárias e equipamentos coletivos) são insuficientes e não contemplam a totalidade de elementos que realmente agem na delimitação da territorialidade e da identidade a ela agregada. Percebeu-se que a autora desconsiderou a importância e o papel desempenhados pelos saberes, pelos festejos (religiosos e leigos), pela religiosidade e também pelos produtos que são materializados a partir desses elementos. Tendo por base o escopo teórico referente à estruturação e manifestação da identidade a partir da cultura, entende-se que a identidade territorial depende da interação de variados elementos materiais e imateriais que se aglutinam a partir de significados pontuais para a população que habita no espaço considerado.

Os saberes, como forma de conhecimento (técnica, estética e ética) empregado na produção de objetos ou em manifestações de cunho tradicional, estão no cerne do que pode ser considerada a materialização da cultura. As “apreciadas mantas bordadas” produzidas pelas *abuelas* de *Carrión de los Céspedes* são resultado da aplicação de um saber específico transmitido de mãe para filha há gerações no município, da mesma forma que o teto das *chozas marismeñas* são resultado da trama de um tipo de junco, produzido a partir de uma técnica ancestral transmitida oralmente de geração a geração em Doñana. O resultado da aplicação dos saberes é sua materialização no produto, ao qual se atribui significado (uma manta bordada de *Carrión de los Céspedes*) e um teto de junco feito à moda de Doñana. A atribuição de significado diferencia o produto, agregando-lhe valores outros que podem ser determinantes no seu consumo. O produto resultante de um saber cultural é a materialização da diferença, o

que o torna específico, inigualável. Quem adquire uma manta bordada de *Carrión de los Céspedes* não consome apenas um objeto em si, mas o seu significado e a sua especificidade, originalidade cultural.

Os festejos populares são outro elemento de importância para a constituição da identidade territorial. Sejam mundanos como as *ferias y fiestas* ou religiosos como as procissões e festas das confrarias ou irmandades, as festividades tem papel importante na afirmação coletiva da identidade. O guia turístico produzido pela Adad mapeou nada menos que 189 festas populares anuais que acontecem nos 16 pueblos, muitas delas concomitantes. Os festejos representam o compartilhamento de experiências e também da cultura, são indícios da identificação com determinadas características ou manifestações tradicionais. São as festas populares as grandes responsáveis por vivificarem o conteúdo cultural do território. Às festas se atribuem significados culturais que podem ser valorizados como experiência adquirida. Assim, participar, no último domingo de junho, da “Feira e Festas do Arroz e do Caranguejo” na cidade de *Isla Mayor* é experienciar a festa a partir de seu valor cultural e de seu significado para a população local, é consumir a identidade local da cidade desde sua originalidade.

O quadro 18, na próxima página, apresenta alguns elementos que podem ser considerados constitutivos dessa identidade territorial afirmada como sendo inerente à comarca e seu uso racional. O quadro apresentado como anexo A (página 299) foi utilizado como base de leitura para a atribuição de valores aos elementos identitários porque sua função no guia produzido pela Adad era justamente *nomear* o que é oriundo da comarca. A forma de consumo diz respeito ao modo como os elementos podem ser desfrutados pelos indivíduos (tanto da própria comarca como de fora dela).

É crucial perceber nas descrições apontadas que há o uso racional dos aspectos identitários com vistas a atribuir-lhes significados que fortaleçam a ideia de serem dependentes do território e que sejam peça determinante da territorialidade da comarca. A estratégia de utilizar o turismo como base do desenvolvimento faz eco a esse propósito a partir do momento que os elementos identitários são transmutados em produtos a serem consumidos pelos turistas, seja no formato informação, como experiência ou como objetos.

O consumo da identidade como informação é realizada quando o indivíduo toma contato com a versão mais desterritorializada de Aljarafe-Doñana, o que geralmente ocorre através dos meios de comunicação. As Revistas Adad e Tierra Sur, ao visibilizarem a comarca, transformam-na em produto (informação), que pode ser consumida através das notas, notícias, reportagens, entrevistas e imagens da comarca – conforme os exemplos já citados na análise.

Itens identitários	Elementos de identidade territorial	Atribuição de valor	Forma de consumo
Lugares	<ul style="list-style-type: none"> - Aldeia do Rocío, templos, ermidas e capelas antigas; - Fazendas, casario, palácios; - Marismas, Parque de Doñana, rio Guadalquivir; <i>Dehesa de Abajo, Dehesa Boyal, Cañadas de los Pájaros</i>; - Complexos: <i>Ardea Purpúrea</i>; 	Espaços característicos da comarca, definidores da identidade cultural da região;	Informação; Experiência;
Trajetos	<ul style="list-style-type: none"> - Romaria do Rocío e demais procissões; - Fazendas e palácios; - Igrejas, ermidas e capelas; - Pontos de interesse ambiental; - Rota de migração e observação de pássaros; 	Itinerários característicos da comarca, definidores da identidade cultural da região;	Informação; Experiência;
Símbolos	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Virgen del Rocío</i> e demais manifestações religiosas; - Lince, pássaros, parque natural; - Oliveira; - Arquitetura antiga; - Arte <i>mudéjar</i>; - Museus, Centro de interpretação da Marisma; 	Emblemas característicos da comarca, definidores da identidade cultural da região;	Informação; Experiência;
Saberes	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica de bordado, produção das <i>chozas</i>, receitas culinárias e modos de preparar alimentos; - Produção de artesanato: couro, madeira, metal, cerâmica, tecidos; - Cultivo e processamento da azeitona; - Produção de móveis forrados; 	Conhecimentos (técnicos, estéticos e éticos) empregados na produção de artefatos culturais;	Informação; Experiência;
Festejos	<ul style="list-style-type: none"> - Romaria do Rocío; - Feiras e festas populares; - Festas religiosas; 	Compartilhamento e legitimação coletiva de elementos identitários;	Informação; Experiência;
Religiosidade	<ul style="list-style-type: none"> - Romaria do Rocío; - Procissões e festas religiosas; 	Compartilhamento e legitimação coletiva de elementos identitários;	Informação; Experiência;
Estruturas Fundiárias	<ul style="list-style-type: none"> - Fazendas, propriedades de produção de azeitonas; - Propriedades públicas e privadas do Aljarafe; - Parque Natural de Doñana; 	Estrutura de base rural e de preservação ambiental;	Informação; Experiência;
Equipamentos Coletivos	---	---	--
Produtos	<ul style="list-style-type: none"> - Artesanato em couro, cerâmica, metal, madeira, tecido; - Produtos gastronômicos; - Produtos religiosos; - <i>Souvenirs</i> das feiras, festas; - Produtos do Parque Natural de Doñana; 	Objetos originais, inigualáveis e representativos da cultura da região;	Informação; Experiência; Produtos;

Quadro 18 - Elementos relacionados à identidade territorial de Aljarafe-Doñana.

O jornal *Diario de Sevilla*, a seu tempo, também oferta a comarca como produto no momento que o noticia, contudo, ao evidenciar Aljarafe-Doñana a partir de critérios noticiosos que não envolvam diretamente a factualidade, publiciza a região.

O consumo da identidade como experiência dá-se no momento em que o sujeito passa da informação à “experienciação”, ou seja, quando ele toma contato com Aljarafe-Doñana. Seja participando de uma festa religiosa ou de uma feira medieval; seja fazendo turismo nas marismas ou visitando uma fábrica de móveis forrados. A experiência da cultura de Aljarafe-Doñana é também uma forma de reterritorialização.

O consumo da identidade através da aquisição de produtos acontece quando o indivíduo compra algum artefato ou *souvenir* produzido na comarca e que seja fruto dos saberes dali oriundos ou seja representativo da cultura da região. O turismo é uma atividade que impulsiona o comércio local justamente porque os turistas consomem itens relacionados ao lugar visitado – estratégia visada também pela Adad ao incentivar a atividade na comarca.

Como o turismo é uma das atividades-fim incentivadas tanto pelo GDR Adad quanto pela ARA, é possível considerar que o desenvolvimento, da forma que ele é visibilizado nos periódicos analisados, reflete o discurso institucional da União Europeia tal qual é mencionado desde os programas colocados em prática. Quer o estabelecido pela PAC, ou as diretrizes elencadas pelo FEADER na obtenção de financiamentos, ou ainda a maneira de colocar em prática as estratégias através dos estatutos de Leader+ ou LiderA, o discurso é sempre o mesmo: institucionalizado e voltado para o cumprimento de metas estabelecidas em conjunto pelos Estados-Membros.

A estratégia utilizada pelas associações no tocante à visibilização do desenvolvimento é associá-lo às pessoas, aos sujeitos comuns (como os leitores, com expectativas, problemas, sonhos, etc) no intuito de aproximá-lo da realidade do interlocutor. Ao colocar os sujeitos envolvidos no processo de comunicação (interlocutores) numa relação horizontal, é mais fácil sensibilizá-los e convencê-los sobre a mensagem que está sendo transmitida. O convencimento dá-se porque a leitura das revistas é feita a partir da percepção de que o periódico seja jornalístico e, logo, crível pelo fato de replicar o regime de verdade oriundo do fazer profissional noticioso.

O desenvolvimento rural é tema central nas publicações, numa constituição discursiva que se convencionou denominar convectiva. Em relação à temática visibilizam-se as referências ininterruptas ao patrimônio cultural e natural e sua relação determinante da identidade territorial. A singularidade identitária da comarca de Aljarafe-Doñana está exposta nas capas das revistas, na interface principal do *site* das associações, no material promocional confec-

cionado. Os enunciados mencionam o desenvolvimento como atividade fim, mas o tratamento discursivo dado à identidade territorial e à cultura é mais visível e se sobrepõe. Adad percebe na comarca, em seu território, a possibilidade de ofertar algo distinto para os consumidores e aposta da visibilização de sua marca territorial como parte importante de uma estratégia que busca desenvolver a região.

Tanto o uso das imagens quanto a atribuição de enunciados positivos, que despertam a curiosidade do leitor para saber mais, experimentar e consumir o espaço, seus artefatos, a experiência de estar lá e desfrutá-lo, constitui-se como uma tática discursiva bem elaborada para vender tanto a cultura quanto a marca das associações a ela vinculada. Como estratégia de comunicação a oferta do desenvolvimento é implícita: foi ele que permitiu que se possa experimentar Aljarafe-Doñana, mas ele não é consumível. O produto final pode ser consumido – não o desenvolvimento, embora ele tenha possibilitado o consumo.

O jogo de visibilidade/invisibilidade que rege a relação identidade territorial-desenvolvimento estrutura-se sobre a visibilidade do espaço e de seus aspectos culturais. Há menção ao desenvolvimento (como os editoriais, entrevistas e algumas reportagens evidenciam), e ele constitui-se como o enunciado constante, tendo peso afirmativo e repetibilidade suficientes para estruturar-se como eixo condutor do discurso que fala sobre a identidade territorial de Aljarafe-Doñana.

O diagrama (figura 35, página seguinte) representa de forma gráfica a relação entre identidade territorial e desenvolvimento visibilizada nas revistas *Tierra Sur* e *Adad*. O desenvolvimento é, afirmativamente, o eixo condutor do discurso que conceitua e caracteriza a identidade territorial da comarca. Por ser presença constante nos enunciados, o desenvolvimento torna-se transparente, onisciente, condutor da lógica discursiva relacional à identidade territorial, esta sim como elemento de maior visibilidade. As associações reiteram esse fato constantemente. Tendo por base os exemplos citados foi possível perceber que a lógica discursiva relacional entre o desenvolvimento como elemento de transparência e a identidade territorial como item de visibilidade busca no regime de realidade jornalístico a legitimidade necessária para mostrar-se como discurso pronto e formatado para o leitor. Assim, a visibilidade da identidade territorial é uma estratégia colocada em prática pelos agentes de desenvolvimento e transforma as características culturais atreladas ao espaço em itens que podem ser consumidos de três formas distintas, como informação, experiência ou produto.

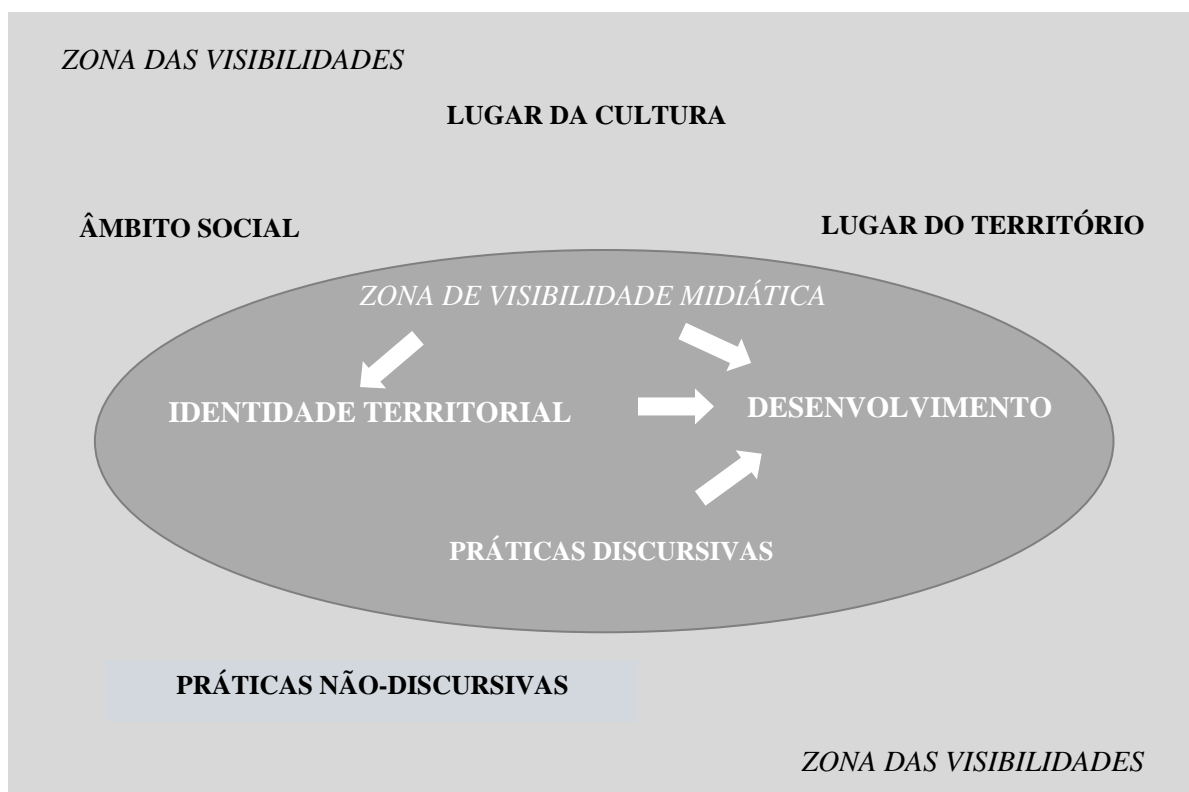


Figura 35 - Representação da lógica convectiva na tática discursiva de ARA e Adad.

Considera-se a lógica discursiva convectiva porque os elementos caracterizadores do espaço são agenciados de modo a visibilizar o desenvolvimento, ou seja, as práticas discursivas. O recorte do social (zona das visibilidades) operacionalizado via discurso faz com que os enunciados convirjam para o assunto desenvolvimento. É perceptível o caráter utilitário dos aspectos identitários. A zona de visibilidade midiática constitui-se pelos enunciados estratégicos sobre o desenvolvimento: é o que é mostrado, são os elementos discursivos reordenados em matérias jornalísticas publicadas nas revistas, sítios eletrônicos e demais produtos midiáticos produzidos pelas associações. A zona de visibilidade midiática é representada pelo recorte discursivo que relaciona, intencionalmente, identidade territorial e desenvolvimento através de uma tática voltada para a evidência e posterior consumo do espaço *Aljarafe-Doñana*.

O lugar do social, o contexto das visibilidades (no sentido foucaultiano do termo), é o espaço das práticas sociais onde tomam forma as relações de poder e a partir das quais são estabelecidas as regularidades discursivas através dos enunciados. O recorte discursivo operacionalizado a partir do âmbito social prima pela ênfase à identidade territorial, tornando-a elemento atrativo, curioso. Na verdade o uso racional dos elementos de identidade territorial configura-se como estratégia, visto que a mesma é lida através do desenvolvimento e em fun-

ção deste. A visibilidade midiática da relação identidade territorial e desenvolvimento é a tática encontrada para permitir o consumo do território como informação, experiência ou produto.

6.1.2 A Quarta Colônia e suas inflexões discursivas

No caso da Quarta Colônia o discurso não possui a mesma estrutura centralizadora como a descrita acima. Em que pese suas peculiaridades constitutivas e o histórico recente de preocupar-se em reproduzir e legitimar um discurso sólido sobre o desenvolvimento a partir de sua formação cultural, a constituição territorial e sua relação com a identidade ainda está sujeito a inflexões e carece do endosso coletivo para firmar-se como representativo do espaço.

Logicamente é impossível ler as realidades de *Aljarafe-Doñana* e Quarta Colônia de forma totalmente apartada, não buscando sequer um mínimo de aproximação entre as duas realidades. Desconsiderando o passado histórico na sua constituição sócio-econômica, cultural e política, é perceptível verificar as semelhanças entre as estratégias buscadas tanto pelas associações andaluzas quanto pelo CONDESUS: estruturar o discurso sobre desenvolvimento numa sólida base construída sobre elementos materiais e imateriais que distinguem os territórios entre si e também entre os demais.

Desde o princípio teórico utilizado como balizador conceitual sobre território em função de suas características definidoras (materiais e imateriais), pode-se considerar que a região da Quarta Colônia conforma-se como um território, segundo Sack (1986), porque:

- a) tem contorno espacial delimitado: embora a região seja constituída por nove municípios distintos, agregam peculiaridades capazes de os distinguir dos demais, atribuindo-lhes características próprias que os definem como diferentes em relação aos demais municípios localizados no seu entorno;
- b) admite-se a existência de um limite fronteiro, afirmado pelos seus integrantes e legitimado pelas relações de poder ali atuantes: o CONDESUS, elemento definidor de poder na afirmação do espaço como território é o delegado dos municípios consorciados nas tratativas sobre desenvolvimento. Ao manifestar-se como ‘voz oficial’ da Quarta Colônia, o Consórcio separa-os dos demais e faz valer um discurso que legitima o espaço e o constitui politicamente como tal. Em reuniões coletivas sobre estratégias de desenvolvimento e tática a serem empregadas, é o Consórcio que representa os inte-

resses e participa ativamente dos jogos de poder na determinação das políticas relacionadas ao assunto;

- c) a manutenção do controle e acesso ao espaço físico é mantido pelo uso de um discurso que o reafirma como território frente aos demais territórios que o circundam.

Faz-se comum à Quarta Colônia a mesma interpretação feita em referência ao território espanhol: seu território existe porque é o CONDESUS e as Prefeituras Municipais integrantes do Consórcio que o sustentam do ponto de vista político, econômico e também como ideário através do apoio a estratégias comuns que visam o desenvolvimento. Ainda, é a entidade que manifesta-se abertamente no periódico Caderno Quarta Colônia, sobre quais os rumos a serem tomados pelo desenvolvimento na região, bem como reafirma a constituição cultural única da região – ser colônia de imigração. Sendo assim, é o desenvolvimento o elemento que delimita a constituição territorial do espaço: nove municípios com características específicas em comum.

A definição a partir de Raffestin (1993) evidencia o caráter das relações de poder atuantes na delimitação do território desde os trunfos utilizados como elementos *sui generis* que o caracteriza. Na Quarta Colônia, desde a leitura realizada sobre o CQC, são poucas as entidades representativas com poder de decisão sobre discussão e/ou adoção de estratégias de desenvolvimento que atuam na região: o próprio CONDESUS e as prefeituras das nove cidades são os únicos a se manifestarem constantemente sobre as possibilidades de desenvolvimento para a região. Outras entidades como associações de moradores, institutos culturais, empresas públicas e privadas, tem visibilidade como fontes de informação sobre a Quarta Colônia, mas raramente manifestam-se a respeito.

Salienta-se, contudo, que a partir do momento que se considera uma inflexão no discurso sobre o papel da cultura e da identidade na constituição do território, outras instituições começam a ter peso na definição do espaço da Quarta Colônia: as universidades envolvidas com os projetos de paleontologia e os organismos internacionais (como a UNESCO). Os pontos de vista dessas instituições sobre o significado do território e sua ‘vocação’ para o desenvolvimento passam a ter peso fundamental para a readequação dos enunciados operacionalizados pelo CONDESUS.

De acordo com a abordagem do autor, pode-se considerar que a Quarta Colônia constitui-se como um território pelo fato de:

- a) existir uma população específica que se percebe como constituinte de um território e desenvolve ações que reafirmam sua territorialidade. Como exemplos podem ser citados: as festas, as comemorações populares e religiosas, as feiras. Além disso, existem

pessoas que são retratadas como fontes de informação nas matérias que mencionam os costumes e os hábitos dos descendentes de imigrantes da região;

- b) haver um território constituído desde relações entre as prefeituras e demais entidades sociais que compartilham com o CONDESUS os mesmos objetivos de transformar a região em território. A ação coletiva que a constitui como território é fruto dessas relações;
- c) ter recursos naturais e culturais que podem ser agenciados como definidores e condicionantes dos horizontes de ação que o constituam o espaço como território. Nos periódicos constituintes dos *corpora* analíticos verificou-se a presença de alguns eventos e também a descrição de alguns espaços a serem visitados na Quarta Colônia. O discurso não menciona explicitamente quais produtos podem ser consumidos nas visitas a serem realizadas na região, mas o CQC traz matérias enfatizando os itens mais comumente referenciados à região e que integram sua cultura. É importante ter em mente, entretanto, que se trata de uma estratégia de abordagem do leitor: por mais que as matérias não incitem ao consumo imediato, deixam explícito que é na região (e somente lá) que são encontrados determinados produtos (festas, receitas, procissões), evidenciando novamente a lógica tripartida do consumo: informação, experiência e produto.

O viés apresentado por Haesbaert (2010) e sua abordagem múltipla permitiu verificar a existência da territorialidade agindo desde sua constituição imaterial (social, econômica, política e cultural) sobre a material (natureza). A mediação espacial do poder é verificada na Quarta Colônia a partir das ações propostas pelo CONDESUS e na maneira que as mesmas são visibilizadas no periódico analisado. Partindo-se da leitura do Caderno Quarta Colônia, segundo a abordagem múltipla, o território é formado desde seus constituintes:

- a) social: a história tem peso decisivo na constituição da territorialidade porque é desde as imigrações na área que a sociedade foi estabelecida e seus costumes foram mantidos. Por mais que a Quarta Colônia represente um pedaço da Itália e Alemanha que não mais existem, suas características permanecerem preservadas e, mesmo adaptadas às novas condições, servem como relicário da memória da imigração;
- b) econômico: a base da produção agropecuária familiar ainda permanece inalterada, embora seja perceptível a adoção de inovações. Cultivos e criações de animais para o sustento da família e para o escambo nas ‘vendas’ ainda são percebidos tanto nos centros urbanos quanto nas zonas rurais – e são justamente esses elementos característicos que potencializam a exploração do turismo rural na região – embora ainda de forma incipiente;

- c) político: a existência do CONDESUS – formado a partir da parceria das prefeituras , além da iniciativa privada, sustentam a hierarquia de poder no local. Os diferentes agentes, seus papéis políticos e os embates de força que encetam formam a territorialidade, sendo suas ações percebidas no modo como o discurso que aciona o desenvolvimento é visibilizado;
- d) cultural: a atribuição de significado à herança étnica e cultural persiste nos saberes transmitidos adiante, bem como pode ser visibilizada na elaboração discursiva sobre o espaço desde a interpenetração de suas vertentes material e imaterial. O turismo estrutura-se como a estratégia de atribuição de valor a esse patrimônio, sendo que sua visibilidade busca atrair os leitores. Festas de caráter popular ou religiosas, jantares, bailes, feiras e demais momentos de confraternização enfatizam esse viés; por outro lado, a produção de produtos coloniais e modos tradicionais de aplicação de determinados saberes também constituem-se como peculiares e definem o território.

A produção social do espaço desde seu caráter multiterritorial (HAESBAERT, 1997), como espaço do processo de territorialização-desterritorialização-reterritorialização funciona de modo semelhante ao verificado na realidade espanhola, mas com algumas ressalvas: o funcionamento das redes de contato entre os agentes envolvidos no processo de definição da territorialidade é segmentado. A produção do Caderno Quarta Colônia desterritorializa, amplia o horizonte de existência da região: torna-a passível de ser descoberta e consumida como informação em diferentes contextos e desde inúmeras lógicas e intencionalidades. A busca pela experiência do território Quarta Colônia reterritorializa os indivíduos (leitores), que podem, desde a experiência, consumi-la como produto.

As múltiplas interações sociais que constituem a contemporaneidade podem ser percebidas desde os diferentes modos de consumo da Quarta Colônia, nos diferentes espaços nos quais ela possa materializar-se: seja como si mesma – o território; seja como informação – o Caderno Quarta Colônia; como experiência – participar das olimpíadas rurais ou visitar os sítios paleontológicos; ou, ainda, como produto – as rapaduras de Restinga Sêca, as vassouras de São João do Polêsine ou os morangos de Agudo, relações vividas pelos diferentes indivíduos e grupos sociais, nas distintas escalas de interação.

A partir da descrição, pode-se concluir que a Quarta Colônia congrega elementos suficientes para ser considerada um território. É preciso ter em mente, contudo, que a aglutinação das características que a materializam foi pensada desde o uso racional da territorialidade inerente ao espaço e desde seus constituintes materiais e também imateriais. Partindo-se da análise discursiva do Caderno Quarta Colônia, especificamente na tentativa de alocar os elementos constituintes do discurso (enunciados) que, desde o território, estruturariam a constituição de

uma identidade territorial para o espaço, foi possível destacar que há uma inflexão discursiva cujo resultado é perceptível na não-afirmação da existência de uma identidade representativa no local.

A análise dos *corpora* permitiu determinar a existência de dois momentos discursivos distintos sobre o papel da cultura no processo estruturante da identidade territorial na região. Tomou-se como princípio, desde o início da análise, que o eixo temático estruturante do discurso sobre a região, publicado no Caderno Quarta Colônia, seria o desenvolvimento. Conforme exemplificado no capítulo anterior, desde a criação do caderno a voz oficial do CONDESUS afirmava que o caminho para a Quarta Colônia seria o desenvolvimento sustentável, baseado no turismo rural e cultural, abrindo, assim, a possibilidade de se pensar numa identidade única para a região desde seus componentes relacionados ao fato de ter sido colônia de imigração. Exemplo deste discurso foi a presença inicial do qualificativo “Quarta Colônia de imigração italiana”, amplamente divulgado como slogan do território desde a produção do “Prodesus Informativo”, como estratégia para equiparar a região à Serra Gaúcha (também zona de colonização italiana, mais desenvolvida economicamente e reconhecida como espaço de identidade italiana). Posteriormente o discurso foi readequado em função da presença de imigrantes de outras etnias (alemães e africanos).

Entretanto, a presença dos fósseis pré-históricos forçou o reordenamento de enunciados sobre o desenvolvimento territorial. Como elementos intrínsecos ao espaço da Quarta Colônia, passaram a integrar a estratégia discursiva em nome do desenvolvimento. Assim, passa-se à readequação enunciativa como tentativa de endossar outra estratégia de desenvolvimento, tendo a descoberta paleontológica como elemento central. É perceptível a mudança de abordagem no discurso sobre o desenvolvimento do CONDESUS e visível a adoção de um novo recorte editorial que passou a ser retratado no Caderno Quarta Colônia. O artigo “Geoparque Quarta Colônia”, publicado no periódico do dia 13 de novembro de 2009, como voz institucional do CONDESUS apresenta-se como divisor de águas no discurso sobre o novo desenvolvimento da região. A abertura do texto segue o estilo e padrão argumentativo dos demais já publicados, aludindo ao espaço e a importância da terra para os habitantes do local.

(...) os estudos dos paleoambientes e sítios paleontológicos da Quarta Colônia reúnem informações científicas que necessitam com urgência de instrumentos legais para sua proteção. Proteção que deve responder com a inserção destes geossítios no desenvolvimento social e econômico das áreas do seu entorno, mas também dos municípios da região.¹⁴⁸

¹⁴⁸ ITAQUI, J. Geoparque Quarta Colônia. CADERNO QUARTA COLÔNIA. Ed. 160. 13/11/2009, p.02.

Ao mencionar exclusivamente a relação entre o potencial de ‘uso’ sócio-econômico do geoparque e manifestar-se em tom de desaprovação à falta de proteção das informações científicas ali presentes, o autor mostra indícios de que há uma mudança no discurso sobre o desenvolvimento apresentado pelo CONDESUS. Onde entraria o viés da sustentabilidade? De que forma seria possível aliá-la ao social e econômico mencionados acima? O autor segue:

De acordo a UNESCO (sic), não basta que uma determinada região possua de forma comprovada um patrimônio geológico de nível internacional. É também necessário, antes de tudo, que ele seja entendido como importante para promover o desenvolvimento social e econômico de forma sustentável das comunidades participantes.¹⁴⁹

O projeto do Geoparque foi submetido à análise da organização internacional com o intuito de que fosse verificada sua legitimidade e atendimento às normativas internacionais para tais espaços. Nota-se a continuidade do termo ‘sustentabilidade’, mas desde o contexto sócio-econômico. Na sequência, duas diretrizes estabelecidas pelo organismo internacional:

Outro aspecto que deve ser levado em conta é que a região de abrangência do Geoparque tenha governança local e regional capazes de atender e a responder com políticas públicas e meios legais para a proteção do seu patrimônio geológico. Outro ponto importante definido pela UNESCO é que o geoparque deva não somente atender a necessidades econômicas, mas faça isto tendo como foco o desenvolvimento da ciência, da educação e do turismo de forma sustentável. Estes são os princípios norteadores dos projetos, no campo da geologia e da paleontologia, propostos pelo CONDESUS.¹⁵⁰

A origem dos novos enunciados (presença da herança paleontológica e aspectos econômicos do desenvolvimento) e o porquê de sua adoção estão expostos no parágrafo. É perceptível a intencionalidade do consórcio em adotar as determinações da UNESCO como suas próprias: a aprovação do Geoparque. A operacionalização do projeto visa a implementação de uma nova estrutura operativa e geradora de renda na região, certamente contribuindo para o desenvolvimento regional, mas desde outros aspectos: economia em primeiro lugar, seguida pela ciência, educação (que visivelmente ocuparam o lugar da cultura) e turismo. Contudo, é na sequência do artigo que ficam ainda mais cristalinas a nova opção do CONDESUS para o novo viés operacional e valorativo do desenvolvimento:

¹⁴⁹ (Id., Ibid.)

¹⁵⁰ (Id., Ibid.)

O reconhecimento da Quarta Colônia como Geoparque não somente irá atrair adeptos do turismo científico de diferentes partes do mundo, como irá potencializar o desenvolvimento da pesquisa e contribuir no desenvolvimento e na afirmação dos projetos em andamento. Projetos que são estruturais para o desenvolvimento da pesquisa, da mediação deste patrimônio com os visitantes e, conseqüentemente, da integração gradual e definitiva da paleontologia no desenvolvimento regional.¹⁵¹

O ponto de vista institucional endossa as novas variáveis demandas pela UNESCO e mais: destitui o espaço consagrado do turismo rural e cultural na Quarta Colônia. O texto afirma de maneira veemente que esta é a nova estratégia do CONDESUS para trabalhar as questões referentes à novidade Triássica descoberta em São João do Polêsine. Em dois momentos há abertura para que se faça referência aos projetos e estratégias em andamento até então no território, mas o ‘apagamento’ do passado imediato do discurso oficial do consórcio deixa para que o leitor interprete que há outras demandas imediatas a serem solucionadas na região, e a visibilidade internacional tem preferência. No encerramento do texto, há clara referência ao novo papel desempenhado pelo CONDESUS na Quarta Colônia: “Ao colocar no cesto cultural básico da Quarta Colônia a geologia e a paleontologia leva a uma reconfiguração e reorganização do acervo patrimonial, conseqüentemente, a repensar, na ação, sobre suas potencialidades de projeção e de integração no desenvolvimento econômico”¹⁵². Ao mencionar a cultura como espaço básico já constituído na Quarta Colônia, dá-se abertura para considerá-la como parte da nova estratégia de desenvolvimento regional, mas não é elucidado qualquer elemento que mostre como isso poderia acontecer.

Na edição seguinte do periódico (CQC, Ed.161, 20/11/2009), o consórcio deixa em aberto o questionamento de como a Geologia e a Paleontologia, “como patrimônio cultural e científico” incidiriam objetivamente no desenvolvimento da Quarta Colônia. Note-se a junção do termo ‘patrimônio cultural’ à nova equação. A questão em aberto demonstra o rearranjo da realidade sobre o conceito de desenvolvimento na região, evidenciando dúvidas que, ao serem transmitidas também ao leitor, podem gerar desentendimentos.

A figura apresentada na seqüência (36) mostra um dos limites da relação entre os diferentes enunciados sobre o desenvolvimento, pelo CONDESUS: levanta-se a possibilidade de que haja uma identidade única na região, e anterior a todo o processo de colonização explorado até o momento. A assertiva é indicada no principal título da publicação, mas esquecido no decorrer da edição. O significado de considerar, a partir da publicação deste número do periódico, que haveria a possibilidade de haver um elemento anterior que pudesse ser tomado como

¹⁵¹ (Id., Ibid.)

¹⁵² (Id., Ibid)

central na elaboração da identidade da Quarta Colônia representa uma quebra de paradigma para o discurso tanto do CONDESUS quanto do CQC, numa tentativa de readequação entre as práticas sociais e as práticas discursivas a elas relacionadas, fruto da presença de novos enunciados.

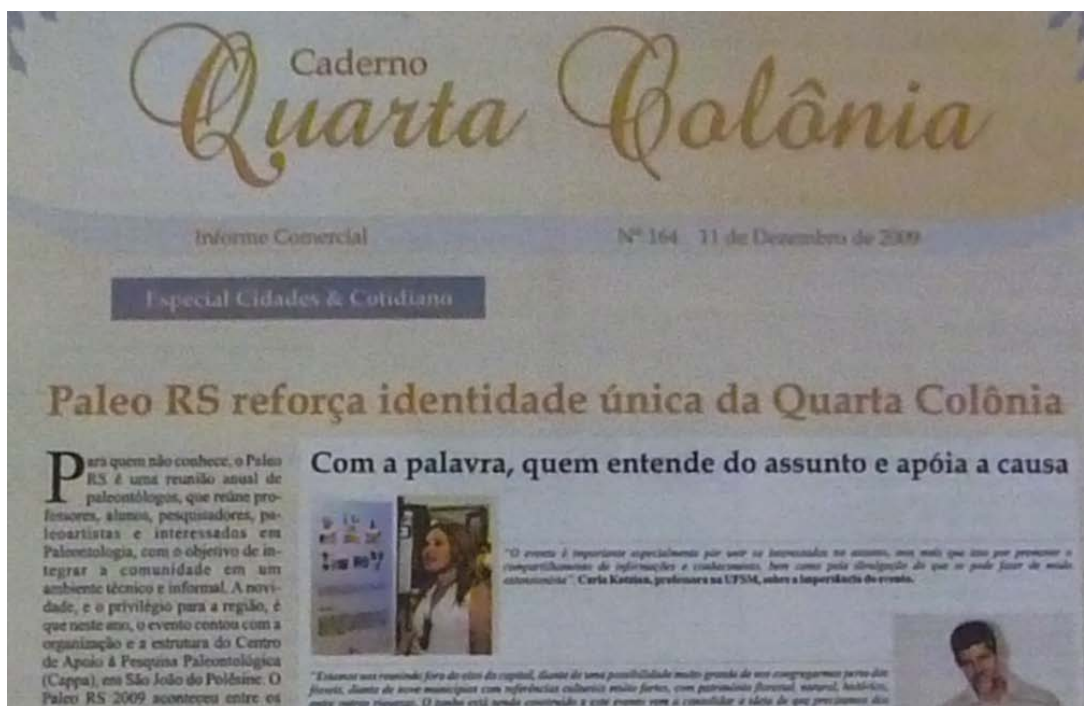


Figura 36 - Destaque de capa do CQC, (Ed. 164, 11/12/2009).

Refletindo sobre a insurgência de elementos culturais que definam a identidade territorial da Quarta Colônia a partir do discurso visibilizado pelo fascículo Quarta Colônia e considerando suas condições de produção, é possível afirmar que há, de fato, a tentativa de uma readequação da identidade territorial na região. O material analisado permite verificar que há a intenção de estabelecer uma identidade única, mas a partir de elementos diferenciados e, até certo ponto, relacionáveis desde ações voltadas para o desenvolvimento.

Embora o local seja reconhecido e visitado como Quarta Colônia, território constituído a partir de sua história, de seus componentes patrimoniais naturais e culturais, o enunciador do discurso que caracteriza o local reitera a busca por uma identidade única que oscila entre seus passados histórico e pré-históricos. A estrutura fragmentada e não coesiva sobre qual seria e como poderia ser representada a identidade territorial da Quarta Colônia possibilita apenas apontar indícios sobre uma possível identidade territorial em processo de readequação,

mas sem um tema central coerente e consistente, amplamente endossado pelos enunciadores que elaboram os discursos sobre o local.

Os possíveis elementos que poderiam vir a constituir a identidade da Quarta Colônia podem ser representados pelo quadro abaixo (quadro 19).

Itens identitários	Indícios de identidade territorial	Possíveis formas de atribuição de valor	Possíveis formas de consumo
Lugares	- Balneários; grutas; sítios geológicos; - Centro de Pesquisas Genealógicas (CPG); - Canto de Apoio à Pesquisa Paleontológica (CAPPa);	Espaços característicos e delimitadores culturais da região;	Informação; Experiência;
Trajetos	- Rota Caminhos da Pomern; - Rota Turístico-Gastronômica; - Cammino di Friuli; - Trilha São Valentim; - Trilha do Pororó; - Caminhos verdes;	Itinerários característicos da região, definidas pelas especificidades geomorfológicas;	Informação; Experiência;
Símbolos	- Monumento ao Imigrante; - Sítios geológicos; - Festival de inverno; - Procissões religiosas;	Emblemas característicos, definidores da região;	Informação; Experiência;
Saberes	- Produção agropecuária; - Produção de vassoura; - Receitas típicas;	Conhecimentos (técnicos, estéticos e éticos) empregados na produção de artefatos que são considerados culturais;	Informação; Experiência;
Festejos	- Festival de inverno; - Festas típicas; - Feiras; - Eventos coletivos;	Compartilhamento e legitimação coletiva de elementos de caráter cultural;	Informação; Experiência;
Religiosidade	- Procissões; - Festas de padroeiros;	Compartilhamento e legitimação coletiva de elementos de caráter cultural;	Informação; Experiência;
Estruturas Fundiárias	- Pequenas propriedades agropecuárias;	Estrutura de base rural e de preservação ambiental;	Informação; Experiência;
Equipamentos Coletivos	---	---	--
Produtos	- Produtos coloniais; - Gastronomia típica; - Vassouras; - Artigos em palha;	Objetos originais, inigualáveis e representativos da cultura da região;	Informação; Experiência; Produtos;

Quadro 19: Itens relacionáveis a existência de uma identidade territorial da Quarta Colônia.

Ressalta-se que o eixo estruturante do discurso, sua regularidade centralizadora é o desenvolvimento, sendo ele tema constante nos espaços editoriais do caderno. Constantemente o CONDESUS, através de seu papel editorialista do periódico faz uso de seu espaço formador

de opinião para refletir sobre o que realmente seja o desenvolvimento e a importância deste para a região. Embora seja objeto constante de reflexão, não há um consenso sobre qual estratégia deva ser posta em prática, apenas menções e ‘tentativas’¹⁵³.

Sendo assim, é possível destacar dois momentos discursivos distintos no Caderno Quarta Colônia. O primeiro deles abrange desde a o Informativo PRODESUS (1998) até 2008, quando as descobertas paleontológicas passam a integrar a estratégia de desenvolvimento territorial. Pode-se considerar que esse período de dez anos tem como marcas de regularidade enunciativa: QC como espaço de imigração europeia (principalmente italiana e alemã); lugar de belezas naturais incólumes e tradições que ainda persistem no tempo. Esses elementos constituem um território específico cujas características especiais fizeram do turismo rural um das principais estratégias de desenvolvimento para a região. Durante a primeira fase há afirmação constante que o desenvolvimento estava relacionado aos aspectos da identidade cultural da região, aliando-a ao espaço geográfico de características naturais também peculiares, territorializando-a.

O segundo momento discursivo emerge quando a presença dos fósseis pré-históricos aventam a possibilidade de agregar às estratégias de desenvolvimento local esse outro elemento. A visibilidade dada aos fósseis inaugura um momento discursivo novo no qual o espaço editorial do Caderno vai direcionar-se a um caminho paralelo, refletindo acerca da viabilidade de agregar à identidade territorial existente o elemento paleontológico. Os editoriais mudam o enfoque abruptamente e passam a enfatizar a importância do passado paleontológico, a ponto de ser aventada a possibilidade de haver uma identidade única na Quarta Colônia – referente aos dinossauros. Enquanto isso, as matérias continuavam evidenciando os elementos identitários referentes à colônia.

Tal momento foi caracterizado como reflexivo, pois embora o objetivo principal fosse pensar o desenvolvimento para a região, não havia definição sobre qual estratégia adotar: permanecer com a identidade territorial colonial ou ajustá-la de modo a abrir espaço para o “passado paleontológico”. Inclusive a dúvida era apresentada no espaço editorial do Caderno, onde o CONDESUS como voz oficial sobre o desenvolvimento da região, deixava latente a dúvida sobre a pertinência da nova estratégia.

No decorrer de 2009 foram sendo evidenciados cada vez mais os elementos do passado pré-histórico, enquanto os editoriais direcionavam-se cada vez mais para uma abordagem

¹⁵³ Indefinições estas visivelmente oriundas da indecisão política maior (nacional) sobre o que realmente é o desenvolvimento e como colocá-lo em prática. Até mesmo o conceito de desenvolvimento e sua atual conexão a elementos territoriais é alvo de questionamentos no país – veja-se as políticas de desenvolvimento e sua aplicabilidade, alvo de reflexão no Capítulo II.

relacional entre os aspectos culturais étnicos e os dinossauros. Com a construção do CAPPa e a intensificação do apoio de instituições de ensino superior na área, o discurso foi, mais uma vez, homogeneizando-se. A abordagem reflexiva sobre o desenvolvimento foi conduzida para o assunto: paleontologia e sustentabilidade, ao passo que a identidade territorial permaneceu relacionada exclusivamente aos aspectos da imigração e da colônia.

O diagrama abaixo (figura 37) evidencia as relações entre os enunciados na cobertura do Caderno Quarta Colônia sobre a identidade territorial da região.

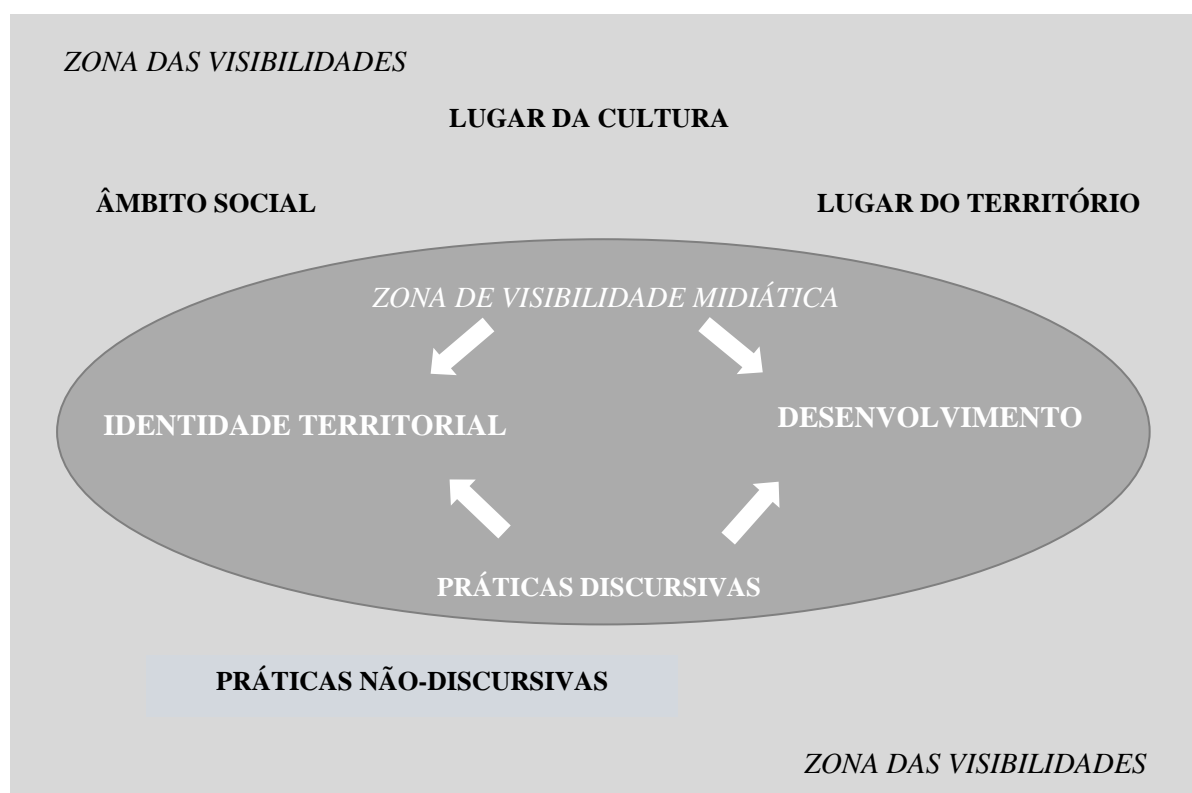


Figura 37 - Lógica reflexiva na tática discursiva do Caderno Quarta Colônia.

O discurso sobre a identidade territorial da Quarta Colônia ainda é um campo em construção, prenhe de possibilidades, mas sem um elemento coesivo forte e estável o suficiente para ser considerado como delimitador ou definidor da identidade. Considera-se a lógica discursiva reflexiva porque os elementos caracterizadores do espaço não são agenciados de modo muito claro, ou seja, as práticas discursivas, o recorte do visível feito pelo discurso, faz com que os enunciados ora convirjam para o desenvolvimento, ora para a identidade territorial – colocada em dúvida pelos editoriais do periódico, mas afirmadas nas matérias jornalísticas nele publicadas. Embora haja dúvida sobre qual a real identidade territorial a ser utilizada

como base estratégica para o desenvolvimento, a zona de visibilidade midiática incide sobre os enunciados que mencionam tanto os caracteres culturais quanto os paleontológicos. O Caderno Quarta Colônia, em sua abordagem editorial a partir de 2009, colocou os fósseis escavados na região no mesmo patamar de visibilidade da identidade territorial do imigrante.

O recorte discursivo realizado no espaço de visibilidade social da Quarta Colônia evidencia a inflexão discursiva estratégica do desenvolvimento. É certo que a estratégia de uso da identidade territorial como base para ações de desenvolvimento permanece sendo a aposta do CONDESUS, no entanto a associação é reticente quanto a qual identidade optar: a tradição dos imigrantes, os dinossauros ou ambos. A visibilidade midiática expõe ambas abordagens, enquanto a associação, como voz oficial sobre o desenvolvimento, reflete abertamente sobre qual seria a melhor opção para a Quarta Colônia. Enquanto o espaço editorial permanece em conflito, as matérias jornalísticas visibilizam tanto a colônia como os dinossauros como passíveis de serem consumidos como informação, experiência ou produto. São essas, portanto, as relações entre identidade territorial, desenvolvimento e mídia na região da Quarta Colônia.

6.2 Discurso midiático: uma breve síntese

A compreensão do poder e de como sua dinâmica funciona está no sujeito. Isso porque o sujeito é central nas lutas constantes que delimitam, incitam, direcionam as condutas dos indivíduos. Compreender a lógica de exercício do poder num determinado contexto é tentar delinear o modo como ele age não sobre os sujeitos, mas sobre suas ações.

O que as relações de poder tem a indicar neste estudo? Qual a importância das relações de poder e o que elas tem a evidenciar em se tratando da problemática apresentada na tese? Muito, principalmente no que concerne aos recortes da visibilidade social operados pelos sujeitos/instituições que determinam o que são identidade territorial e desenvolvimento, visibilizados nos periódicos informativos analisados.

As associações Adad e ARA e o CONDESUS consideram a presença da mídia essencial para dar o apoio necessário à tática de visibilização dos territórios. As associações andaluzas, inclusive, possuem uma estrutura de assessoria de imprensa e de comunicação para produzir as revistas e auxilia-las na produção de material informativo e de divulgação para as ações desenvolvidas.

A presença de ‘*gabinetes de comunicación*’ é uma estratégia estipulada por normativas advindas dos órgãos comuns de fomento (UE), que já fazem constar em suas propostas de financiamento rubricas específicas para sustentar a produção de material informativo de divulgação sobre os projetos postos em prática nos GDR. O NERA, inclusive, apresenta diretrizes relacionadas ao uso da difusão midiática como forma de dar a conhecer a associação e “impulsionar o sentimento de pertencimento dos habitantes do território”¹⁵⁴ (NERA, 2007, p. 67). A assessoria de comunicação da Adad foi criada no início de 2007 com o intuito de estabelecer contato contínuo com a população da comarca e fazer a difusão midiática do trabalho desenvolvido pela associação – tanto para o público interno quanto externo (a *Aljarafe-Doñana*). O documento expressa a importância da comunicação para o desenvolvimento das atividades do GDR, permitindo-lhe visibilizar os projetos desenvolvidos e o impacto dos mesmos na sociedade.

A comunicação, na atual sociedade da informação e do conhecimento, é uma ferramenta imprescindível para entidades como Adad, já que permite não só estar presente no nosso entorno, mas também democratizar e facilitar o acesso à informação e favorecer a implicação e participação cidadã na gestão do público.¹⁵⁵

Existe, portanto, conhecimento acerca das possibilidades aventadas pelo uso da comunicação como ferramenta de auxílio a estratégias de desenvolvimento. A produção de veículos midiáticos constitui-se claramente como uma tática posta em prática, em conjunto a outros elementos formadores de uma estratégia mais abrangente. A formulação de um discurso pretensamente midiático insere a revista Adad como representativa do regime de verdade jornalístico, reproduzindo o fazer profissional. Tanto a produção de um periódico próprio como a presença da associação nos meios de comunicação jornalísticos da região (como foi apresentado no presente trabalho) garantem a visibilidade para que as atividades desenvolvidas junto ao GDR sejam difundidas dentro e fora da comarca.

Muito interessante mostrou-se o uso da revista Adad como difusora de um discurso voltado para a visibilidade da identidade territorial da comarca como produto a ser consumido pelos leitores. Mas a revista é apenas parte de uma estratégia mais ampla que conta com o

¹⁵⁴ “*impulsar el sentimiento de pertenencia de los habitantes del territorio*”.

¹⁵⁵ *Y es que la comunicación, en la actual sociedad de la información y el conocimiento, es una herramienta imprescindible para entidades como ADAD, ya que permite no sólo estar presente en nuestro entorno, sino también democratizar y facilitar el acceso a la información y favorecer la implicación y participación ciudadana en la gestión de lo público.* (NERA, Id., Ibid, p. 68)

apoio de uma *homepage* bem estruturada, a produção de *folders* e material de divulgação que também põem em evidência o território e sua identidade. Conforme o NERA (Id. *Ibid.*, p.69)

Em nosso caso, a assessoria de comunicação está facilitando a conexão do GDR com a população comarcal, valorizando e diferenciando as atuações do Grupo, permitindo uma retroalimentação ativa e contínua GDR-sociedade e, definitivamente, criando canais de comunicação que estão conseguindo um melhor posicionamento de nossa entidade no território e fora dele. Além disso, a presença do GDR na mídia (imprensa, rádio, televisão, portais, etc) está incrementando a confiança que a população na entidade, permitindo melhor e maior fluxo de comunicação interna dentro do próprio grupo. (Tradução nossa).¹⁵⁶

Inclusive é importante salientar que os relatórios periódicos apresentados às instâncias fomentadoras dos projetos de desenvolvimento na comarca devem apresentar índices quantitativos de material de divulgação produzido. O controle da visibilidade midiática é um modo de mapear os sentidos e verificar a penetração social das informações sobre a comarca. Uma das estratégias de mapeamento da visibilidade midiática da associação, além da produção de material próprio (revista, *site* e peças publicitárias) é a publicação do *clipping*. Todo o material publicado na imprensa (local, regional, nacional e internacional) é quantificado, recolhido e integra o chamado *dossier de prensa* – que em sua última edição (2010) alcançou as 433 páginas (disponível em <<http://www.adad.es>>). Notícias em jornais, rádios, imprensa on line e televisão constam na lista.

A ideia é perceber, através do que é produzido pelos veículos de imprensa tradicionais, quais os elementos considerados noticiosos e seguir a mesma lógica na produção da revista Adad, admitindo o periódico como similar, simulacro da mídia jornalística tradicional. Além, é uma forma contundente de mostrar às instâncias europeias responsáveis pelo financiamento das ações que as mesmas estão sendo efetivadas. Logicamente a UE e seu aparato legal de financiamento exige que as ações sejam amplamente visibilizadas e reconhecidas pela população. É uma forma de evidenciar, também, onde o dinheiro está sendo empregado.

Na entrevista realizada na Adad, o gerente da associação e a assessora de imprensa afirmaram que a informação sobre as ações implementadas nos projetos de desenvolvimento

¹⁵⁶ *En nuestro caso, el gabinete de comunicación está facilitando la conexión del GDR con la población comarcal, poniendo en valor y diferenciando las actuaciones del Grupo, permitiendo una retroalimentación activa y continua GDR-sociedad, y en definitiva, creando canales de comunicación que están consiguiendo un mejor posicionamiento de nuestra entidad en el territorio y fuera de él. Además, la presencia del GDR en los medios (prensa, radio, televisión, portales web, etc.) está incrementando la confianza de la población en la entidad, a la vez que permite un mejor y mayor flujo de comunicación interna en el seno del propio Grupo.*

são visibilizadas na mídia local, mas que foi necessário criar um canal de comunicação próprio para que outros assuntos fossem também divulgados.

[**Rocío**]: Sim, a revista chega até as pessoas. Além do que a postamos na internet. Por exemplo [mostra as notícias] aqui estão os empreendedores, as pessoas da comarca que falam, que dão sua opinião, as empresas, as associações. Mostramos o que necessitamos. Estamos nos vendendo!

[**Alfredo**]: Sim, estamos nos vendendo.

[**Rocío**]: As pessoas tem os periódicos locais, os prefeitos tem seus próprios meios [de comunicação], mas não é para nós. Adad teve que criar mais espaço e a revista é para isso. E todo o espaço que temos é para nós, para nos vendermos, porque os meios não fazem isso por nós. Necessitamos nos vender e o fazemos através dessa revista. (Tradução nossa).¹⁵⁷

O fato de haver produção de um periódico voltado para transformar em notícia assuntos da associação é uma maneira de ampliar o alcance das informações sobre a comarca, intuindo seu consumo como informação além de seus limites geográficos. Semelhante tática é praticada pela ARA, na produção da Revista *Tierra Sur*. A utilização da mídia como espaço de publicização dos projetos de desenvolvimento apoiados pela associação também é uma maneira de prestar contas à UE e as demais agências de fomento, além de legitimar e reproduzir o discurso pró-desenvolvimento das mesmas.

A busca pela visibilidade midiática, no caso específico da ARA é uma maneira também de sensibilizar outras associações de cunho civil para que integrem o rol de investidores ou se tornem associados, aumentando o contingente dos GDR. O atendimento das diretrizes impostas pelos programas LEADER e PRODER, que exigem a produção de material de divulgação das ações desenvolvidas, é a justificativa continuamente afirmada pela ARA em se tratando da produção da revista e também da manutenção do site da associação.

Para ARA é visivelmente importante a existência do CDAR (Centro de Documentação Andaluzia Rural) – espaço no qual são publicados estudos, artigos e material oriundo de instituições de pesquisa sobre o espaço rural andaluz. O espaço virtual de divulgação de material

¹⁵⁷ **R:** *Sí, la revista llega hasta la gente. Además la colocamos en la internet. Por ejemplo (mostrando noticias) aquí estan los emprendedores, la gente de la comarca que habla, que dá su opinión, las empresas, las asociaciones. Mostramos o que necessitamos. Estamos nos vendendo!*

A: *Sí, estamos nos vendendo.*

R: *Pues digo que la gente tiene los periódicos locales, los alcaldes tienen sus propios medios, pero nos es para nosotros. Adad tuvo que crear más espacio y la revista es para eso. Y todo el espacio que tenemos es para nosotros, es para vendernos, porque los medios no lo hacen por nosotros. Necesitamos vendernos y lo hacemos através de esa revista.* (ROMERO, Rocío e CALDERÓN, Alfredo. **Adad y la identidad comarcal**: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. Pilas: sede da Adad, 2010. (55min, registro digital).

produzido sobre o espaço rural da Comunidade Autónoma está disponível no sítio eletrônico da associação e congrega material produzido no mundo todo sobre a Andaluzia e seu espaço rural – enfocando principalmente assuntos sobre desenvolvimento¹⁵⁸. O peso de publicações científicas sobre desenvolvimento rural publicadas no CDAR também confere à associação legitimidade em suas ações desenvolvidas na Andaluzia.

Sobre como originou-se a ideia de produzir uma revista, o gerente Ignacio Saura afirmou que:

Ao princípio foi imediato. Desde o princípio vimos que com este mundo globalizado, mais grande, mais complexo, é necessário ter uma política muito forte de comunicação. Sempre parto do princípio de que aquilo que é desconhecido, aquilo que as pessoas não tem em conta tende a desaparecer. Para poder justificar um investimento, para poder justificar qualquer coisas, tens que conhecer. Queremos que comprem a marca Andaluzia, que comprem os produtos, que comprem nossa cultura. Não desde um ponto de vista mercadológico – tens que entender que sem ação econômica não existe desenvolvimento rural – porque entendemos que através dessa cooperação melhoramos o mundo que nos rodeia e também nós mesmos. Podemos conhecer a nós mesmos, mas também temos que nos dar a conhecer, e a melhor maneira de fazê-lo é estar nos meios de comunicação. (Tradução nossa).¹⁵⁹

É clara a influência das políticas de desenvolvimento da UE. Tais políticas e as diretrizes dos programas de desenvolvimento colocados em prática na Espanha determinam os enunciados não somente acerca do que seja o desenvolvimento, mas também sobre o que é a identidade territorial e como ela deve ser agenciada em estratégias de desenvolvimento rural. O uso tático da mídia como forma de dar-se a conhecer na região foi o modo mais efetivo encontrado de permitir que o território andaluz fosse consumido não apenas como informação, mas também possibilitasse seu consumo como experiência e produto. O primeiro estágio do consumo seria o conhecimento sobre o território; num segundo momento, o consumo a-

¹⁵⁸ Disponível em <<http://www.andaluciarural.org>>. É passível de comentário o fato de que o presente estudo foi gentilmente ‘solicitado’ a integrar o rol de publicações do CDAR, como retorno em função do tempo despendido pelo gerente da ARA em conceder entrevista para a produção do trabalho.

¹⁵⁹ *Al principio: fue inmediato. Desde el principio vimos que con este mundo globalizado, más grande, más complejo es necesario tener una política muy potente de comunicación. Yo siempre parto de la base que aquello que es desconocido, aquello que la gente no tiene en cuenta tiende a desaparecer. Para poder justificar una inversión, para poder justificar cualquier cosa, tendreis que conocer. Nosotros queremos que compren la marca Andalucía, que compren los productos, que compren nuestra cultura. No desde un punto de vista mercantil - hay que entender que sin acción económica no hay desarrollo rural - porque entendemos que a través de esa cooperación mejoramos el mundo que nos rodea y también nosotros mismos. Podemos quedarnos a conocer nosotros mismos, pero también tenemos que darnos a conocer y la mejor manera de hacerlo es estar en los medios de comunicación.* SAURA, I.M.G. **ARA y el desarrollo rural**: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. San Juan de Aznalfarache: Eurocei, 2010. (1h10’ registro digital).

genciado seria o de conferir *in loco* o que o território oferece, adquirindo, assim, produtos específicos ali produzidos. O quadro reproduzido no anexo A, publicado no guia turístico da comarca de *Aljarafe-Doñana* ilustra perfeitamente essa relação.

É clara a importância da visibilidade midiática como tática para as associações. Estar presente na mídia (tanto noticiosa quanto informativa) é uma tática que garante a existência social e amplia o campo de alcance da comarca. É a presença na mídia jornalística regional e a produção de periódicos pelas associações que permite que se conheça, reconheça e também se opte por consumir a identidade territorial de *Aljarafe-Doñana*. Junto às informações sobre a comarca consome-se também o conceito de desenvolvimento a partir de um discurso pronto e organizado pelas instituições hierarquicamente superiores.

No caso do Caderno Quarta Colônia a tática é semelhante. O propósito da edição de um informe comercial evidenciando a região partiu do CONDESUS, cujo objetivo é auxiliar no planejamento e na implantação de estratégias de desenvolvimento para a região. A ideia do informe ser vinculado a uma empresa de prestígio como a RBS é interessante porque agrega valor ao periódico. O Caderno reproduz a lógica produtiva jornalística em seus mínimos detalhes, inclusive o fato de ter sido, durante todo seu tempo de existência, encartado no jornal Diário de Santa Maria endossava o caráter jornalístico do periódico.

A produção do Caderno complementava a edição noticiosa do jornal quando o assunto era a Quarta Colônia. As decisões editoriais eram realizadas em conjunto: CONDESUS e equipe de produção, conforme comprovado na análise. É interessante notar, contudo, que o fato de haver uma inflexão discursiva no concernente ao que realmente pudesse representar a identidade da região, mostra que nem mesmo a própria associação representativa da Quarta Colônia tinha clareza a respeito. A inserção do passado paleontológico nos enunciados publicados no fascículo representam, nada menos, que incerteza sobre o que realmente representa a identidade territorial perante o desenvolvimento. A estratégia não estava clara e, assim, a tática também apresentou essa incerteza.

O discurso sobre o desenvolvimento não é criado aleatoriamente pelos sujeitos, ele parte de um lugar, origina-se de relações de poder que o definem, delimitam, determinam. Sendo assim, o discurso reflexivo sobre qual estratégia endossar na Quarta Colônia é o resultado da incerteza das políticas nacionais envolvendo o território. Conforme apresentado do segundo capítulo do presente estudo, a política de desenvolvimento nacional que considera o território como ponto de partida é recente, estando ainda em período de adaptação aos diferentes contextos. A existência dos ‘territórios rurais’ é recente e ainda não abarca todo o território

nacional, ou seja, as diretrizes existem, mas sua viabilidade de implementação ainda está em teste.

Afirmou-se acima que a tática de produção do Caderno Quarta Colônia não é tão bem legitimada quanto a utilizada na Europa pelo fato de que as relações de poder que delimitam o discurso sobre o que é o desenvolvimento e como a identidade territorial pode a ele ser relacionada ainda carece de legitimidade no Brasil. As políticas são recentes e sua efetividade ainda estão sendo colocadas à prova. A incerteza do cenário político de estabelecimento das diretrizes permite que a capilaridade das relações de poder leve até a extremidade também as incertezas discursivas. Cenário político instável permite a instabilidade na aplicabilidade das políticas públicas.

Por outro lado, o Caderno Quarta Colônia representa uma iniciativa inovadora no Estado ao inaugurar a era das visibilidades territoriais. O fato de o periódico visibilizar a identidade colonial da região e despertar a atenção do leitor para o usufruto do espaço e também da cultura da região reflete a lógica europeia de consumo: como informação, experiência e produto, mostrando que, como tática, a produção de um periódico próprio serve a esse objetivo.

Vender-se como informação é, portanto, central na tática de uso da mídia para as associações nos contextos analisados. O agenciamento da mídia tradicional também faz parte da estratégia, mas voltada para a visibilização de elementos factuais ou contextuais (como comprovado em capítulo anterior). Assim, o agenciamento da visibilidade midiática é feito em dois momentos distintos:

- a) como pauta factual ou contextual, buscando inserir-se no noticiário tradicional via valores-notícia. Neste caso a ingerência sobre a rotina produtiva dos veículos tradicionais é alcançada através de *releases* ou através das relações interpessoais entre a AI das associações e os colegas jornalistas;
- b) como pauta produzida, publicada em veículo próprio. Neste caso percebeu-se o agenciamento inverso: os valores-notícia são manipulados no intuito de tornar assuntos desinteressantes ou desatualizados (do ponto de vista midiático), em notícia. A pauta produzida é debatida com o setor administrativo da associação, no intuito de verificar quais assuntos seriam pertinentes de alcançar a visibilidade.

É factível afirmar, assim, que a produção dos periódicos em questão, a partir da reprodução da lógica discursiva jornalística é uma maneira de aproximação com a mídia tradicional, simular sua lógica produtiva em essência, agenciando os sentidos para que a informação sobre a identidade territorial seja consumida como real, verdadeira. A produção das revistas e do fascículo é, de certa maneira, um modo de desterritorialização/reterritorialização. Desterritorialização

torialização porque os periódicos são distribuídos fora dos limites geográficos de seus territórios de origem, podendo ser reconhecidos como elementos de diferenciação se comparados com outros periódicos que seguem o mesmo princípio (como as revistas ou jornais produzidos pelos demais GDR da Andaluzia ou, também da Quarta Colônia). Além, a presença das revistas na web é uma tática de visibilidade ampliada que potencializa o reconhecimento da comarca de *Aljarafe-Doñana* em qualquer lugar do planeta.

Como as relações de poder são evidenciadas na tática de uso do aparato midiático? Em primeiro lugar pelo uso do fazer jornalístico como forma de agregar legitimidade ao discurso publicado nos periódicos. O quadro abaixo evidencia, a partir do discurso publicado nos periódicos revista Adad, revista Tierra Sur e Caderno Quarta Colônia, os enunciados mais recorrentes nas relações identidade territorial/desenvolvimento evidenciadas.

ORJ mais frequentes	
Categoria	Exemplo
Enunciados	<ul style="list-style-type: none"> Fatos dados: - O desenvolvimento deve ser sustentável e seu objetivo é voltado para a melhoria da qualidade de vida da população rural; - Sabe-se o que é melhor para a população rural porque se chegou até os conceitos através de pesquisas de instituições científicas; - As estratégias de desenvolvimento e os eixos de ação são estabelecidos pelas políticas; as linhas de ação são determinadas em conjunto (capilaridade do poder); - A identidade territorial é encarada de modo racional, como ferramenta a ser agenciada em estratégias de desenvolvimento; - Os projetos implementados pelas associações são sempre notícia;
Sujeitos	<ul style="list-style-type: none"> - Declarações de fontes oficiais (ministros, gerentes, empresários, prefeitos, cientistas, etc) legitimam as políticas e repetem o discurso sobre o que é considerado desenvolvimento; - Populares tornam-se sujeitos quando exemplificam boas práticas voltadas para o desenvolvimento rural sustentável; - O Estado é o orientador das políticas e das boas práticas de desenvolvimento;
Saberes	<ul style="list-style-type: none"> - O desenvolvimento foi repensado nas últimas décadas e deve ser sustentável, voltado para a igualdade social, de gênero e voltado unicamente para a melhoria da qualidade de vida da população rural. O crescimento nacional é uma mera consequência positiva de sua aplicabilidade; - O saber científico endossa as boas práticas das associações; - A Cultura é o elemento central que direciona a ‘adequação’ das práticas de desenvolvimento num dado território; - O saber popular, tradicional, passa a agregar valor à identidade porque produz algo que pode ser consumido (produtos); - Leader, Proder, LeaderA, Leader+, Territórios Rurais, Territórios da Cidadania;

Quadro 20: Objetos de Realidade Jornalística agenciados nos periódicos produzidos.

Os ORJ acima apresentados trazem, resumidamente, o teor dos enunciados amplamente divulgados nos periódicos produzidos pelas associações. Tais elementos representam as regularidades discursivas presentes nas matérias jornalísticas, nos textos opinativos, nas cam-

panhas publicitárias e também na fala dos agentes de desenvolvimento entrevistados para a presente pesquisa. Percebe-se claramente que os conceitos e a aplicabilidade estratégica dos mesmos advêm de hierarquia superior, ou seja, das políticas, dos programas de desenvolvimento criadas nas instâncias políticas superiores. Tais conceitos são oriundos de relações de poder complexas e refletem a tentativa epistemológica de reestabelecer nova lógica para o desenvolvimento territorial. A estratégia é agregá-lo a elementos intangíveis (e não apenas econômicos) no intuito de conferir-lhe nova roupagem e reestruturar o discurso que o sustenta, atribuindo poder a outros sujeitos. Poder delimitado, entretanto.

O fato de haver maior capilaridade no poder de opinar sobre quais as linhas mais necessitadas de atenção nos territórios não significa, contudo, que o poder decisório sobre o que incentivar e onde investir verbas públicas seja facultado aos sujeitos da base de ação localizada. Pelo contrário, o discurso continua a endossar o papel central das instâncias hierárquicas superiores. O uso do discurso jornalístico torna-se, assim, elemento legitimador de tais enunciados. Tornar-se notícia significa ser reconhecido não apenas pela factualidade ou contextualidade, mas principalmente por ser real, verdadeiro e legítimo. O discurso jornalístico é reconhecido mundialmente logo, essa amplitude serve aos propósitos de venda discursiva, venda de conceitos e significados. Não basta evidenciar *Aljarafe-Doñana* ou a Quarta Colônia, é necessário despertar o interesse além: do consumo não apenas simbólico, mas material.

Em se tratando da lógica T-D-R apresentada no decorrer da análise, constatou-se que o discurso empregado pelas associações faz uso contínuo do processo de desterritorialização-reterritorialização, conforme o diagrama abaixo.

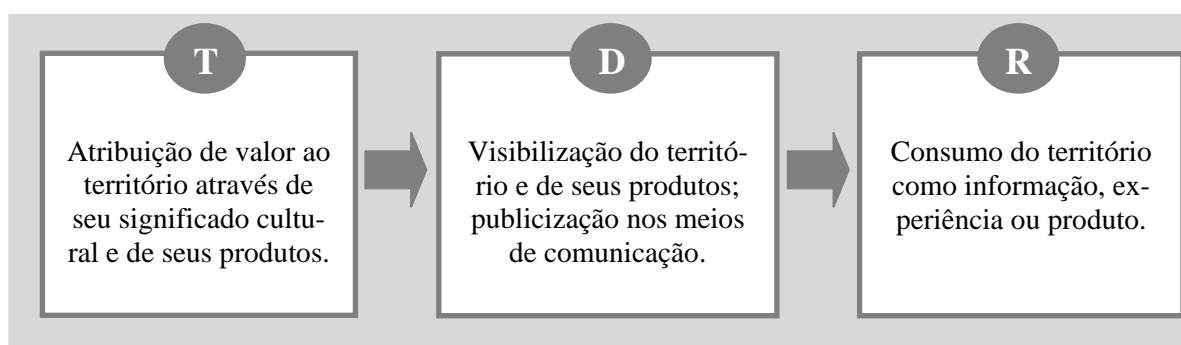


Figura 38- Fluxograma ilustrativo das relações do processo T-D-R.

Produzir um periódico é uma estratégia de territorialização porque afirma a existência de um espaço com características específicas, o torna verdadeiro. Ao mesmo tempo também é uma estratégia de desterritorialização porque permite que o território ultrapasse seus limites

geográficos de existência. Um jornal, uma revista, um sítio eletrônico dão a conhecer o território num amplo espaço, além inclusive de suas fronteiras materiais. Dar-se a conhecer, nesse contexto, significa diferenciar-se, destacar-se em meio a tantos outros territórios. A desterritorialização visibiliza o território para que ele possa novamente ser reterritorializado através do seu consumo como informação (nos periódicos), como experiência (ao ser visitado) e/ou como produto (quando um item oriundo do território é consumido).

Confrontando a análise acima exposta com os pressupostos da presente tese pode-se concluir que o uso estratégico da identidade territorial tem como finalidade não apenas existir como informação, embora a visibilidade midiática seja uma tática de dar a conhecer essas peculiaridades culturais, mas também tornar-se mercadoria consumível. A lógica T-D-R apresentada acima explica o agenciamento do espaço como consumível. Além, o discurso evidenciado no cenário midiático também publiciza o desenvolvimento do território, já que a estratégia de visibilidade da identidade territorial é voltada para o alcance de metas de programas de desenvolvimento. No discurso visibilizado nos periódicos com fins informativos analisados, a identidade territorial e a mídia são ferramentas essenciais na busca do desenvolvimento.

A inserção midiática da identidade dos territórios aqui analisados é, portanto, item decisivo para sua existência social e também global. É através dos periódicos produzidos, dos sítios eletrônicos e demais materiais informativos que os territórios angariam seus nichos de visibilidade global e de amplo alcance, sendo esses elementos que lhes conferem a chancela da existência social. Sendo assim, pode-se afirmar que o discurso midiático e sua visibilidade são importantes ferramentas que se constituem como elementos chave em estratégias de desenvolvimento territorial, pois além de evidenciar os territórios e suas identidades, permitem que os mesmos sejam consumidos não apenas como informação, mas também como experiência e como produto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscar a elucidação dos sentidos do discurso envolve não apenas a leitura de textos, mas também a busca pelo desvelamento das relações que, assentadas no escopo social, delinham a composição de seus enunciados constituintes. Permanecer no nível enunciativo de análise implica perscrutar a imaterialidade dos sistemas de força que são agenciados na determinação da perfeita sincronia expressiva entre o que deve ser dito (força), o modo como deve ser dito (forma), desde quais intencionalidades e visando quais objetivos. Analisar discursos é desvendar o conjunto de elementos que se acercam, sobrepõem-se, entrecruzam-se, visibilizam-se e apagam-se simultaneamente a partir de recortes operacionalizados no social.

As práticas que definem as zonas de visibilidades do social constituem-se como o universo constantemente recortado, reelaborado, redefinido, reestruturado pelas práticas discursivas na construção do discurso. Por isso que a análise discursiva é uma metodologia tão utilizada na leitura da sociedade, principalmente pelas Ciências Sociais. Ler o discurso é uma tentativa de alcançar a totalidade compreensiva que rege as relações de poder que se encontram na origem das elaborações discursivas.

A presente tese fez uso em parte do escopo de análise discursiva. Pelo fato de ter se debruçado sobre periódicos midiáticos, itens representativos da materialidade expressiva, interessou ler o discurso a partir da delimitação de seus elementos definidores – os enunciados, pois é a partir deles que se torna possível encontrar a repetibilidade, os transpassamentos, as inflexões e readequações que constituem o discurso. Assim, buscou-se no mapeamento dos objetos, das modalidades enunciativas, dos conceitos e estratégias as regularidades caracterizadoras dos enunciados formadores do discurso midiático. Foram esses elementos fundamentais que propiciaram descrever e qualificar o uso da identidade territorial como integrante de estratégias voltadas para o desenvolvimento. Foram as inflexões e encaixes de tais elementos tão pequenos, inócuos, que possibilitaram a compreensão da esfera discursiva visibilizada midiaticamente e tornaram legíveis as intencionalidades almejadas por seus enunciadores.

Percebeu-se, no decorrer do trabalho, que seria profícuo ater-se apenas aos elementos de forma do discurso no intuito de cumprir a proposta analítica. Considerou-se a teoria discursiva foucaultiana como base de sustentação da análise, contudo a mesma foi operacionalizada através da busca dos enunciados referentes às relações entre identidade territorial e desenvol-

vimento, publicados nos periódicos integrantes dos *corpora*. Para tanto, recorreu-se às especificidades do discurso jornalístico e sua formação própria.

Em se tratando das metas delimitadas para a investigação, como objetivo geral buscou-se determinar como a mídia foi agenciada nos processos de visibilidade das identidades territoriais da Quarta Colônia (RS) e Comarca de *Aljarafe-Doñana* (Sevilha, na Andaluzia). Constatou-se que a visibilidade midiática constituiu-se como tática de publicização dos caracteres culturais dos referidos espaços para audiências localizadas e também audiências amplas. A mídia foi utilizada como ferramenta que possibilitou a evidência da identidade territorial, esta também mostrada desde um viés utilitário.

O fato de haver um território previamente formado, com elementos identitários materiais e imateriais que o definiam, possibilitou que tais aspectos integrassem enunciados que puderam ser visibilizados como definidores e diferenciadores dos territórios analisados. É interessante notar que as relações sociais e os jogos de poder encetados em ambos recortes previam a existência de elementos de territorialização, os quais foram convertidos em enunciados e agregados a estratégias de desenvolvimento. Existiam elementos intrínsecos ao espaço cuja visibilidade foi crucial para que se manifestasse a diferenciação em relação à alteridade e também despertasse o desejo de consumir os espaços.

A dialética local/global foi de central importância da elaboração da tática de uso da visibilidade midiática nos recortes analisados. É preciso notar que embora o sujeito esteja imerso num cenário amplo, ele se encontra num local específico e consome informações que o levarão a reproduzir padrões no lugar onde está. Talvez esta seja a característica mais relevante para a tese, pois permitiu verificar como as informações produzidas localmente pelas associações puderam ampliar o cenário de existência dos territórios, ao mesmo tempo diferenciando-os e evidenciando-os no cenário globalizado. Foi esse jogo de ampliação da existência e do alargamento da possibilidade de consumo que permitiu a *Aljarafe-Doñana* e à Quarta Colônia integrarem-se ao processo T-D-R de modo efetivo.

A tática da visibilidade midiática possibilitou verificar que a territorialidade constituiu-se como elemento estratégico funcional imaterial através do qual se produziu o espaço. Como estratégia manifestou-se inicialmente através das práticas discursivas, estas oriundas de relações de poder (âmbito político, econômico e cultural) cujo objetivo foi conferir existência ao território. Num processo contínuo de criação, a territorialidade materializou-se através do e no território (espaço físico) pela de sua delimitação de área, comunicação de características e manutenção de controle. A territorialidade pôde ser visibilizada pelos meios de comunicação, prática que também se constituiu como estratégia e lhe conferiu existência pública. A existên-

cia da territorialidade também foi mapeada através dos enunciados recolhidos através da aplicação da MAC nos *corpora*.

Como elemento de desterritorialização, a visibilidade midiática das características identitárias permitiu que *Aljarafe-Doñana* e também a Quarta Colônia existissem no contexto global. O fato de os periódicos circularem num espaço de abrangência ampliada permitiu que um público maior tivesse acesso às informações sobre os territórios. Quanto maior o público, mais chances de ser visto, conhecido e reconhecido, maior a probabilidade de ser consumido.

A chave da reterritorialização engendrada pela visibilidade midiática foi o consumo. Seja como informação, ao ler os periódicos, como experiência ao buscar conhecer *in loco* os territórios ou ainda como produto, adquirindo qualquer um dos diversos produtos ofertados com as respectivas marcas territoriais, a tática de midiatização do espaço obteve êxito, pois permitiu que o espaço fosse consumido. O consumo da identidade territorial era uma forma de contribuir para com o desenvolvimento dos espaços, não apenas no sentido de possibilitar o retorno financeiro aos locais, mas principalmente no intuito de disseminar ainda mais sua existência.

É importante lembrar que o papel da visibilidade midiática constituía-se como elemento chave para as associações a ponto de serem instituídas assessorias de comunicação e imprensa (*Adad* e *ARA*) e convênio com empresas midiáticas (*CONDESUS*) para garantir o profissionalismo e adequação discursiva aos periódicos produzidos. As revistas e o fascículo constituíram-se como elementos centrais na estratégia de construção do discurso identitário em nome do desenvolvimento tanto no contexto espanhol como no brasileiro.

As ações de desenvolvimento implementadas tanto no Brasil como na Europa são resultado de complexas relações que perpassam o poder público e a sociedade civil, mas que seguem linhas pré-estabelecidas formuladas conjuntamente em diferentes instâncias, que ora se complementam ora se sobrepõem. O ordenamento de um discurso coerente com a proposta de uso da identidade territorial foi crucial para a formulação de uma estratégia de desenvolvimento plausível, já que tanto *Aljarafe-Doñana* como Quarta Colônia foram impelidas a adotar tal viés de ação. É importante ressaltar que as associações em questão foram criadas como parte de ações governamentais ou por iniciativa coletiva civil local, sendo estruturadas e voltadas para a implementação de estratégias para o desenvolvimento territorial.

No contexto de ambivalência generalizada desencadeada pela globalização, sensibilizar os indivíduos acerca da importância de suas características identitárias tornou-se tarefa complexa e dependente de inúmeras relações outras, em níveis mais elementares. Ficou claro,

assim, que o desenvolvimento depende dos sujeitos enunciadorees envolvidos na elaboração dos discursos que o sustentam e da forma como são dados a conhecer e em quais suportes.

A lógica das relações de poder evidentes através dos enunciados mostrou que o discurso sobre o que era o desenvolvimento e sua aplicabilidade, sobre o conceito de identidade territorial e como “determiná-la”, além de como utilizar-se da mídia, advinha das diretrizes políticas maiores, que cumpriam o estabelecido pelos agentes hierárquicos superiores. As políticas de desenvolvimento nos diferentes recortes espaciais são determinadas por inúmeras redes de influência, com diferentes sujeitos e diferentes intencionalidades, sendo suas intencionalidades refletidas no discurso publicizado pelos periódicos informativos produzidos. O local chega até o global e decisões em nível mais amplo influenciam diretamente sobre o local – vejam-se as políticas comunitárias europeias e a política de desenvolvimento nacional.

Os periódicos das associações analisadas possuem financiamento para projetos e ações voltadas para a mídia, ou seja, apoiam estratégias para comercializar as imagens de si mesmas e também para noticiar suas ações. Sendo assim, ficou claro que a própria identidade territorial foi elaborada midiaticamente a partir do crivo do discurso pró desenvolvimento das associações. O recorte no social operacionalizado pelo discurso evidenciou elementos do território que pudessem ser agenciados em busca do desenvolvimento. O modo de constituição da estratégia de reterritorialização comprova essa observação.

Ainda sobre o discurso, é preciso ter em mente que a análise aqui apresentada balizou-se empiricamente nos enunciados. Percebeu-se que as assessorias de imprensa fizeram uso do modo de produção jornalístico com vistas a dois objetivos: inserir-se na mídia tradicional, buscando ser notícia; e produzindo periódicos de cunho jornalístico objetivando tornar-se notícia. No primeiro caso foi possível verificar que o agenciamento da mídia jornalística tradicional está longe de atender à demanda por visibilidade estipulada pelas associações, fato que conduziu à produção de periódicos próprios. A opção pelo uso do discurso jornalístico e de seu escopo ético, técnico e estético foi o modo encontrado para alcançar a visibilidade de forma legítima, produzindo periódicos que podem ser lidos e universalmente reconhecidos como reais, pois reproduzem o regime de verdade da prática jornalística. Considerou-se o material noticioso produzido pelos assessores como representativos do fazer jornalístico, reproduzindo suas FD’s, tendo, contudo, uma peculiaridade: seus raios de abrangência noticiosa estendem-se localmente e buscam retratar ações pertinentes aos interesses das associações às quais estão vinculados.

Por que produzir periódicos? Porque não há espaço suficiente de visibilidade para assuntos específicos na grande mídia. O fato de haver conglomerados comunicacionais cada vez

maiores, com ação mais ampla os torna generalistas e superficiais força o apagamento dos assuntos localizados. A regra é mantida pelos critérios de noticiabilidade que determinam o que deve ser noticiado e o que está fadado ao esquecimento. Produzir um periódico é uma estratégia para burlar o apagamento operacionalizado pela grande mídia e existir num contexto amplo. Para os pequenos atingirem a visibilidade é preciso criar espaço.

O uso correto do código (uso do saber jornalístico que incita relações de poder, originando um discurso reconhecível) é assemelhar-se à mídia tradicional e ter a possibilidade de disputar a atenção da audiência na arena internacional. Estar apto a produzir informação e adequá-la ao padrão mundialmente conhecido é disponibilizar-se como informação que pode ser consumida pelo público e disseminar-se ainda mais em nível global. Consumir informações é o primeiro passo no caminho do consumo de produtos. Além, produzir conteúdo midiático também é uma maneira de exercício do poder (THOMPSON, 2008).

O recorte operacionalizado na zona de visibilidades originou enunciados que foram rearranjados para compor o discurso relacional entre identidade territorial e desenvolvimento, tornando visíveis determinadas características. A partir do momento que tais elementos distintivos são mostrados e integram o discurso midiático sobre os territórios analisados, passam a evidenciar um recorte social específico – os territórios passaram a ser reconhecidos e consumidos a partir dessa delimitação.

Se o discurso é o resultado de um jogo entre aspectos que se buscam visibilizar e outros que se buscam apagar, os elementos evidenciados nos periódicos informativos analisados compõem a realidade social que se quer mostrar e converter em itens a serem consumidos. A visibilidade de cunho midiático, neste caso, condiciona a visibilidade social pois dá a conhecer elementos recortados da realidade perceptível. Verificou-se que o eixo a partir do qual ocorreu esse recorte foi o desenvolvimento. A identidade territorial foi utilizada racionalmente numa estratégia que tinha como tática de aproximação do público a visibilidade proporcionada pela mídia.

Os limites da análise aqui encetada representam justamente as possibilidades de continuidade da pesquisa. Perscrutar o discurso buscando mapear as relações de poder que tomam forma no espaço social constitui-se como uma abordagem que pode ser desenvolvida em momento posterior. A presente tese preocupou-se em mapear os sentidos e as relações explicitadas nos enunciados, na materialidade repetível passível de ser verificada nas páginas dos periódicos revista *Adad*, revista *Tierra Sur* e Caderno Quarta Colônia. Os jogos de poder que tem lugar junto à sociedade, originados nas práticas não-discursivas, os atores sociais e suas inten-

cionalidades são elementos que podem ser perscrutados em uma possível continuidade da pesquisa.

Outra linha de investigação que pode ser aventada volta-se para a análise do que a audiência faz com as informações às quais tem acesso, pois evidencia o papel da recepção no processo comunicacional e merece atenção porque suscita questionamentos como, por exemplo, como os diferentes formatos informativos midiáticos influem na leitura da realidade por parte da audiência? Ou ainda: qual a apropriação imaterial dos produtos jornalísticos em determinadas comunidades?

Através da análise realizada foi possível verificar que o discurso midiático é passível de ser apropriado por instituições ou empresas outras além das essencialmente jornalísticas, reproduzindo o regime de verdade jornalístico e sendo lido como tal. No caso específico dos discursos envolvendo o território e sua identidade, a mídia mostra-se como espaço de existência e auto-afirmação de características relativas ao contexto territorial, evidenciando a realidade concernente a este espaço. Os significados desse território midiaticizado dependem do produtor da informação. No caso específico das associações ARA e Adad e do CONDESUS, o uso do código midiático confere legitimidade aos periódicos produzidos, além de possibilitar a visibilização de suas características intrínsecas que também são responsáveis pela afirmação institucional dessas entidades.

Pode-se, ainda, inferir que a globalização, ao permitir que houvesse o retorno à localidade, possibilitou que a mídia se tornasse espaço de disputa para a visibilidade das identidades e culturais de comunidades territorializadas. Em se tratando de comunidades (ou grupos) territorializados, a visibilidade midiática garantiu sua existência e a apropriação do código jornalístico garantiu o protagonismo na produção de informações. Não se trata apenas de visibilizar, evidenciar o território, mas sim ser capaz de controlar a completude da cadeia produtiva de informações sobre o território e sua identidade, ou seja, defini-lo a partir de um enfoque específico (no caso, o desenvolvimento). Os periódicos produzidos em *Aljarafe-Doñana* e Quarta Colônia configuram-se como exemplos de iniciativas de produção midiática voltadas para esse objetivo.

REFERÊNCIAS

- A conta que a ponte deixa. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/A-conta-que-a-ponte-deixa.html>> Acesso em 06 fev. 2010.
- A economia pede socorro. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm.html>>. Acesso em 06 fev. 2010.
- À espera de você. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 13 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2756744,A-espera-de-voce.html>>. Acesso em 13 fev. 2010.
- A hora em que a ponte caiu. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 12 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2793131,A-hora-em-que-a-ponte-caiu.html>>. Acesso em 12 fev. 2010.
- ABRAMOVAY, R. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- Acidente fecha rodovia. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 25 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,20,2793030,Acidente-fecha-rodovia.html>>. Acesso em 25 fev. 2010.
- ADAD. **NERA: Nueva Estrategia Rural de Andalucía**. Pilas: Asociación para el Desarrollo Rural de Aljarafe-Doñana, 2007
- _____. **Aljarafe-Doñana: un balcón turístico**. Pilas: Asociación para el Desarrollo de Aljarafe-Doñana, 2009.
- _____. **Adad**. N.9. jun. 2008 a N.12. nov./dez. 2009.
- Agudo faz aniversário na terça-feira. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 13 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,21,2796132,Agudo-faz-aniversario.html>>. Acesso em 13 fev. 2010.
- ANDERSON, P. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- ARA. **Tierra Sur**. N.35. Verão 2009 a N.38. Primavera 2010.
- Até quando vamos ficar sem a ponte? **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 05 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Ate-quando-vamos-ficar-sem-a-ponte.html>> Acesso em 05 fev. 2010.

BALDESSAR, Maria. **A mudança anunciada:** o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação. Florianópolis: Insular, 2003.

BARBERO, Jesús-Martín. Técnicas, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação na virada do século. In: MORAES, Denis. (Org.). **Sociedade midiaticizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p.30-48.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização:** as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. **Vida para consumo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BELLI, Pedro. Globalizing the rest of the world. **Harvard Business Review.** Boston, v. 69, n. 4, jul-ago. 1991.

Boeck estava registrando a cheia do rio. **Diário de Santa Maria,** Santa Maria, 12 fev. 2010. Disponível em < [Boeck-estava-registrando-a-cheia-do-rio.html](#)>. Acesso em 12 fev. 2010.

BOUDON, R. e BOURRICAUD, F. **Dicionário crítico de sociologia.** 2.ed. São Paulo: Ática, 2007.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à análise do discurso.** 2.ed. Campinas: EdUnicamp, 2004.

BRANDÃO, Carlos. Territórios com classes sociais, conflitos, decisão e poder. In: ORTEGA, Antonio C. e ALMEIDA FILHO, Niemeyer. (Orgs.). **Desenvolvimento Territorial:** segurança alimentar e economia solidária. Campinas, SP: Editora Alínea, 2007.

CADERNO QUARTA COLÔNIA. N. 144, 08/05/2009.

_____. N. 160. 13/11/2009 a N. 164. 11/12/2009.

_____. N. 166. 24 e 25/12/2009.

_____. . . n 168. 08/01/2010.

_____. N. 169. 15/01/2010.

_____. N. 187. 21/05/2010.

_____. N.190, 11/06/2009.

_____. N.193. 02/07/2010.

_____. N 195. 16/07/2010.

_____. N 196. 23/07/2010.

_____. N.198. 06/08/2010.

_____. N. 200. 20/08/2010.

_____. N. 206. 19/11/2010

_____. N. 214. 21/01/2011.

CALDAS, W. **O que todo cidadão precisa saber sobre cultura**. São Paulo: Globo, 1986.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo: Editora da USP, 2000.

_____. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. *In: Estudos Sociedade e Agricultura*. N. 11, out, 1998.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

Começa obra na balsa. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 20 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,0092646,Começa-obra-na-balsa.html>>. Acesso em 20 fev. 2010.

Contra a fúria das águas, a fé. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 04 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Contra-a-afuria-das-aguas-a-fe.html>> Acesso em 04 fev. 2010.

COWEN, M. P. e SHENTON, R. W. **Doctrines of development**. London: Routledge, 1996.

COX, Robert. Globalization, multilateralism and social change. **Work in Progress**. Tóquio, v. 13, n. 1, julho 1990.

CRUSH, Jonathan. **Power of development**. Londres/Nova York: Routledge, 1996; pp 1-17.

ERICSON, R., BARANENEK, P. e CHAN, J. **Visualising deviance: a study of news organization**. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

ESCOBAR, A. El desarrollo sostenible: dialogo de discursos. *In: Ecologia política*. Barcelona: FUHEM – Icaria, 1995.

_____. **Encountering development**. New Jersey: Princeton University Press, 1995.

_____. Imaginig a post-development era. *In*: CRUSH, Jonathan. **Power of development**. Londres/Nova York: Routledge, 1996; pp 211-227.

Espectáculo de luz e fé. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 04 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Espetaculo-de-luz-e-fe.html>> Acesso em 04 fev. 2010.

Estabelecimentos à míngua. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2796414,Estabelecimentos-a-mingua.html>>. Acesso em 06 fev. 2010.

Estrada alternativa entre Dona Francisca e Agudo segue liberada. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 09 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2792646,Estrada-Dona-Francisca.html>>. Acesso em 09 fev. 2010.

Faxinal do Soturno. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 20 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2442646,Faxinal-do-soturno-regiao.html>>. Acesso em 20 fev. 2010.

FEATHERSTONE, M. **Undoing culture: globalization, postmodernism and identity**. London: Sage, 1995.

_____. Localismo, globalismo e identidade cultural. **Sociedade e Estado**. Brasília: UnB, v.XI, n.1, jan-jun, 1996, pp.9-42.

FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação**. 4.ed. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.

Feriado e procissão para Nossa Senhora. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 02 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2796414,Procissao-para-Nossa-Senhora-dos-Navegantes-ocorre-nesta-terca-feira-em-Dona-Francisca.html>>. Acesso em 02 fev. 2010.

Festa na gruta. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 13 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,18,2566646,Festa-na-gruta.html>>. Acesso em 13 fev. 2010.

Ficou mais difícil cuidar da lavoura. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Ficou-mais-dificil-cuidar-da-lavoura.html>>. Acesso em 06 fev. 2010.

Fiéis saúdam navegantes. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 08 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2796414,Procissao.html>>. Acesso em 08 fev. 2010.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos**. Vol.2. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

_____. **História da sexualidade** – a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal Editora, 2010a.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2010b.

_____. **A ordem do discurso**. 20.ed. São Paulo: Loyola, 2010c.

FROEHLICH, J. M. e ALVES, H. F. I. Novas identidades: novos territórios: mobilizando os recursos culturais para o desenvolvimento territorial. In: **Extensão Rural**. Santa Maria: UFSM, n. 14, p. 65-90, jan./dez. 2007.

FROEHLICH, J. M. **Sexualidade, subjetivação e poder**: o discurso de ‘liberação dos costumes’ em Vila Block – RS. 1994. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1994.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

_____. [Entrevista disponibilizada em 28 de outubro de 2002, a internet]. 2002. Disponível em :<<http://g1.globo.com/videos/globo-news/milenio/v/silio-bocanera-entrevista-o-sociologo-anthony-giddens/1512063/#/programas/page/5>>. Acesso em: 12 out. 2011.

_____. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GIL, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRA, Josenildo. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. (Tese de Doutorado) UFBA, Salvador, 2003.

HAESBAERT, Rogério. Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: CASTRO, Iná Et. Al. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p.165-206.

_____. **Des-territorialização e identidade**: a rede ‘gaúcha’ no Nordeste. Niterói, RJ: EdUFF, 1997.

_____. **O mito da desterritorialização**. 5.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 7.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, (p. 103-133).

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. 13.ed. São Paulo: Loyola, 2004.

História de fé restaurada. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 25 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,18,8745337,Historia-de-fe-restaurada.html>>. Acesso em 25 fev. 2010.

IANNI, Octávio. **A sociedade global**. 12ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

JAMESON, Frederick. **Pós-Modernismo**. A lógica cultural do capitalismo tardio. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KAPLAN, Abraham. **A conduta na pesquisa**: metodologia para as ciências do comportamento. São Paulo: Herder, 1972.

KEGLER, Jaqueline Quincozes da Silva. **Identidade territorial e mediação**: os sentidos identitários acionados pelas festividades da Quarta Colônia – RS. 2011. 351f. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

Limite de peso na ponte. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 27 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2792646,Limite-de-peso-na-ponte.html>>. Acesso em 27 fev. 2010.

MACHADO, Roberto. **Foucault, a ciência e o saber**. 4.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

Máquinas na pista. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 12 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,18,3392646,Maquinas-na-pista.html>>. Acesso em 12 fev. 2010.

MATTELART, Armand. **Comunicação Mundo**: história das ideias e das estratégias. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. **Diversidade Cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MDT: Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses. Universidade Federal de Santa Maria. Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa. 6.ed. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2005.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 6.ed. São Paulo: Summus, 1978.

_____. **Entrevista**: o diálogo possível. 4.ed. São Paulo: Ática, 2000.

MELO, José Marques de e ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL. **Identidade Territorial**. Brasília, DF, mar. 2011. Disponível em <<http://sge.mda.gov.br/sge/index.html>>. Acesso em 12 dez.2011.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice. e PORTO, Sérgio. (Orgs). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: EdUnb, 2002. p. 29-35.

Ônibus cai em ribanceira. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Onibus-cai-em-ribanceira.html>> Acesso em 06 fev. 2010.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.
RABAÇA, C. A. e BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação**. 6.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

Perdas humanas. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/Perdas-humanas.html>>. Acesso em 06 fev. 2010.

Perigo no caminho do colégio. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 02 mar. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,18,967546,Perigo-no-caminho-do-colegio.html>>. Acesso em 02 mar. 2010.

PIETERSE, J. N. The cultural turn in development: questions of power. *In: The European Journal of Development Research*. London: Frank Cass & Co. Ltd, 1995. v. 07, n 01, Dec, p.176-193.

Ponte de ferro é retirada. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 25 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/19,18,2792645,Ponte-de-ferro-e-retirada.html>>. Acesso em 25 fev. 2010.

Prefeitos da região se reúnem com Yeda. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 26 fev. 2010. Disponível em < <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2766646,Prefeitos-se-reunem-com-Yeda.html>>. Acesso em 26 fev. 2010.

PRODESUS. **PRODESUS Informativo**. N. 02, Nov. 1997.

_____. **PRODESUS Informativo**. N. 03, jan. 1998.

_____. **PRODESUS Informativo**. N. 05, abr. 1998.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RINGOOT, R. & UTARD, Jean-Michel. **Le journalisme en invention. 1ouvelles pratiques, nouveaux acteurs**. Rennes, PUR, coll. Res Publica, 2005.

RIST, Gilbert. Development as part of the modern myth: the western socio-cultural dimension of development. *In: The European Journal of development research*. Frank Cass: Londres, 1990. V. 2. N.1; pp 10-21.

ROMERO, Rocío e CALDERÓN, Alfredo. **Adad y la identidad comarcal**: entrevista [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. Pilas: sede da Adad, 2010. (55min, registro digital).

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

_____. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. *In: PORTO, S. D.(Org.). O jornal*: da forma ao sentido. 2.ed. Brasília: Ed. da UnB, 2002, (p.217-234).

SACHS, Ignacy. Em busca de novas estratégias de desenvolvimento. *In: Estudos avançados*. São Paulo: EDUSP, 1995. N.25, v.9.

SACK, Robert. **Human territoriality: its theory and history**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

_____. **Homo geographicus: a framework for action, awareness and moral concern**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

SAQUET, Marcos. **Abordagens e concepções de território**. 2.ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

SAQUET, Marcos. E SOUZA, Edson. **Leituras do conceito de território e de processos espaciais**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

SAURA, I.M.G. **ARA y el desarrollo rural: entrevista** [mai.2010]. Entrevistadora: J. Pippi. San Juan de Aznalfarache: Eurocei, 2010. (1h10' registro digital).

SEIXAS, Lia. **Por uma outra classificação: uma proposição de critérios de definição de gêneros discursivos jornalísticos por impressos e digitais**. 2008. 311f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

Sem ponte, balsa é alternativa. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Sem-ponte-balsa-e-alternativa.html>> Acesso em 06 fev. 2010.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SILVA, Juremir. Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

Socorro para a ERS-348. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 02 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Socorro-para-ERS.html>>. Acesso em 02 fev. 2010.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. 6.ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

SOUZA, Marcelo. A teorização sobre desenvolvimento em uma época de fadiga teórica ou: sobre a necessidade de uma “Teoria Aberta do Desenvolvimento” sócio-espacial. In: **Território**. Rio de Janeiro: LAGET-UFRJ. v. 1, n.1, p. 5-35. jul-dez, 1996.

_____. Algumas notas sobre a importância do espaço para o desenvolvimento social; In: **Território**. Rio de Janeiro, LAGET-UFRJ/Garamond, n.3, p. 5-21. jul-dez, 1997.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

Trabalhos pelo acesso à balsa. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 02 mar. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2792646,Trabalhos-pelo-acesso-balsa-jacui.html>>. Acesso em 09 mar. 2010.

Tragédia no Jacuí. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 13 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2792646,Tragedia-no-rio-jacui.html>>. Acesso em 13 fev. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCKER, Vincent. A cultural perspective of development. *In: The European Journal of Development Research*. London: Frank Cass & Co. Ltd, 1996. v. 08, n 02, Dec. pp 01-21.

Um mês sem ponte. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 05 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Um-mes-sem-ponte.html>> Acesso em 05 fev. 2010.

Uma imagem que choca. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 12 fev. 2010. Disponível em <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/dsm/19,18,2792646,Uma-imagem-que-choca.html>>. Acesso em 12 fev. 2010.

VENDRÚSCOLO, Rafaela. “**Somos da Quarta Colônia**”: os sentidos de uma identidade em construção. 2009. 209f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

Viajar virou uma aventura. **Diário de Santa Maria**, Santa Maria, 06 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/rs/dsm/Viajar-virou-uma-aventura.html>> Acesso em 06 fev. 2010.

WANDERLEY, M. N. B. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o rural como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**. 15 out. 2000, pp 87-115.

WOLF, Mário. **Teorias da Comunicação**. 5.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In: SILVA, T. T. (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. 7.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007 (p. 7-72).

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário semi-estruturado das entrevistas (ARA e Adad)

Questionário ARA

Institución:

Medio:

Responsable:

Local:

Contacto:

Fecha entrevista:

Questionario:

1-Cual es la función de la revista Tierra Sur?

2-Entonces la Asociación difunde los hechos de los grupos de desarrollo de Andalucía?

3-Es una búsqueda para mostrar la singularidad?

4-Cuando se empezó la idea de producir un periódico (revista)?

5-Por que una revista?

6-Para quien es la revista? Quien a lee?

7-Cómo se mantiene la revista?

8-En el equipo que trabaja en la revista hay periodistas?

9-Podemos decir, entonces, que la revista sigue en parte el modo de producción periodística?

10-Entonces ARA puede ser considerada una vanguardista en esta area de comunicación en toda la Europa?

11- Como son escogidas las temáticas de las revistas?

12- Los grupos también pueden enviar las noticias?

13- ARA trabaja con prácticas de desarrollo sostenible. Cómo se muestra eso en la revista?

14-He percibido por su discurso que el concepto de territorio utilizado por ARA és un amalgama de social, economico, humano. Podrías hablar de esto concepto?

15- Como el gabinete de prensa relacionase con la prensa sevillana?

Entrevista realizada na Adad

Institución:

Dirección:

Contacto:

Responsable:

Entrevista con:

Fecha entrevista:

Questionario:

1- Alfredo empezó hablando de la Asociación y de la creación de la Revista Adad...

2- El principal objetivo de la revista es la divulgación de informaciones y noticias de Adad o de la comarca?

3- He lido en NERA que un de los objetivos de Adad es reforzar las señas de identidad. Qué serían esas señas? Son de Adad o de la comarca?

4- Fue echo con la participación de la gente de la comarca?

5- Cuales son las señas de identidad?

6- Entonces hay una cultura en Aljarafe?

- 7- La propuesta de LEADER en los años 1990 fue de promocionar la identidad rural. Adad se ha adecuado a eso o percibió que había la necesidad de valorizar las señas de identidad?
- 8- Como la revista ha hecho eso?
- 9- Hay alguna relación entre identidad y desarrollo para Adad?
- 10- Uno de los objetivos de Adad es que las personas se valoricen a sí y a su territorio...
- 11- El territorio es la comarca?
- 12- El patrimonio cultural es central para todo ese proceso de desarrollo?
- 13 -En NERA hay una propuesta para poner valor a las señas de identidad. Cómo hacerlo?
- 14- Lo que me ha llamado la atención es que las portadas muestran escenas de la comarca, pero las noticias son de Adad...
- 15- Esta revista es fruto de un proyecto? Tiene también un proyecto editorial?
- 16- Por qué una revista?
- 17- Como se produce la revista?
- 18- Cual es la tirada de la revista?
- 19- Cual la relación con la grand prensa?
- 20-El gabinete de prensa hace el clipping (dossier) de las noticias que salen en la prensa?

Apêndice B – Quadro de matérias jornalísticas – *Diario de Sevilla*

Data	Título	Seção	Autoria	Pág.	Nº pág.	Cartola	Imagem	Mat. apoio	Classificação
11/01/2005	La nueva salida de la A-49 a Umbrete podría estar lista en primavera	Provincia	T. Perdiguero	17	--	Aljarafe	Foto (1)	x	notícia
12/01/2005	Más críticas a la ausencia de estudios sobre el dragado del río	Sevilla	Antonio Chamorro	14	--	Medio Ambiente	Foto (1)	quadro	Noticia
13/01/2005	La ciudad de Sevilla sigue sin inversor	Provincia	x	16	--	Bollullos de la Mitación	x	x	nota
15/01/2005	El municipio se planta ante las bandas de delincuentes	Provincia	Trinidad Perdiguero	19	--	Isla Mayor	Foto (1)	quadro	notícia
22/01/2005	Un nuevo centro asesorará a las iniciativas empresariales	Provincia	x	14	--	Sanlúcar la Mayor	x	x	nota
26/01/2005	Detenido un especialista en saquear iglesias	Provincia	x	17	--	Sanlúcar la Mayor	x	x	nota
31/01/2005	Almensilla tendrá más viviendas que la zona Entrenúcleos de dos Hermanas	Sevilla	Trinidad Perdiguero	10/11	2	La expansión metropolitana	Foto (3) Mapa (1)	Quadro (2)	reportagem
02/02/2005	IU solicita la paralización del PGOU y la convocatoria de una consulta popular	Provincia	Redacción	20	--	Almensilla	Foto (1)	x	notícia
05/02/2005	Tres nuevas urbes junto a la ciudad consolidada	Sevilla	Carlos Mármol	12/13	2	Hacia el colapso metropolitano	Foto (1) Gráfico (1)	Quadro (1)	reportagem
05/02/2005	Desinfectan un colegio al declararse un caso de meningitis	Provincia	Redacción	19	--	Bollullos	x	x	Noticia
06/02/2005	El Ayuntamiento destina ayudas a las víctimas del 'tsunami'	Provincia	Redacción	18	--	Bollullos	x	x	noticia
08/02/2005	Boreal y Delta aspiran a construir la nueva ciudad de Sevilla en Bollullos	Sevilla	Julio Jiménez Heras	9	1	Urbanismo	Foto (1) Mapa (1)	Quadro (1)	reportagem
08/02/2005	Inaugurado el nuevo centro de salud en la calle Francisco Pacheco	Provincia	x	17	--	Umbrete	x	x	noticia
11/02/2005	Doñana puede perder el Diploma Europeo si no se revisa el proyecto del Puerto	En portada	Antonio Chamorro	02/03	2	Efectos del dragado sobre el Parque	Foto (2)	Quadro (4)	reportagem
12/02/2005	La Estación Biológica pide que se	Sevilla	Antonio Chamorro	13	--	El proyecto de	Foto (1)	Quadro (1)	notícia

	evite la retirada del Diploma a Doñana					ampliación del puerto de Sevilla			
13/02/2005	La retórica de la innovación	Opinión	Francisco J. Ferraro	05	--	Tribuna	Foto (1)	-	Artigo Op.
13/02/2005	Negocio y naturaleza, en armonía	Economía & Empleo	Rocío Martín	14/15	2	Entorno/Desarrollo sostenible	Foto(10)	x	Reportagem
15/02/2005	Bollullos anuncia un pacto por Merkamueble que Umbrete niega	Provincia	Redacción	22	--	Aljarafe	Foto (1)	Quadro (1)	Notícia
15/02/2005	La Guardia Civil esvía más agentes por tres denuncias de secuestro	Provincia	Fernando Pérez Ávila	23	--	Sanlúcar la Mayor	x	Quadro (1)	notícia
17/02/2005	La diputación insta a Bollullos y Umbrete a ceder en sus posturas	Provincia	Redacción	16	--	Aljarafe	Foto (1)	Quadro (1)	noticia
18/02/2005	El alcaide no cederá al 'chantaje' de Umbrete	Provincia	Redacción	15	--	Bollullos de la Mitación	x	x	noticia
19/02/2005	Una linde para la discordia	Provincia	Trinidad Perdiguero	18	1	Aljarafe	Foto (4)	x	reportagem
19/02/2005	La empresa pide a la Junta que levante la suspensión	Provincia	Redacción	19	--	Aljarafe	Foto (1)	x	noticia
19/02/2005	IU lleva al Parlamento sus críticas al PGOU del municipio	Provincia	Redacción	19	--	Almensilla	x	x	noticia
20/02/2005	Sólo 15 de cada 100 vecinos del primer anillo del Aljarafe han nacido en la comarca	En portada	Trinidad Perdiguero	02/03	01	La población del área metropolitana	Foto (1) Mapa (1)	Quadro (2)	reportagem
20/02/2005	El número de empadronados en los 31 municipios llega a los 306.100	En portada	T.P.	03	--	La población del área metropolitana	x	x	notícia
24/02/2005	Ecologistas dicen que el PGOU va contra el plan de Doñana	Provincia	Antonio Chamorro	18	--	Aznalcázar	Foto (1)	Quadro (1)	notícia
28/02/2005	Los andaluces no son profetas en su tierra	provincia	Antonio Gallego de la Rosa	16	--	Bollullos de la Mitación	Foto (2)	x	Artigo de opinião
04/03/2005	El Consejo de Europa reclama que se reduzca el impacto del Rocío en Doñana	(Portada)	x	1	--	Informe consultivo	x	x	notícia
04/03/2005	Europa exige que se reduzca el impacto de la romería del Rocío sobre Doñana	En Portada	Antonio Chamorro	02/03	2	Renovación del Diploma Europeo	Foto (2)	Quadro (3)	Reportagem
06/03/2005	La ciudad deportiva del Sevilla FC amenaza el corredor del Riopudio	Provincia	Antonio Chamorro	19	1	Aljarafe	Mapa (1)	Quadro (2)	Reportagem
10/03/2005	Ecologistas denunciam un vertedero de plásticos en el limite del Par-	Provincia	x	20	--	Aznalcázar	x	x	nota

	que Natural								
11/03/2005	Merkamueble afirma que há perdido 6 millones	Provincia	EP	27	--	Conflicto territorial en el Aljarafe	x	Quadro (1)	notícia
13/03/2005	La Junta rechazó el plan especial de Merkamueble por deficiências técnicas	Sevilla	Trinidad Perdiguero	08/09	2	Urbanismo	Foto (1)	Quadro (1)	reportagem
15/03/2005	Detienen a un ladrón de obras de arte por robar en una iglesia	Provincia	Fernando Pérez Ávila	16	--	Sanlúcar la Mayor	Foto (1)	x	notícia
23/03/2005	Primavera en las marismas	Vivir en Sevilla	S.V.	14	1	Visitas a Doñana	Foto (1) Mapa (1)	Quadro (1)	reportagem
12/04/2005	Inventario fotográfico del Aljarafe	Vivir en Sevilla	S.V.	13	1	Banco de Imágenes de la naturaleza	Foto (8)	x	notícia
12/05/2005	Media provincia de Sevilla está en ruta hacia la aldea	Sevilla	Redacción	28	1	Camino de la aldea del Rocío	Mapa (1)	Quadro (1)	reportagem
14/05/2005	Por el Ajolí, Ojalá de los peregrinos	Sevilla	Francisco Correal	18/19	2	Camino de la aldea del Rocío	Foto (7)	x	Crônica
24/06/2005	El Aljarafe exige un Plan de ordenación que acabe con el desorden urbanístico	En portada	Antonio Chamorro	02/03	1	El colapso del área metropolitana	Foto (2)	Quadro (1)	reportagem
24/06/2005	Una comarca con un gran potencial empresarial	En portada	A.C.	03	--	El colapso del área metropolitana	x	Quadro (1)	notícia
24/06/2005	La plataforma cívica del Aljarafe	Opinión	x	04	--	Movilización social contra el caos urbanístico	x	x	Editorial
07/07/2005	La Junta autorizará el proyecto de Merkamueble	Provincia	Juan Carlos Blanco	22	1	Aljarafe	Mapa (1)	Quadro(1)	Reportagem
13/07/2005	Los rincones de la buena mesa	Vivir en Sevilla	Soledad Ortega	18	1	Ruta gastronômica del ALjarafe	Mapa(1)	Quadro (1)	Reportagem
10/08/2005	Tres dias de luto en Villamanrique por doña Esperanza de Borbón	Provincia	Redacción	14	1	Obituario	Foto (2)	Quadro (1)	Reportagem
12/08/2005	Doña esperanza es enterrada en Villamanrique con honores de Infanta	Sevilla	Fernando Pérez Ávila	10/11	2	Sepelio de la tia del rey	Foto (7)	Quadro (1)	notícia
29/08/2005	Por losvalores culturales y turísticos del Aljarafe	Vivir en Sevilla	Luís Nieto	18	--	En persona	Foto (1)	x	Nota
1º/10/2005	El caos territorial	Opinión	Colectivo universitario	07	--	Tribuna	Ilustração (1)	x	Artigo

15/10/2005	Día mundial de la mujer rural	Opinión	Isaías Pérez Saldaña	05	--	Tribuna	Foto (1) Ilustração (1)	x	Artigo de opinião
03/12/2005	La CHG cierra cinco pozos ilegales junto a Doñana	Provincia	Redacción	17	--	Analcázar	Foto (1)	x	Notícia
23/12/2005	Konecta invertirá 15 millones y creará 1.500 empleos en tres años	Provincia	Redacción	17	--	Bollullos	Foto (1)	x	Notícia
09/06/2006	La peregrinación al Rocío culmina com tres incendios en Doñana	Andalucia	Y. sánchez	28	--	Espacio protegido	Foto (1) Mapa (1)	Quadro (1)	Reportagem
22/07/2006	La Consejería de Cultura concluye la restauración de la Virgen de Cuatrovitas	Provincia	x	17	--	Bollullos de la Mitación	x	x	Notícia
30/07/2006	Cinco de los seis pueblos andaluces con mayor renta están en el Aljarafe	Provincia	Trinidad Perdiguero	20	--	Desarrollo local	Foto(1)	Quadro(1)	Reportagem
16/08/2006	De jaleadores a consultores agrarios	Economía	Juan Rubio	36	1	Agricultura	Foto (3)	Quadro (1)	reportagem
21/09/2006	La alcaldesa dice que el municipio crecerá 'sólo' un 400% con el PGOU	Provincia	Antonio Chamorro	17	--	Aznalcázar	Foto (1)	Quadro (1)	notícia
27/09/2006	El Gobierno baraja un tranvía en Doñana para proteger al lince	Andalucía	J.A.	32	--	Cuatro ejemplares muertos en accidentes este año	Foto (1)	Quadro (1)	notícia
22/10/2006	Miles de peregrinos acuden a Cuatrovitas	Provincia	Redacción	18	--	Bollullos de la Mitación	Foto (1)	x	Notícia
27/12/2006	Merkamueble abrirá las puertas del centro logístico en septiembre	Provincia	Redacción	17	--	Bollullos de la Mitación	x	Quadro (1)	Notícia
06/02/2007	El nuevo PGOU podría elevar la población hasta un 700%	Provincia	Antonio Chamorro	14	--	Bollullos de la Mitación	Foto (1)	Quadro (1)	Notícia
02/06/2007	El conocimiento de la calidad	Salud	Fátima Fernández	58	1	Agricultura ecológica	Foto (1)	Quadro (1)	Reportagem
17/08/2007	La Ley de Desarrollo Rural recibirá alegaciones en masa	Economía	José A. Cano Juan Rubio	36	1	Agricultura y medio ambiente	Foto (1)	Quadro (2)	reportagem
20/11/2007	Polémica por las ayudas sociales del Consistorio	Provincia	Trinidad Perdiguero	20	--	Huévar	Foto (1)	Quadro (1)	Notícia
04/08/2008	Esfuerzo del turismo rural por mantenerse en boga	Economía	Fátima Fernández	36	1	Turismo	Foto (1)	Quadro (1)	Notícia
10/08/2008	El Aljarafe y su desarrollo	Provincia	Francisco Lorilla Gordillo	17	--	Nuevo modelo	Foto (1) Ilustração	x	Artigo de opinião

							(1)		
02/03/2009	Más que una ciudad dormitorio	provincia	Trinidad Perdiguero	18/ 19	1	Las consecuencias del crecimiento urbano	Foto (1) Mapa (1)	x	Reportagem
04/09/2009	Pilas y su sector del mueble tapizado resisten a la crisis	Provincia	Reyes Rocha	18/ 19	2	Aquí	Foto (5)	Quadro (1)	Reportagem

Apêndice C – Mapeamento de matérias analisadas (fase F1) – *Diario de Sevilla*

Tipol.	Título	Critérios Noticiosos Primários	Critérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes
N	La nueva salida de la A-49 a Umbrete podría estar lista en primavera	Controvérsia	Notabilidade	Obra pública	Finalização de estrada	Prefeito de Umbrete;
N	Más críticas a la ausencia de estudios sobre el dragado del río	Controvérsia	Relevância	Ambiente	Conservação ambiental	Autoridade Portuária de Sevilha; Ministério do Meio Ambiente
Nt	La Ciudad del Sevilla sigue sin inversor	Dia noticioso	Proximidade	Economia	Investimento em obra	Porta-voz do PSOE;
N	El municipio se planta ante las bandas de delincuentes	Controvérsia	Inesperado;	Segurança Pública	Aumento na delinquência	Prefeitura de Isla Mayor; Prefeitura de La Puebla del Rio
Nt	Un nuevo centro asesorará a las iniciativas empresariales	Dia Noticioso	Proximidade	Empreendedorismo	Inauguração de centro de apoio a novos empresários	--
Nt	Detenido un especialista en saquear iglesias	Infração	Proximidade	Polícia	Ladrão é preso	--
R	Almensilla tendrá más viviendas que la zona Entrenúcleos de dos Hermanas	Relevância	Notabilidade	Urbanização	Crescimento urbano	Prefeito de Almensilla;
N	IU solicita la paralización del PGOU y la convocatoria de una consulta popular	Controvérsia	Relevância	Política	Convocatória de consulta popular	Prefeito de Almensilla; Representante do IU
R	Tres nuevas urbes junto a la ciudad consolidada	Relevância	Controvérsia	Urbanização	Crescimento urbano	Documentos oficiais
Nt	Desinfectan un colegio al declararse un caso de meningitis	Inesperado	Relevância	Saúde Pública	Criança contrai meningite em escola	Prefeitura de Bollullos de la Mitación; Assistente Social do município;
N	El Ayuntamiento destina ayudas a las víctimas del 'tsunami'	Inesperado	Atualidade	Sociedade	Auxílio à vítimas do tsunami	--
R	Boreal y Delta aspiran a construir la nueva ciudad de Sevilla en Bollullos	Relevância	Proximidade; Relevância	Urbanização	Investimento em polo esportivo	Empresa Boreal Conselheiro do Real Betis
Nt	Inaugurado el nuevo centro de salud en la calle Francisco Pacheco	Dia Noticioso	Proximidade; Relevância	Saúde pública	Inaugurado centro de saúde	Prefeitura de Umbrete
R	Doñana puede perder el Diploma	Inesperado	Relevância;	Ambiente	Parque nacional não	Entidades ambientalistas andalu-

	Europeo si no se revisa el proyecto del Puerto		Controvérsia		gerencia impacto ambiental	zas e europeias; Documentos oficiais
N	La Estación Biológica pide que se evite la retirada del Diploma a Doñana	Controvérsia	Atualidade; Relevância	Ambiente	Pedido para manter certificação ambiental	Estação Biológica de Doñana; Secretaria do Meio Ambiente; Documentos oficiais
R	Negocio y naturaleza, en armonía	Dia Noticioso	Notabilidade	Desenvolvimento sustentável	Empreendedorismo em Doñana	Família Hernandez Barrera, propietária da Veta La Palma
N	Bollullos anuncia un pacto por Merkamueble que Umbrete niega	Controvérsia	Proximidade	Economia	Instalação de fábrica	Prefeitura de Bollullos de La Mitación; Prefeitura de Umbrete; Proprietário da Merkamueble
N	La Guardia Civil esvía más agentes por tres denuncias de secuestro	Inesperado	Proximidade	Segurança Pública	Sequestros	Guarda Civil; Prefeitura de Sanlúcar La Mayor
N	La diputación insta a Bollullos y Umbrete a ceder en sus posturas	Controvérsia	Proximidade	Economia	Instalação de fábrica	Prefeitura de Bollullos de La Mitación; Prefeitura de Umbrete; Proprietário da Merkamueble
N	El alcaide no cederá al 'chantaje' de Umbrete	Controvérsia	Proximidade	Economia	Instalação de fábrica	Prefeitura de Bollullos de La Mitación; Prefeitura de Umbrete; Proprietário da Merkamueble
R	Una linde para la discordia	Controvérsia	Proximidade	Economia	Instalação de fábrica	Prefeitura de Bollullos de La Mitación; Prefeitura de Umbrete; Proprietário da Merkamueble
N	La empresa pide a la Junta que levante la suspensión	Controvérsia	Proximidade	Economia	Instalação de fábrica	Prefeitura de Bollullos de La Mitación; Prefeitura de Umbrete; Proprietário da Merkamueble
N	IU lleva al Parlamento sus críticas al PGOU del municipio	Controvérsia	Proximidade	Obras públicas	urbanização	Porta-voz do partido IU;
R	Sólo 15 de cada 100 vecinos del primer anillo del Aljarafe han nacido en la comarca	Dia Noticioso	Proximidade; Relevância	Sociedade	Baixo índice de população natural	Observatorio Económico de La Mancomunidad de Desarrollo y fomento del Aljarafe
R	El número de empadronados en los 31 municipios llega a los 306.100	Dia Noticioso	Proximidade; Relevância	Sociedade	Baixo índice de população natural	Observatorio Económico de La Mancomunidad de Desarrollo y fomento del Aljarafe
R	Ecologistas dicen que el PGOU va	Controvérsia	Proximidade;	Ambiente; urbani-	Plano de ocupação	ONG Ecologistas en acción;

	contra el plan de Doñana		Relevância	zação	urbana contradiz normas ecológicas	Legislação urbana de Doñana
R	Europa exige que se reduzca el impacto de la romería del Rocío sobre Doñana	Controvérsia	Relevância; Inesperado	Ambiente	Proteção ambiental	Documentação; Parque Nacional de Doñana; WWF/Adena;
R	La ciudad deportiva del Sevilla FC amenaza el corredor del Riopudío	Controvérsia	Inesperado; Relevância	Ambiente	Complexo esportivo ameaçaria espaço protegido	Confederación Hidrográfica del Guadalquivir; Delegación Provincial de Medio Ambiente; Prefeitura de Bollulos de La Mitación; Prefeitura de Almensilla;
N	Merkamueble afirma que há perdido 6 millones	Dia noticioso	Relevância	Economia	Fábrica perde com indecisão municipal	Presidente da empresa Merkamueble; Confederación de Empresarios de Andalucía
R	La Junta rechazó el plan especial de Merkamueble por deficiências técnicas	Controvérsia	Relevância; Notabilidade	Política	Junta desaprova planta de fábrica	Prefeitura de Bollulos de La Mitación; Prefeitura de Almensilla; Comisión Provincial de Ordenación del Territorio y Urbanismo;
N	Detienen a un ladrón de obras de arte por robar en una iglesia	Infração	Inesperado;	Polícia	Ladrão de obras de arte é preso	Guarda Civil
R	Primavera en las marismas	Dia noticioso	Proximidade	Ambiente	Visitas ao parque de Doñana	--
N	Inventario fotográfico del Aljarafe	Dia noticioso	Proximidade	Ambiente	Exposição fotográfica do Aljarafe	Mancomunida de Desarrollo Y Fomento del Aljarafe
R	Media provincia de Sevilla está en ruta hacia la aldea	Dia noticioso	Notabilidade; Relevância	Rocío	Rota da romaria	Dirección General de Tráfico; Confederación Hidrográfica del Guadalquivir; Junta de Sevilla
R	El Aljarafe exige un Plan de ordenación que acabe con el desorden urbanístico	Controvérsia	Relevância; Proximidade	Urbanização	Comarca exige medidas para frear a urbanização	Prefeitura de Almensilla; Forum Aljarafe Vivo; Asociación Empresarial del Aljarafe;
N	Una comarca con un gran potencial empresarial	Relevância	Atualidade	Desenvolvimento	Potencial empreendedor comarcal	Expert em planejamento urbano

E	La plataforma cívica del Aljarafe	Relevância	Atualidade	Desenvolvimento	Crecimiento desordenado do Aljarafe	--
R	La Junta autorizará el proyecto de Merkamueble	Controvérsia	Relevância; Notabilidade	Política	Junta desaprova planta de fábrica	Prefeitura de Bollulos de La Mitación; Prefeitura de Almensilla; Comisión Provincial de Ordenación del Territorio y Urbanismo;
R	Los rincones de la buena mesa	Día noticioso	Relevância; Notabilidade	Turismo e gastronomía	Rota gastronómica no Aljarafe	Mancomunida de Desarrollo Y Fomento del Aljarafe
R	Tres días de luto en Villamanrique por doña Esperanza de Borbón	Morte	Notoriedade do ator principal	Morte	Tia do rei será enterrada em Villamanrique	Prefeitura de Villamanrique de La Condesa
N	Doña esperanza es enterrada en Villamanrique con honores de Infanta	Morte	Notoriedade do ator principal	Morte	Tia do rei será enterrada em Villamanrique	Prefeitura de Villamanrique de La Condesa
AO	El caos territorial	Relevância	Notabilidade; Controvérsia	Urbanização	Crecimiento desordenado	Grupo Colectivo Universitario Naturaleza y Desarrollo
N	Konecta invertirá 15 millones y creará 1.500 empleos en tres años	Día Noticioso	Relevância	Investimentos	Empresa de telefonía instala-se em município	Grupo Konecta; Consejería de Empleo;
N	Merkamueble abrirá las puertas del centro logístico en septiembre	Relevância	Notabilidade; Controvérsia	Economía	Instalação de fábrica	Presidente da empresa Merkamueble; Prefeito de Umbrete
N	Miles de peregrinos acuden a Cuatrovías	Día noticioso	Notabilidade	Romaria	Esperado aumento no número de romeiros	Prefeitura de Bollulos de La Mitación; Hermandad de Cuatrovitas
N	Cinco de los seis pueblos andaluces com mayor renta están en el Aljarafe	Relevância	Notabilidade	Desenvolvimento local	Renda média da Comarca	Instituto Nacional de Estadística; Agencia Tributaria; Grupo Izquierda Unida en el Parlamento
Nt	La Consejería de Cultura concluye la restauración de la Virgen Cuatrovitas	Día Noticioso	--	Patrimônio	Restauração de imagem sacra	Instituto Andaluz do Patrimônio Histórico
N	Polémica por las ayudas seociales Del Consistorio	Infração	Controvérsia; Notoriedade do ator principal; Relevância;	Política	Uso indevido de verba pública	Prefeitura de Huévar; Vereadora da oposição; Conseheiro da oposição
N	El nuevo PGOU podría elevar la población hasta un 700%	Controvérsia	Relevância, Notabilidade	Urbanização	Crecimiento urbano	Asociación para da Defensa Del Territorio Del Aljarafe;

						Prefeito de Bollullos de La Mitación;
R	Esfuerzo Del turismo rural por mantenerse en boga	Dia Noticioso	Notabilidade	Turismo	Turismo rural na Andaluzia	Asociación de Turismo Rural; Red Andaluza de Alojamientos Rurales; Instituto Nacional de Estadística;
	El escaparate de Umbrete	Dia noticioso	Notabilidade; Relevância	Festa tradicional	Visibilidade de Umbrete	Conselheiro municipal de festas; Empresa Aceitunas Escamilla; Prefeito de Umbrete Diretor de Turismo da Província; Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de Umbrete 2 personagens
R	La peregrinación al Rocío culmina com tres incendios en Doñana	Inesperado	Notabilidade; Relevância	Incêndio no Parque de Doñana	Romaria é provável causa de incêndio	Consejería de Gobernación; Consejería Del Medio Ambiente; Prefeitura de Almonte
R	La invasión deseada de Umbrete	Dia noticioso	Notabilidade; Relevância	Festa tradicional	Visibilidade de Umbrete	4 personagens; Fundados da festa; Conselheira de governo;
R	Pilas y su sector de mueble tapizado resisten a lacrisis	Inesperado	Notabilidade	Economia	Investimento em indústrias sofás de Pilas	Asociación de Empresarios; Empresa Tapizados Majestic; Empresa Novagama
R	Más que una ciudad dormitorio	Relevância	Dia Noticioso	Crecimiento urbano	Resultado de estudio realizado por Adad	Adad Universidad de Sevilla Universidad de Córdoba Universidad Pablo Olavide
R	La ley de desarrollo rural recibirá allegaciones en masa	Inesperado	Relevância; Notabilidade	Desenvolvimento rural	Recursos à lei de desenvolvimento rural	Consejería de Agricultura; Prefeito de Utrera; Prefeita de Lebrija; Junta de Andalucía; Consistorio de Morón de La Frontera
AO	El aljarafe y su desarrollo	Controvérsia	Not. do ator principal	Urbanização	Desenvolvimento e urbanização	Francisco Gordillo, Arquitecto urbanista e sociólogo

Apêndice D – Quadro de matérias Revista Adad -

Edição	Data	Seção	Título	Cartola	Imagem	Classificação
09	Junho/2008	Editorial	Comprometidos con la igualdad	-	Fotografia	Texto opinativo
09	Junho/2008	Entrevista	María del Carmen García Romero: presidenta de La asociación de mujeres empresarias del Aljarafe y Doñana (AMEDALYD)	Entrevista	Fotografia	Entrevista
09	Junho/2008	Plan Estratégico	Presentado el plan estratégico Aljarafe-Doñana, una apuesta por el desarrollo comarcal	Proyecto Nera	Fotografia (4) Boxes (2)	Notícia
09	Junho/2008	Leader +	Asociacionismo empresarial femenino	Proyectos 2007	Ilustração (1)	Nota
			Más soterramiento de contenedores		Fotografia (1)	Nota
			Nuevos alojamientos rurales		Fotografia (1)	Nota
			Ocio alternativo juvenil		Fotografia (2)	Nota
			Artesanía y turismo rural		Fotografia (2)	Nota
			Formación en liderazgo femenino		Fotografia (2)	Nota
09	Junho/2008	Género y juventud	Protocolo en igualdad de oportunidades	Genero y juventud	Fotografia (1)	Notícia
			La asamblea de jóvenes analiza la situación de la participación juvenil em la comarca		Fotografia (1) Box (1)	Notícia
			Adad impulsona la creación de uma red de mujeres políticas em la comarca		Fotografia (1)	Notícia
			Más de 2400 escolares han participado em el juego ‘Andalucía Interactiva’		Fotografia (2)	Notícia
			Presentado el I plan comarcal de la juventud		--	Notícia
09	Junho/2008	Cooperación	Formación en ornitología	Cooperación	Fotografia (1)	Notícia
			Aljarafe-Doñana acoge um nuevo encuentro reto		Fotografia (1)	Nota
			Educación ambiental em las aulas		Ilustração (1)	Notícia
			Nuevos pobladores		Fotografia (1) Box (1)	Notícia
			Mujer rural		-	NOta
			Observatorio virtual de Género		Ilustração (1)	Nota
09	Junho/2008	Otras noticias	La asamblea general aprueba la gestión de Adad	Otras noticias	Fotografia (1)	Notícia
			Jóvenes de la comarca recorren Isla Mayor		Fotografia (1)	Notícia
			Adad, modelo de desarrollo rural para Polonia		Fotografia (1)	Notícia
			Escamilla Sat a la cabeza em innovación		Fotografia (1)	Notícia
			Presentación de Amedalyd em Pilas		Fotografia (1)	Nota
			Análisis turístico del ámbito de Doñana		Fotografia (1)	Nota
09	Junho/2008	La firma	Doñana: conservación y desarrollo sostenible	La firma	Fotografia (2)	Artigo opinativo
09	Junho/2008	Empresa	Alojamientos turísticos que cautivan	Turismo rural	Fotografia (6)	Reportagem

					Box (1)	
10	Dezembro/2008	Editorial	Editorial	Editorial	Fotografía (1)	Editorial
10	Dezembro/2008	Entrevista	José Luis Sánchez Teruel: diretor geral de desenvolvimento sustentável no meio rural	Entrevista	Fotografía (2)	Entrevista
10	Dezembro/2008	Nueva imagen	Adad estrena nueva imagen	Nueva imagen	Ilustração (1)	Notícia
10	Dezembro/2008	Plan estratégico	El consejero de agricultura entrega el plan estratégico Aljarafe-Doñana	Plan estratégico-Nera	Fotografía (4)	Notícia
			Paco Murcia, um alcalde comprometido com la comarca		Ilustração (1)	
			Mejora de la calidad de vida		Fotografía (1)	
			Turismo, economía local y TIC		Fotografai (1)	
			Agricultura y medio ambiente		Fotografía (1)	
10	Dezembro/2008	Grupo de Cooperación	Formación e infraestructuras para el desarrollo rural	Nuevos territorios	Fotografía (2)	Notícia
			Mirador y pasarela en el corredor verde (Sanlúcar la Mayor)		Fotografía (1)	
			Herramientas de comunicación		Ilustrações (6)	
			Friburgo, um ejemplo para el medio rural andaluz		Fotografias (6)	
10	Dezembro/2008	Educación Ambiental	Campaña escolar contra la contaminación y el cambio climático	Cambio climático	Fotografía (4)	Notícia
					Ilustração (1)	
10	Dezembro/2008	Acciones conjuntas	Aljarafe-Doñana: um paraíso para las energías renovables	Energías alternativas	Fotografía (2)	Notícia
			El aula contra el fuego “deja huella” entre los escolares	Cooperación	Fotografía (4)	
			Observatorio de género y mujer rural		Ilustração (1)	
			Presentación del proyecto “integración de nuevos pobladores”		Fotografía (1)	
					Fotografía (2)	Notícia
10	Dezembro/2008	Turismo ornitológico	Cierre del proyecto “desarrollo de turismo ornitológico em espacios naturales”	Turismo ornitológico	Fotografía (1)	Nota
			Adad participa em unas jornadas sobre medioambiente y turismo rural em el parque natural Sierra de Cardena y Montoro		Fotografía (1)	
			La revista “Destino Rural” reconoce el valor ornitológico de Aljarafe-Doñana		Ilustração (1)	
			Adad fomenta la creación de empresas de base natural		Fotografía (1)	
			Finaliza el curso de guías de naturaleza expertos em ornitología		Fotografía (1)	
			Adad em la feria internacional de aves de Tarifa		--	
			Touropedores europeos visitan los espacios naturales de la comarca		Fotografía (1)	
10	Dezembro/2008	Género y	Balance positivo del trabajo en red	Género y juven-	Fotografía (1)	Nota

	bro/2008	juventud	Mesa redonda sobre liderazgo y empoderamiento de olivares	tud	Fotografía (1)	Notícia
			Cierre del programa de juventud em Umbrete		Fotografía (1)	Nota
			Ocio alternativo em uma fiesta joven comarcal organizada por Ada em Aznacázar		Fotografía (4)	Nota
10	Dezembro/2008	Otras noticias	Um estúdio de Adad y la Fundación Doñana 21 aporta soluciones viables para minimizar el impacto de los residuos del aderezo	Otras noticias	Fotografía (2)	Notícia
			Adad se prepara para concurrir a la selección de los GDR Andaluces		Fotografía (1)	Nota
10	Dezembro/2008	Emprendedores	Escombros que cotizan al alza	Emprendedores	Fotografía (7) Box (1)	Reportagem
11	Junho/2009	Editorial	Editorial	Editorial	Fotografía (1)	Editorial
11	Junho/2009	Entrevista	Paloma López Izquierdo: subdirectora geral de igualdade e modernização do Ministério do Meio Ambiente, Meio Rural e Marinho	Entrevista	Fotografía (2)	Entrevista
11	Junho/2009	FICODER	Encarte sobre a participação da Adad na “IFeria Internacional de Cooperación al Desarrollo Rural”	Cooperación	Fotografía (17) Ilustrações (6)	Notas
11	Junho/2009	La firma	El Guadarquivir como activo turístico	La firma	Fotografía (1)	Artigo opinativo
11	Junho/2009	Género	Las políticas de igualdad deben plantearse desde la diversidad y la heterogeneidad, según um estúdio de Adad	Investigación	Fotografía (2)	Notícia
11	Junho/2009	Nuevo Consejo Territorial	Adad ES reconocida por la consejería de agricultura como grupo de desarrollo rural	Adad	Fotografía (1)	Notícia
			Constituido el consejo territorial de Adad		Quadro (1)	Notícia
11	Junho/2009	Adad, modelo de desarrollo	Adad, modelo de desarrollo para Centroamérica	Adad, modelo de desarrollo	Fotografía (3)	Notícia
11	Junho/2009	Otras noticias	La directoria general de sostenibilidad de la Renpa visito el stand de Adad	Otras noticias	Fotografía (1)	Notícia
			Adad participa em Lérida em unas jornadas sobre cooperación del Marm		--	Notícia
			Dos proyectos de Adad destacados em uma publicación del Marm		Ilustração (1)	Notícia
11	Junho/2009	Reflexiones	Distancia versus esperanza	Reflexiones	Fotografía (1)	Artigo opinativo
11	Junho/2009	Emprendedores	La miel de mil flores made in Doñana	Apicultura ecológica del Aljarafe	Fotografía (2)	Reportagem
12	Dezembro/2009	Editorial	Editorial	Editorial	Fotografía (1)	Editorial

12	Dezembro/2009	Entrevista	Blas Berzal Cáceres: presidente da Coordenação para o desenvolvimento integral do Nordeste de Segóvia	Entrevista	Fotografia (2)	Entrevista
12	Dezembro/2009	Renovables em clave de juego	Adad há organizado em Huévar varias actividades para sensibilizar a lós más pequeños sobre la importancia de las renovables y los hábitos sostenibles de uso energético	Cooperación	Fotografia (6)	Notícia
12	Dezembro/2009	PAG 2009-2015	La ventanilla empresarial y de proyectos de Ada vuelve a abrir con una asignación económica inicial de 4,6 millones	PAG 2009-2015	Fotografia (3)	Reportagem
12	Dezembro/2009	Ornitología y d. sostenible	Ornitología y desarrollo sostenible echa a volar	Ornitología y d. sostenible	Fotografia (3)	Reportagem
			Encuentro sobre patrimonio natural y desarrollo		Fotografia (1)	Nota
12	Dezembro/2009	Especial Comunicación	Proyecto de comunicación Nueva Era Rural	---	---	Encarte especial
			Ampliando fronteras: Era Rural Comunicación	--	Fotografia (1)	Artigo opinativo
			Apostar por ló nuestro no ES noticia. Contarlo, sí	---	Ilustração (1)	Artigo opinativo
			Comunicadores Y GDR's debatieron sobre las cercanias y distancias entre el mundo rural y lós medios	--	Fotografia (10)	Reportagem
12	Dezembro/2009	Asociaciones	Afan XXI – Asociación Feminista Andaluza para el siglo XXI	Asociaciones	Fotografia (6)	Reportagem
12	Dezembro/2009	Género	Los mitos y trampas del amor	Género	Fotografia (1)	Notícia
			Adad pone voz a las mujeres del médio rural		Fotografia (5)	Reportagem
			Adad reivindica el papel de la emprendedora rural		Fotografia (1)	Notícia
12	Dezembro/2009	Turismo	Consejería de Turismo aprueba estrategia de la comarca	Turismo	Fotografia (1)	Notícia
			Jornadas de turismo de calidad em Bollullos de la Mitación	Turismo	Fotografia (1)	Notícia
12	Dezembro/2009	La firma	Comunicación para la sostenibilidad	La firma	Fotografia (3) Ilustração (1)	Artigo
12	Dezembro/2009	Otras noticias	Aeromodelismo em pilas	Otras noticias	Fotografia (1)	Notícia
			Formación para el empleo		Fotografia (1)	Notícia
12	Dezembro/2009	Emprendedores	Calidad y formalidad	La firma	Fotografia (6)	Reportagem

Apêndice E – Mapeamento de matérias noticiosas analisadas da Revista *Adad* (SE1)

Tipologia	Título	Crítérios Noticiosos Primários	Crítérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes
Editorial	Comprometidos con la igualdad	Relevância	Notoriedade do ator principal	Desenvolvimento em Aljarafe-Doñana	Busca da valorização feminina	Alfredo Florencio Calderón, Gerente da Adad
Notícia	Presentado el plan estratégico Aljarafe-Doñana, una apuesta por el desarrollo comarcal	Atualidade	Relevância	Desenvolvimento em Aljarafe-Doñana	Apresentação do plano de ações estratégicas 2007-2013	Documentos (Nera); Prefeito de Benacazón (Diego Sánchez); Presidente de Adad (Rafael Moreno Segura)
Nota	Nuevos alojamientos rurales	Atualidade	Relevância	Investimento em turismo rural	Criação de infraestrutura	Documentos (Nera);
Nota	Artesanía y turismo rural	Atualidade	Relevância	Investimento em turismo e artesanato	Valorização do potencial cultural	Documentos (Nera)
Notícia	Formación en ornitología	Atualidade	Relevância	Natureza	Valorização da ornitologia em Doñana	Presidente de Adad (Rafael Moreno Segura); Prefeita de Aznalcázar (Dolores Escalona)
Notícia	Educación ambiental em las aulas	Atualidade	Relevância	Educação ambiental	Valorização do ambiente	Documentos; participação no evento
Nota	Análisis turístico del ámbito de Doñana	Relevância	proximidade	Turismo em Doñana	Valorização da ornitologia	Técnicos de Adad; Documentação sobre os estudos realizados
Reportagem	Alojamientos turísticos que cautivan	Notabilidade	Proximidade	Turismo rural	Valorização da ruralidade	Jesús Lopez (proprietário da fazenda); Documentos (Nera);
Entrevista	José Luis Sánchez Teruel: diretor geral de desenvolvimento sustentável no meio rural	Relevância	Notoriedade do ator principal	Políticas de fomento	Desenvolvimento sustentável do meio rural	José Luis Sánchez Teruel: diretor geral de desenvolvimento sustentável no meio rural
Notícia	Adad estrena nueva imagen	Relevância	Notabilidade	Nova imagem institucional	Nova imagem institucional	Documentos institucionais
Notícia	Mejora de la calidad de vida	Atualidade	Relevância	Cultura	Valorização do património cultural	Participação em evento

Notícia	Turismo, economia local y TIC	Atualidade	Relevância	Valorização de recursos	Agregar valor ao patrimônio local	Participação em evento
Nota	Mirador y pasarela en el corredor verde (Sanlúcar la Mayor)	Atualidade	Relevância. Proximidade	Ações dos GDR	Valorização do ambiente	Adad e GDR Corredor de La Plata
Nota	Herramientas de comunicación	Atualidade	Relevância	Comunicação	Produtos publicados pelos GDR	Documentos
Notícia	Presentación del proyecto “integración de nuevos pobladores”	Atualidade	Relevância, Proximidade	Estudos urbanos	Apresentação de estudo	José Luis Sánchez Teruel: diretor geral de desenvolvimento sustentável no meio rural; Presidente de Adad (Rafael Moreno Segura); Jorge Benavides Solís (professor); Jaavier Escalera Reyes (pesquisador)
Notícias	La revista “Destino Rural” reconoce el valor ornitológico de Aljarafe-Doñana	Notoriedade do ator principal	Relevância	Reconhecimento da comarca	Importância do turismo ornitológico	Revista Destino Rural
Editorial	Editorial	Relevância	Atualidade	Papel do GDR	Direcionamentos das políticas europeias de fomento	Presidente de Adad (Rafael Moreno Segura)
Nota	Dinamización turística	Relevância	Proximidade	Turismo	Importância do turismo	(documentos)
Notícia	Constituido el consejo territorial de Adad	Relevância	Proximidade	Política	Criação do Conselho territorial da Adad	Participação no evento; documentos
Editorial	Editorial	Relevância	Atualidade	Estratégias de desenvolvimento	Novo plano estratégico comarcal	Presidente de Adad (Rafael Moreno Segura)
Entrevista	Blas Berzal Cáceres: presidente da Coordenação para o desenvolvimento integral do Nordeste de Segóvia	Relevância	Notoriedade do ator principal	Comunicação	Papel da comunicação no meio rural	Blas Berzal Cáceres: presidente da Coordenação para o desenvolvimento integral do Nordeste de Segóvia
Nota	Encuentro sobre patrimonio natural y desarrollo	Atualidade	Relevância	Desenvolvimento	Importância do patrimônio natural	Presença no evento
Artigo	Ampliando fronteras: Era Rural	Atualidade	Relevância	Comunicação	Papel da comuni-	Maria Paz Pámpano (auto-

	Comunicación				cação no meio rural	ra)
Reportagem	Comunicadores Y GDR's debati- eron sobre las cercanias y distan- cias entre el mundo rural y lós medios	Atualidade	Relevância	Comunicação	Papel da comuni- cação no meio rural	José Maria Montero (dire- tor do programa de televi- são Espacio Protegido - Canal Sur); Paloma López-Izquierdo (Marm); Maria del Mar Martin (gerente do Codinse); Ricardo Gamaza (asesor) Antonio Morente (redato- chefe do Correio da Anda- luzia); Óscar López (Onda Cero Sevilla); Javier Rico (periodista); Quiliano Jaraiz (Asaja);
Artigo	Apostar por ló nuestro no ES noticia. Contarlo, sí	Atualidade	Relevância	Comunicação	Papel da comuni- cação no meio rural	Júlio César Izquierdo (autor)
Artigo	Comunicación para la sostenibi- lidad	Atualidade	Relevância	Comunicação e desenvolvimento	Desenvolvimento sustentável	Jaime Quintero Balbuena (autor)

Apêndice F – Mapeamento de matérias da Revista *Tierra Sur* (ME1)

Edição	Data	Seção	Título	Cartola	Imagem	Classificação
06	Inverno/2000	Comarcas	Olivos, pinos y arrozales	Aljarafe-Doñana	Fotografia(3)	Reportagem
35	Verão/2009	Editorial	Estrategias pendientes de evaluación	Editorial	--	Editorial
35	Verão/2009	Noticias	Abre las puertas el Centro de Interpretación “Los Vigías” em Cañete la Real	Noticias	Fotografia (1)	Notícia
			Adad Subvenciona la creación de la primera empresa de apicultura ecológica de la comarca		Fotografia (1)	Notícia
			ARA se entrevista com la titular de agricultura de la Junta de Andalucía	--	Fotografia (1)	Notícia
			Jornadas de Coordinación de los GDR	--	Fotografia (1)	Notícia
			ARA propone a la Consejería de Vivienda trabajar por la sostenibilidad urbanística	--	Fotografia (3)	Notícia
			Acuerdo de colaboración entre ARA y la Consejería de Medio Ambiente	--	---	Notícia
			Simposium internacional sobre Sostenibilidad Rural	--	--	Notícia
I Foro Internacional de Cooperación de Desarrollo Rural (Ficoder)	--	Fotografia (3)	Notícia			
35	Verão/2009	Entrevista	Clara Aguilera (Consejera de Agricultura y Pesca)	Entrevista	Fotografia (2)	Entrevista
35	Verão/2009	Comarcas	Comarca Nororiental de Málaga: Corazón de Andalucía	Comarcas	Fotografia (5)	Reportagem
			Campaña Sur: Tradición y nuevas tecnologías		Fotografias (6)	Reportagem
35	Verão/2009	Documentos	Gestão da água	Cdar	Fotografias (11)	Dossiê (compêndio de artigos especializados)
35	Verão/2009	Experiencias	Patrimonio hidráulico del Valle del Guadalhorce: um territoria nascido del agua	Experiencias	Fotografia (4)	Reportagem
			Aceitunas Escamilla: aderezo sin residuos		Fotografia (6)	Reportagem
			Red patrimonio Guadalteba		Fotografia (3)	Reportagem
35	Verão/2009	Neorrurales	Nieves Luque Ruiz: enamorada de los Pedroches	Neorrurales	Fotografia (2)	Reportagem
36	Outono/2009	Editorial	Reloj em marcha	Editorial	--	Editorial
36	Outono/2009	Noticias	El día de ma mujer rural em Andalucía	Noticias	Fotografia (7)	Reportagem
			Los Grupos reciben las primeras ayudas	--	Fotografia (9)	Notícia
			Uma delegación de Sri Lanka, em Andalucía para cono-	--	--	Notícia

			cer su desarrollo			
			IX edición de Tierra Adentro	--	--	Notícia
			Aguilera subraya la aportación de la política rural a la cohesión territorial	--	Fotografía (1)	Notícia)
			Los Príncipes de Asturias sorprenden a los alcaldes com su conocimiento sobre el médio rural	--	Fotografía (1)	Notícia
			Almargen abre el Centro de Interpretación Tartessos	--	Fotografía (1)	Notícia
36	Outono/2009	Comarcas	Cuenca Minera de Riotinto: um rumbo nuevo y esperanzador	Comarcas	Fotografía (7)	Reportagem
			Costa Noroeste de Cádiz: bendecida por el Guadalquivir		Fotografía (9)	Reportagem
36	Outono/2009	Entrevista	Isabel Aguilera (Directora General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural)	Entrevista	Fotografía (2)	Entrevista
36	Outono/2009	Documentos	Ordenación del territorio	Cdar	Fotografía (20)	Dossiê (compêndio de artigos especializados)
			Diagnóstico conceptual y normativo de los paisajes agrarios de Andalucía		Fotografía (3)	Artigo
37	Inverno/2009	Editorial	Proyectos innovadores, viables y de interes local	Editorial	--	Editorial
37	Inverno/2009	Noticias	La ley del olivar aumentará la competitividad	---	---	Notícia
			Poblado Nazarí de la Serranía de Ronda, premio Andanatura al Desarrollo Sostenible	--	Fotografía (1)	Notícia
			Jornadas de coordinación com los grupod de desarrollo rural em Antequera	---	Fotografía (2)	Notícia
			Jornadas Andalucía ante da reforma de la PAC	---	Fotografía (1)	Notícia
			Clausura del proyecto Parque Cultural para la recuperación del patrimonio histórico y natural	--	Fotografía (1)	Notícia
			Las queserías artesanales, um de las agroindustrias más singulares	--	--	Notícia
37	Inverno/2009	Comarcas	Levante Almeriense	Almería	Fotografía (8)	Reportagem
			Los Vélez		Fotografía (7) Quadro (3)	Reportagem
			Fiabres Alhamilla		Fotografía (7)	Reportagem
			Alpujarra Sierra Nevada de Almería		Fotografía (7)	Reportagem
			Vale del Almanzora		Fotografía (6)	Reportagem
37	Inverno/2009	Documentos	Aceite de oliva	Cdar	Fotografía (22)	Dossiê (compêndio de artigos especializados)

37	Inverno/2009	Entrevista	Fermín Rodríguez Jiménez (Propietario de Aceites Vizcántar)	Entrevista	Fotografía (3)	Entrevista
37	Inverno/2009	Opinión	Desarrollo rural em Andalucía: vertebración... y creación de empleo	Opinión	---	Artigo
37	Inverno/2009	Experiencias	Camping Sierra de María: el emplazamiento como valor diferencial	Experiencias	Fotografía (9)	Reportagem
38	Primavera/2010	Editorial	Plan anticrisis para el medio rural	Editorial	--	Editorial
38	Primavera/2010	Noticias	La Aloreña de Málaga triunfa em su primera Alimentaria com Denominación de Origen	Noticias	Fotografía (1)	Notícia
			Encuentro de ARA y la Red Polaca de desarrollo rural	---	Fotografía (1)	Notícia
			Red andaluza de colaboración de mujeres rurales y urbanas	---	Fotografía (1)	Notícia
			Líder-A, la nueva marca de las políticas de los GDR	---	Fotografía(4)	Notícia
38	Primavera/2010	Comarcas	Cádiz	Comarcas	Fotografía(31)	Reportagem
38	Primavera/2010	Documentos	Jamón Ibérico	Cdar	Fotografias (19)	Dossiê (compêndio de artigos especializados)
38	Primavera/2010	Entrevista	Antonio Rodriguez Barberán (Propietario de Ibericos ARO)	Entrevista	Fotografía (3)	Entrevista
38	Primavera/2010	Experiencias	Dehesa: modelo de desarrollo sostenible	Experiencia	Fotografía (6)	Reportagem
			Turismo Subbética Cordobesa: descansar em tierra de olivos		Fotografía (5)	Reportagem

Apêndice G – Seleção de matérias da Revista *Tierra Sur* (SE1)

Tipologia	Título	Critérios Noticiosos Primários	Critérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes
Reportagem	Olivos, pinos y arrozales	Relevância	Proximidade	Comarca de A-D	Território	Documentos
Notícia	Adad Subvenciona la creación de la primera empresa de apicultura ecológica de la comarca	Relevância	Notabilidade	Adad	Apicultura ecológica	Antonio Salas (apicultores)
Entrevista	Clara Aguilera (Consejera de Agricultura y Pesca)	Relevância	Notoriedade do ator principal	Desenvolvimento rural	Políticas para o setor	Clara Aguilera
Editorial	Reloj em marcha	Atualidade	Relevância	Comunicação	Assessorias	Documentos
Notícia	Aguilera subraya la aportación de la política rural a la cohesión territorial	Atualidade	Relevância	Políticas de desenvolvimento	Investimentos	Clara Aguilera
Entrevista	Isabel Aguilera (Directora General de Desarrollo Sostenible del Medio Rural)	Relevância	Notoriedade do ator principal	Políticas de desenvolvimento	Desenvolvimento rural	Isabel Aguilera Ordenaci
Artigo	Diagnóstico conceptual y normativo de los paisajes agrários de Andalucía	Relevância	Proximidade	Paisagens agrícolas	Valorização do património	Documentos; Estudos
Notícia	La ley del olivar aumentará la competitividad	Atualidade	Relevância	Valorização do património cultural	Lei da oliva	Clara Aguilera (Consejera de Agricultura y Pesca); Documentos
Notícia	Clausura del proyecto Parque Cultural para la recuperación del patrimonio histórico y natural	Atualidade	Relevância	Valorização do património	cultura	Isabel Aguilera
Notícia	Las queserías artesanales, um de las agroindustrias más singulares	Atualidade	Relevância	Valorização do património	Cultura	Clara Aguilera
Artigo	Desarrollo rural em Andalucía: vertebración... y creación de empleo	Relevância	Notoriedade do ator principal	Desenvolvimento na Andaluzia	Planos de desenvolvimento	Documentos
Reportagem	Camping Sierra de María: el emplazamiento como valor diferencial	Relevância	Proximidade	Património ecológico	Desenvolvimento sustentável	Mercedes García Fornieles (proprietária); Documentos
Notícia	Líder-A, la nueva marca de las políticas de los GDR	Atualidade	Relevância	Políticas dês.	Novo p. dês.	Clara Aguilera; Presidente ARA;

Apêndice H – Quadro de matérias do jornal Diário de Santa Maria

Data	Título	Seção	Cartola	Imagem	Classificação
02/02/2010	Feriado e procissão para Nossa Senhora	Região	Religião	Foto (1)	Notícia
02/02/2010	Socorro para a ERS-348	Região	Trânsito	Foto (1)	Notícia
04/02/2010	Contra a fúria das águas, a fé	Região	---	Foto (1)	Chamada de capa
04/02/2010	Espetáculo de luz e fé	Região	Religião	Foto (1)	Reportagem
05/02/2010	Até quando vamos ficar sem a ponte?	Chuvas	Um mês sem a ponte do Jacuí	Foto (1)	Chamada de capa
05/02/2010	Um mês sem ponte	Região	Tragédia	Foto (1)	Notícia
06/02/2010	A conta que a ponte deixa	Chuvas	32 dias sem a ponte do Jacuí	Foto (1)	Chamada de capa
06/02/2010	Ônibus cai em ribanceira	Região	Faxinal	----	Nota
06/02/2010	Sem ponte, balsa é a alternativa	Especial	----	----	Notícia
06/02/2010	Viajar virou uma aventura	Região	Tragédia	Foto (1)	Reportagem
06/02/2010	Ficou mais difícil cuidar da lavoura	Região	Tragédia	----	Notícia
06/02/2010	Estabelecimentos À míngua	Região	Tragédia	---	Notícia
06/02/2010	A economia pede socorro	Região	Tragédia	----	Notícia
06/02/2010	Perdas humanas	Região	Tragédia	Foto (1)	Reportagem
08/02/2010	Fiéis saúdam navegantes	Região	Procissão	Foto (1)	Nota
09/02/2010	Estrada alternativa entre Dona Francisca e Agudo segue liberada	Região	Ponte do Jacuí	----	Nota
12/02/2010	A hora em que a ponte caiu	Flagrante	---	Foto (2)	Chamada de capa
12/02/2010	Máquinas na ERS-348	Região	Estradas	Foto (1)	Notícia
12/02/2010	Boeck estava registrando a cheia no rio	Região	Tragédia	---	Reportagem
12/02/2010	Uma imagem que choca	Região	Tragédia	Foto (1)	Reportagem
13/02/2010	Tragédia no Jacuí	---	----	Foto (3)	Chamada de capa
13/02/2010	À espera de você	Região	Verão	Foto (2)	Reportagem
13/02/2010	Festa na gruta	Região	Polêsine	----	Nota
13/02/2010	Agudo faz aniversário na terça-feira	Região	----	----	Nota
20/02/2010	Faxinal do Soturno	Região	---	---	Nota
20/02/2010	Começa obra da balsa	Região	Infraestrutura	Foto (1)	Notícia
25/02/2010	Acidente fecha rodovia	Região	São João do	Foto (1)	Chamada de

			Polêsine		capa
25/02/2010	Ponte de ferro é retirada	Região	Infraestrutura	Foto (1)	Notícia
25/02/2010	História de fé restaurada	Cotidiano	---	Foto (1)	Notícia
26/02/2010	Prefeitos da região se reúnem com Yeda	Região	Estado	--	Nota
27/02/2010	Limite de peso na ponte	Geral	Transportes	--	Nota
02/03/2010	Perigo no caminho do colégio	Região	Rede Estadual	Foto (1)	Chamada de capa
02/03/2010	Trabalhos pelo acesso à balsa	Região	Quarta Colônia	Foto (1)	Notícia

Apêndice I – Mapeamento dos valores-notícia do jornal Diário de Santa Maria (F1)

Tipologia	Título	Crítérios Noticiosos Primários	Crítérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes
Notícia	Feriado e procissão para Nossa Senhora	Dia noticioso	Proximidade	Religião	Procissões na Quarta Colônia	--
Notícia	Socorro para a ERS-348	Relevância	Proximidade	Infraestrutura	Situação sem a ponte	- Helio Hoffmann, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Agudo; - Lauri Klein, secretário interino de obras de Agudo;
Reportagem	Espectáculo de luz e fé	Dia noticioso	Proximidade	Religião	Procissão	- Teresinha Cassol, pensionista; - Jane Martini, comerciária; - Carmem Shiffelbein, dona de casa; -
Notícia	Um mês sem ponte	Dia noticioso	Proximidade	Infraestrutura	Situação sem a ponte	- Daniel Andrade, secretário estadual de Infraestrutura e logística; - Gilberto Cunha, Superintendente de Portos e Hidrovias;
Nota	Ônibus cai em ribanceira	Inesperado	Proximidade	Trânsito	Acidente	---
Notícia	Sem ponte, balsa é a alternativa	Relevância	Proximidade	Infraestrutura	Construção da nova ponte	- Gilberto Cunha, Superintendente de Portos e Hidrovias; - Prefeituras de Agudo e Restinga Seca; - Secretaria Estadual de Infraestrutura e Logística;
Reportagem	Viajar virou uma aventura	Relevância	Proximidade	Trânsito	Deslocamento sem a ponte	- Fabrício Maffini, gerente de empresa de ônibus;
Notícia	Ficou mais difícil cuidar da lavoura	Relevância	Proximidade	Economia	Deslocamento sem a ponte	- Luiz Roberto Langbecker, agricultor; - Anivia Langbecker, agricultora; - Maika Cristina, estudante; - Helio Hoffmann, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Agudo;
Notícia	Estabelecimentos à míngua	Relevância	Proximidade	Economia	Prejuízos para o comércio e serviços da Quarta Colônia	- Alexandre Fuzer, empresário; - Joel Fischer, empresário;
Notícia	A economia pede	Relevância	Proximidade	Economia	Prejuízos para o	- Carlos Alberto Spiegelberg, presidente

	socorro				comércio e serviços da Quarta Colônia	da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Agudo (Acisa); - Marion Silva de Oliveira, empresário; - Aldemar Rhode, empresário; - Saul Gomes, empresário; - Marcelo Becker, empresário;
Reportagem	Perdas humanas	Morte	Inesperado, proximidade	Tragédia	Queda da ponte do Jacuí	- Ildo Ivo Dumke, agricultor; - Ilda Dumke Beskow, irmã do agricultor;
Nota	Fiéis saúdam navegantes	Dia noticioso	Proximidade	Religião	Procissão	- Organizadores da procissão
Nota	Estrada alternativa entre Dona Francisca e Agudo segue liberada	Relevância	Proximidade	Trânsito	Situação de estrada	- Lauri Klein, secretário interino de obras de Agudo;
Notícia	Máquinas na ERS-348	Relevância	Proximidade	Infraestrutura rodoviária	Reconstrução de ponte	- DAER; - Sérgio Coelho Silva, Diretor de Operações da Brasília-Guaíba; - Gilberto Cunha, Superintendente de Portos e Hidrovias;
Reportagem	Boeck estava registrando a cheia no rio	Morte	Inesperado	Tragédia	Acidente na ponte do Jacuí	----
Reportagem	Uma imagem que choca	Inesperado	Proximidade	Tragédia	Acidente na ponte do Jacuí	- Vanderlei Hoppe, Marcelo Hoppe e Marciano Hoppe, funcionários de empresa de análise de solos;
Reportagem	À espera de você	Relevância	Proximidade	Veraneio	Situação dos balneários da região	- Argileu Tomasi, arrendatário do balneário do rio Soturno; - Cleiton leite, marceneiro; - Nilton Beladona, coordenador do balneário Passo das Tunas; - Milena Marcante dos Santos, veranista;
Nota	Festa na gruta	Dia noticioso	Proximidade	Religião	Festa religiosa	-----
Nota	Agudo faz aniversário na terça-feira	Dia noticioso	Proximidade	Ato solene	Aniversário de Agudo	Prefeitura de Agudo
Nota	Faxinal do Soturno	Dia noticioso	Proximidade	Religião	Festa religiosa	----

Notícia	Começa obra da balsa	Relevância	Proximidade	Infraestrutura rodoviária	Chegada da balsa	- Gilberto Cunha, Superintendente de Portos e Hidrovias; - Adroaldo da Silva Couto, Diretor-Presidente da Naval Couto; - Prefeitura de Agudo;
Notícia	Ponte de ferro é retirada	Relevância	Proximidade	Trânsito	Remoção de ponte de ferro	- Empresa Brasília-Guarba
Notícia	História de fé restaurada	Relevância	Proximidade	Religião	Restauração de igreja	- Moacyr Pozzebon, tesoureiro da Associação Comunitária de Preservação do Patrimônio Cultural, Artístico e Religioso de São João do Polêsine; - Fiorelo Francisco Bisognin, agricultor;
Nota	Prefeitos da região se reúnem com Yeda	Relevância	Proximidade	Política	Reunião com a Governadora	-----
Nota	Limite de peso na ponte	Relevância	Proximidade	Trânsito	Delimitação de peso em ponte	DAER
Notícia	Trabalhos pelo acesso à balsa	Relevância	Proximidade	Infraestrutura rodoviária	Recuperação de estrada	Prefeituras de Agudo e Dona Francisca

Apêndice J – Mapeamento noticioso das matérias publicadas no Caderno Quarta Colônia

Data	Título	Autoria	Cartola	Imagem	Mat. apoio	Classificação
08/05/2009	Chegada da imigração italiana a região central completa 132 anos	--	--	Fotografia (1)	--	Notícia
	As alternativas de desenvolvimento (possibilidade ou fuga?)	José Itaquí	Condesus	Foto (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
02/08/2009	Pinhal pela memória	--	Especial Cidades & Cotidiano	Fotos (5)	---	Notícia
	Belezas naturais também encantam	--	Especial Cidades & Cotidiano	Foto (1)	---	Nota
	Italianíssimo	--	Acontece	Foto (1)	Ilustração (mapa)	Nota
	Comunidade em festa	--	Em revista	Foto (2)	--	Notícia
12/10/2009	Em Agudo, tudo de bom	--	Quarta Colônia Viva	Foto (1)	--	Notícia
	A celebração é pela cultura italiana	--	Acontece	Foto (1)	--	Notícia
13/11/2009	Mais um passo para o desenvolvimento regional	--	Especial Cidades & Cotidiano	Fotos (7)	---	Reportagem
	Geoparque Quarta Colônia	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Ilustração		Artigo opinativo (caráter editorial)
20/11/2009	Programa de apoio à pesquisa	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Ilustração	---	Artigo opinativo (caráter editorial)
	Uma família, uma tradição	--	Quarta Colônia Viva	Fotos (3)	--	Notícia
27/11/2009	Inventário	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Fotos (4)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
	Nova Palma, a cara do verão	--	Especial cidades e cotidiano	Fotos (3)	Box	Reportagem
04/12/2009	Paleo RS 2009	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Fotografia (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
11/12/2009	Paleo RS reforça a identidade única da Quarta Colônia	--	Especial cidades e cotidiano	Fotografias (7)	Box	Notícia
	Semana do município movimenta Silveira Martins	--	Quarta Colônia Viva	Fotografia (1)	Box	Notícia
24/12/2009	Fröliche Weihnachten! Buon Natale!	--	Especial Cidades e	Ilustração	--	Notícia

	Feliz Natal!		cotidiano			
	Muito além da gastronomia alemã	--	Quarta Colônia Viva	Fotos (2)	Box	Notícia
08/01/2010	Hortalças em rede. Um desafio?	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Foto (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
15/01/2010	4ª Conferência das cidades da Quarta Colônia	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Foto (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
	Galeto, presença garantida nas mesas da região	--	Quarta Colônia Viva	Foto (3)	Box	Notícia
23/01/2010	Recolonização da Quarta Colônia	José Itaquí	--	Foto (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
21/05/2010	De volta ao mundo dos dinossauros	--	--	Ilustração	--	Notícia
	Exercer a guarda dos nossos fósseis: uma quebra de paradigma?	José Itaquí	Pesquisa e realidade	Foto (1)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
	A trajetória até o fóssil do maior predador já conhecido	--	--	Foto (5) Ilustração (1)	Box (2)	Reportagem
11/06/2010	De uma simples combinação, o puro sabor da Itália	--	--	Foto (5)	--	Notícia
02/07/2010	Recolonização do futuro II	José Itaquí	--	Ilustração	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
16/07/2010	45 anos e um convite ao desenvolvimento regional	--	--	Fotos (3) Ilustração (1)	Box	Notícia
	Nem o tempo varreu a tradição da família Pesamosca	--	--	Foto (1) Ilustração (Entrevista
23/07/2010	Aniversário de Dona Francisca foi de festa e oportunidades	--	--	--	--	Nota
06/08/2010	Magnàr Mostaci? Não entendeu? É o veneto. A língua ainda sobrevive na Quarta Colônia	--	--	Foto (2)	--	Reportagem
20/08/2010	A Alemanha fica logo ali	--	--	Foto (4)	--	Notícia
	Os cadernos da Quarta Colônia	José Itaquí	--	Ilustrações (5)	--	Artigo opinativo (caráter editorial)
21/01/2011	Programa de turismo rural – São João do Polêsine	Gladis Pippi	Artigo/Condesus	Foto (1)	--	Artigo opinativo

Apêndice K – Seleção de matérias do Caderno Quarta Colônia (SE1)

Tipologia	Título	Crítérios Noticiosos Primários	Crítérios Noticiosos Secundários	Temática	Assunto	Fontes
Notícia	Chegada da imigração italiana a região central completa 132 anos	Dia noticioso	Relevância Disponibilidade Equilíbrio	Cultura e história	Imigração italiana	- Liriana Stefanello, historiadora do Centro de Pesquisas Genealógicas de Nova Palma;
Artigo opinativo (caráter editorial)	As alternativas de desenvolvimento (possibilidade ou fuga?)	Relevância		Desenvolvimento	O desenvolvimento para a Quarta Colônia reside no turismo	
Notícia	Pinhal pela memória	Relevância	Disponibilidade Equilíbrio	Patrimônio cultural	História de Pinhal Grande	- Cristina Dalmolin, diretora do Departamento de Cultura e Turismo de Pinhal Grande;
Nota	Belezas naturais também encantam	Relevância	Disponibilidade Equilíbrio	Natureza	Turismo rural em Pinhal Grande	- Prefeitura de Pinhal Grande; - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar);
Nota	Italianíssimo	Dia noticioso	Disponibilidade Equilíbrio	Festa típica	I Jantar de Massas de Agudo	- Grupo de Danças Folclóricas Alemãs Freundschaft;
Notícia	Comunidade em festa	Dia noticioso	Disponibilidade Equilíbrio	Olimpíadas rurais	Evento acontece em Nova Palma	- Organizadores do evento;
Notícia	Em Agudo, tudo de bom	Relevância	Disponibilidade Equilíbrio	Turismo em Agudo	Patrimônio cultural e natural da cidade	- Simone Cardoso dos Santos, secretária interina de Indústria, Comércio e Turismo de Agudo;
Notícia	A celebração é pela cultura italiana	Dia noticioso	Relevância	Cultura	Festividades da Semana da Cultura Italiana	- Organizadores das festividades;
Reportagem	Mais um passo para o desenvolvimento regional	Dia noticioso	Relevância	Patrimônio arquitetônico	Entrega do mapeamento de edificações históricas da Quarta Colônia	- José Itaquí, secretário-Executivo do Condesus; - Décio Bevilaqua, professor de Arquitetura da UFSM; - Cláudio Estivallet Junior, Promotor de Justiça de Faxinal do Soturno; - Izabele Colusso, responsá-

						vel técnica pelo projeto;
Artigo opinativo (caráter editorial)	Geoparque Quarta Colônia	Relevância		Paleontologia na Quarta Colônia	Benefícios do geoparque para a região	Documentos
Artigo opinativo (caráter editorial)	Programa de apoio à pesquisa	Relevância		Necessidade da pesquisa	Criação do Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica da Quarta Colônia (CAPPA)	- Documentos;
Notícia	Uma família, uma tradição	Relevância	Notabilidade	Tradição e empreendedorismo	Agroindústria familiar	- Leci Puppe, dona no empreendimento
Artigo opinativo (caráter editorial)	Inventário	Relevância		Patrimônio arquitetônico	Inventário arquitetônico da Quarta Colônia	- Documentos
Reportagem	Nova Palma, a cara do verão	Relevância	Disponibilidade Equilíbrio	Turismo	Características de Nova Palma	- Maria Neli Donato Pippi, secretária municipal de Turismo, cultura e Desporto de Nova Palma;
Artigo opinativo (caráter editorial)	Paleo RS 2009	Relevância		Evento de paleontologia	Importância do evento para o desenvolvimento da região	- Agenda do evento;
Notícia	Paleo RS reforça a identidade única da Quarta Colônia	Dia noticioso	Relevância	Evento de paleontologia	Importância do evento para a região	- Átila stock, professor daUFSM; - especialistas da área que participaram do evento;
Notícia	Semana do município movimentada Silveira Martins	Dia noticioso	Relevância	Aniversário do município	Comemorações	- Prefeitura e organizadores das festividades;
Notícia	Fröliche Weihnachten! Buon Natale! Feliz Natal!	Dia noticioso	Relevância	Agenda	Comemorações natalinas	- Agendas culturais;
Notícia	Muito além da gastronomia alemã	Relevância	Disponibilidade Equilíbrio	Cultura	Centro cultural alemão	- Instituto Cultural Brasileiro-Alemão
Artigo opinativo (caráter editorial)	Hortaliças em rede. Um desafio?	Relevância		Desenvolvimento	Microrrede produtiva	- Documentos;
Artigo opinativo (caráter editorial)	4ª Conferência das cidades da Quarta Colônia	Relevância		Desenvolvimento	Planos diretores dos municípios da região	- Documentos;

Notícia	Galeto, presença garantida nas mesas da região	Dia noticioso	Relevância	Gastronomia	Pratos típicos	- Loreci Terezinha Righi; - José Henrique Seabra, proprietário de restaurante;
Artigo opinativo (caráter editorial)	Recolonização da Quarta Colônia	Relevância		Desenvolvimento	Colonização	- Bibliografia;
Notícia	De volta ao mundo dos dinossauros	Inesperado	Relevância	Paleontologia	Descoberta de fósseis na Quarta Colônia	- Sérgio Cabreira e Lúcio Silva, paleontólogos; - Assessoria de Comunicação da Ulbra; - Átila Stock, geólogo; - Cassiana Vandrúsculo, secretária de Planejamento e Administração de São João do Polêsine;
Artigo opinativo (caráter editorial)	Exercer a guarda dos nossos fósseis: uma quebra de paradigma?	Relevância		Desenvolvimento	Construção do CAPP	- Documentos;
Reportagem	A trajetória até o fóssil do maior predador já conhecido	Inesperado	Relevância	Paleontologia	Descoberta de fósseis na Quarta Colônia	- Sérgio Cabreira e Lúcio Silva, paleontólogos; - Assessoria de Comunicação da Ulbra; - Átila Stock, geólogo; - Cassiana Vandrúsculo, secretária de Planejamento e Administração de São João do Polêsine;
Notícia	De uma simples combinação, o puro sabor da Itália	Dia noticioso	Relevância	Gastronomia	Cozinha italiana	- Claudimir José Piccin, vice-presidente da Sociedade Italiana de Dona Francisca
Artigo opinativo (caráter editorial)	Recolonização do futuro II	Relevância		Desenvolvimento	Papel do Condesus	- Documentos
Notícia	45 anos e um convite ao desenvolvimento regional	Dia noticioso	Relevância	Aniversário do município	Comemorações	- Documentos; - Emater;
Entrevista	Nem o tempo varreu a tradição da família Pesamosca	Relevância	Proximidade	Tradição	Produção de vassouras	- Gelson Pesamosca, produtor de vassouras de palha;
Nota	Aniversário de Dona Francisca foi de festa e oportunidades	Dia noticioso	Relevância	Aniversário do município	Comemorações	- Cassiana Vandrúsculo, organizadora do evento

Reportagem	Magnàr Mostaci? Não entendeu? É o veneto. A língua ainda sobrevive na Quarta Colônia	Inesperado	Relevância Disponibilidade Equilíbrio	Cultura	Linguagem e identidade	- Pedro Sartori e William Sartori (moradores de Vale Vêneto)
Notícia	A Alemanha fica logo ali	Dia noticioso	Relevância Disponibilidade Equilíbrio	Cultura	Imigração alemã	- Willian Werlang, historiador e supervisor do Instituto Cultural Brasileiro-Alemão;
Artigo opinativo (caráter editorial)	Os cadernos da Quarta Colônia	Relevância		Desenvolvimento	Quarta Colônia	- Bibliografia; - Documentos;
Artigo opinativo	Programa de turismo rural – São João do Polêsine	Relevância		Desenvolvimento	Turismo rural	- Documentos

ANEXOS

ANEXO A - Quadro evidenciando os elementos culturais dos municípios, publicizados no guia produzido pela Adad.

Município	O que ver	O que provar	O que comprar
Albaida del Aljarafe	A guarita <i>Torre de Don Fadrique</i>	O tradicional <i>cocido colorao</i>	--
Almensilla	A mais conservada de suas fazendas, a de San Antonio	O melhor dos <i>gazpachos: sopeaos</i>	Um dos melhores <i>mostos aljarafeños</i> e suas azeitonas
Aznalcázar	Doñana através do centro de interpretação da marisma <i>Cerrado Garrido</i>	Algumas das receitas de <i>gurumelos</i>	O mais autêntico artesanato em couro (<i>guarnicionería</i>)
Benacazón	Sua ermida <i>mudéjar</i> melhor conservada, <i>Gelo</i>	Comida caseira e uma grande variedade de doces artesanais	Artesanato em couro e cerâmica artística
Bollullos de la Mitación	A ermida e antiga mesquita muçulmana de <i>Cuatrovitaa</i>	Seu <i>mosto</i> , cada vez mais popular entre os municípios vizinhos	<i>Mosto</i> , azeitonas e laranjas de suas ricas hortas
Carrión de los Céspedes	Seus dois charmosos templos: Igreja de San Martín e Ermida de la Consolación	Os mais genuínos doces caseiros	Alguns de suas apreciadas mantas bordadas
Castilleja del Campo	O Museu de <i>Asperos de Labranza</i> , com todo o tipo de ferramentas antigas para o cultivo	As mais antigas receitas de doces caseiros, como as roscaas de cigarreira	Deliciosos queijos e riquíssimos doces caseiros
Huévar del Aljarafe	A Igreja da Assunção, dotada de numerosas obras de arte	Sua conhecida <i>calda de borrego</i>	---
Isla Mayor	As marismas depois da ceifa do arroz (outubro/novembro), repleta de aves que se alimentam dos grãos	As múltiplas formas de cozinhar o conhecido caranguejo do rio e o arroz	Artes de pesca de todo o tipo
Olivares	O <i>Palacio</i> do histórico Conde Duque de Olivares	Seus <i>guisos</i> de colher	--
Pilas	O mais antigo de seus templos e berço do município, a Ermida de Belém	As infinitas receitas de tempero de azeitona de mesa	Móveis forrados de qualquer uma das muitas fábricas que se encontram no município
La Puebla del Río	Alguma das suas reservas naturais (<i>Dehesa de Abajo, Cañada de los Pájaros</i>)	Seu mais popular <i>guiso</i> de arroz, o arroz com pato	Couros das mais enraizadas <i>guarnicionerías</i> do município
Salteras	A impressionante igreja de Santa Maria da Oliva	Os doces típicos de Quaresma: pestiños, gañotes	Sua gastronomia: molhos, tortas e outro doces
Sanlúcar la Mayor	A fazenda árabe de <i>Benazuza</i>	Sobremesas tradicionais, inspiradas na essência andaluza	--
Umbrete	O antigo Palácio Arcebispaal	O mais famoso <i>mosto</i> sevilhano	--
Villamanrique de la Condesa	As paisagens da <i>Dehesa Boyal</i>	As mais saborosas rosas de mel sevilhanaas	As mantas bordadas de reconhecida fama em nível regional

Fonte: ADAD. **Aljarafe-Doñana**: un balcón turístico. Pillaa: ADAD, s/d, p. 164-165. Tradução nossa.