

# A imprensa oficial e a realidade construída: uma análise discursiva do Jornal do Commercio no estopim do movimento tenentista.

Luiz Carlos dos P. Serpa ALFINO<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo analisa o editorial do Jornal do Commercio com o intuito de compreender sua atuação como “Imprensa Oficial” do governo do Estado de Pernambuco, no contexto da crise do processo político-sucessório e da ‘rebelião’ do movimento tenentista, ocorrido em julho de 1922. Como metodologia, utilizou-se da Análise do Discurso e da Análise da Narrativa do processo histórico. A pesquisa foi realizada na Fundação Joaquim Nabuco com microfiches do período de janeiro a julho de 1922. A contratação do Jornal do Commercio como ‘Imprensa Oficial’ sugere interpretar sua atuação como aparelho privado de hegemonia, promovendo uma consonância do governo estadual com a política do presidente Epitácio Pessoa, ratificada pela existência de relações entre a formação discursiva e a formação ideológica.

**Palavras-chave:** Imprensa Oficial. Jornal do Commercio. Movimento tenentista.

**La prensa oficial y construcción de la realidad: una análisis discursivo del Jornal do Commercio en la explosión del movimiento Tenentista.**

**Resumen:** Este artículo examina el editorial del diario Jornal do Commercio con el fin de entender su papel como “prensa oficial” del gobierno del Estado de Per-

1 Doutorando em Ciências Geográficas, Mestre em Comunicação, Especialista e Graduado em História, todos os cursos pela UFPE.

nambuco, en el contexto de la crisis del proceso de sucesión política y la “rebelión” del movimiento Tenentista, ocurrido en julio de 1922. La metodología utilizada fue análisis del discurso y análisis narrativa del proceso histórico. La investigación se realizó en la Fundación Joaquim Nabuco con microfiches entre enero e julio de 1922. La contratación del Jornal do Commercio como “prensa oficial” sugiere la interpretación de su actuación como aparato privado hegemónico, promoviendo una consonancia del gobierno estatal con la política del presidente Epitácio Pessoa, ratificada por la existencia de relaciones entre la formación discursiva y formación ideológica.

**Palabras clave:** Prensa Oficial. Jornal do Commercio. Movimento Tenentista.

## Introdução

A passagem do Império à República (1889) marcou o início de consideráveis mudanças na estrutura do país. Contudo, as mudanças de origem simbólica evidenciam-se como as mais relevantes, por sua produção de sentidos na ‘nova’ realidade construída da sociedade brasileira.

Decerto que a República não se traduziu, a princípio, na natureza da estrutura de classe, na mudança do poder político, nem poderia, pois a base desse poder ainda estava sob o domínio do setor latifundiário, o mesmo que no período imperial movimentava a economia de estrutura agroexportadora. Entretanto, contribuiu para uma intensificação dos conflitos sobre os meios produtivos, pois o processo de industrialização no Brasil lhe é anterior, sendo possível até se falar em uma ‘modernização sem mudança’, para designar que houve um embrionário processo de industrialização sem alterações nas estruturas do poder político.

Foi a década de 1920, contudo, o período mais conturbado da Primeira República, que perdurou de 1889 a 1930, com intensas movimentações de ordem política e social, investidas de sentimentos nacionalistas e de diversas correntes de pensamento e de concepções ideológicas, que refletiram no seio da sociedade moderna muitos protestos contra o *status quo* vigente. Nesse cenário de crise política, têm-se as ‘rebeliões’ tenentistas como um dos grandes acontecimentos que marcaram o ano de 1922, considerado para alguns estudiosos o mais intenso dos anos de 1920.

Vinculado ao desenvolvimento urbano-industrial, encontra-se a imprensa nos moldes capitalistas, que nos primeiros anos da década de 1920 já se relacionava à estrutura da comunicação de massa, contribuindo

com um desenvolvimento sociocultural do indivíduo, com uma diversidade na produção de bens culturais (THOMPSON, 2009).

A intensa atividade jornalística em Pernambuco possibilitou a existência de uma grande rede de jornais de circulação diária, dentre os quais, o Jornal do Comércio, que a partir de setembro de 1920, atuou como 'Diário Oficial' do Estado.

A partir dessas constatações, esta pesquisa tem por objetivo compreender a atuação do Jornal do Comércio como 'Imprensa Oficial' do Estado de Pernambuco. Portanto, o problema que se apresenta é saber como, e de que forma, o referido jornal pôde 'construir' uma realidade social nos primeiros anos da década de 1920.

A princípio, a hipótese sugere que o Jornal do Comércio foi beneficiado não apenas com o efeito financeiro da contratação para a publicação de assuntos oficiais do governo do Estado de Pernambuco, mas por possibilitar sua atuação como aparelho privado de hegemonia, ao expandir, ao nível da dimensão do poder de ação da imprensa, a 'ideologia' do governo estadual em consonância com o governo do presidente Epitácio Pessoa, que, pela ampliação das formações discursivas do editorial do citado jornal, possibilitou construir padrões de comportamentos, de controle social e de formação de opinião, com vistas a construir uma realidade social.

### **Imprensa e sociedade na década de 1920**

Os primeiros anos da década de 1920 foram determinantes na vida da sociedade brasileira. Muitos acontecimentos que repercutiram em décadas posteriores tiveram suas raízes nesse período que, *a priori*, apresentou grandes interesses por ideias e valores nacionais.

Segundo Chauí (2007), a passagem do sentido de patriotismo ao nacionalismo encontra-se relacionada à medida protecionista da política capitalista, por meio de seus intelectuais 'pequeno-burgueses', temerosos de uma 'proletarianização' social. Dessa forma, utiliza-se de alguns critérios das análises sociológicas do século XIX, como os estudos sobre a língua, a raça e as tradições populares, para lançar um sentido original de encontros e redescobertas de suas raízes, tradições, costumes e crenças cotidianas, capazes de originar uma identificação cultural, civil e política.

Nesse contexto tem-se o Modernismo, ressaltando os valores pátrios, cuja conjuntura assinala uma vanguarda revolucionária na política e na arte, que, em um primeiro momento [1922-1930], buscou romper com o reflexo do domínio europeu sobre os valores da

cultura nacional, revelando, desde então, um crescente interesse pelo campo político. Assim, evidenciou-se a atuação dos intelectuais no processo de formação e organização da sociedade, mediante o interesse político em detrimento das preocupações estéticas, participando de movimentações em contextos político, social e cultural do país.

Em 1920, a base da economia brasileira, segundo Fragoso (1990), encontrava-se com uma estrutura agroexportadora hegemônica, com 66,7% das atividades produtivas, ou seja, cerca de 2/3 da população economicamente ativa achava-se envolvida nesse setor. Desde meados do século XIX, coexistia com a economia agroexportadora, um embrionário crescimento urbano-industrial, expandindo-se paralelamente à ampliação da malha ferroviária ligada aos grandes centros produtores do país, concentrados nos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, sob a órbita de um liberalismo tardio e de uma indústria capitalista incipiente e dependente do mercado externo para o seu desenvolvimento e ampliação, marcando o início do poder e da expansão burguesa no Brasil (FERNANDES, 2005).

Nesse ambiente surgem as classes médias urbanas, com fortes vinculações ao advento da imigração estrangeira, ao surgimento do operariado, ao crescimento da indústria e ao processo de urbanização, em um momento de transição do cenário rural latifundiário 'conservador' para o urbano industrial e 'moderno'.

As classes médias viam na industrialização a possibilidade do desenvolvimento do setor terciário, assim como de novas modalidades de trabalho com 'possíveis' oportunidades de ascensão social. Possuem uma ação de vanguarda das reivindicações operárias nos estados de Rio de Janeiro e São Paulo, originando as primeiras agitações de ordem social<sup>2</sup>. Uma sociedade movimentada pela transição e motivada pela ideia de progresso e crescimento, que teve na imprensa, um canal propulsor de ideologias e divulgador de acontecimentos da sociedade, interagindo com a propaganda e pela produção de bens culturais.

[...] a Imprensa acelera o consumo de outros bens, produzidos pela indústria, divulgando-os, através da publicidade, às camadas da população que antes dele não tinham conhecimento. Assim, a imprensa em moldes industriais transfor-

<sup>2</sup> Tem-se registrado que as primeiras reivindicações operárias por melhores condições de trabalho ocorreram nos anos de 1918 e 1920, no eixo Rio - São Paulo.

ma-se num novo setor de capitalização, e, igualmente, em força propulsora do mercado econômico, acelerando a circulação de mercadorias dentro do esquema clássico de economia-produção-circulação-consumo (CAPARELLI, 1986, p. 72).

Esse cenário de crescimento urbano-industrial, favorável ao desenvolvimento do mercado interno-urbano, numa realidade populacional marcada por sua predominância nos meios rurais e, ainda, maciçamente analfabeta, inaugurava o início da imprensa capitalista no Brasil, em meados do século XIX. Nesse esforço de pioneirismo, Pernambuco estava inserido com o Diário de Pernambuco (1825)<sup>3</sup>, o mais antigo jornal em circulação da América Latina.

Segundo Levine (1980), na passagem do século XIX para o século XX, a imprensa escrita pernambucana estava moldada num formato de uma empresa capitalista expansiva, com influências na concepção de uma ‘consciência regional’. A imprensa pernambucana era difundida em vários estados da região nordestina, desde Alagoas até Ceará. Pernambuco passa a ser o segundo estado em circulação de jornais do Norte e Nordeste, logo após a Bahia, e o sexto do país, tornando-se “a marca registrada da cultura regional urbana em Pernambuco - o orgulho da elite e uma parte essencial do sistema político” (LEVINE, 1980, p. 104).

A dimensão do poder da imprensa pode ser elucidada pelo fato de que, tanto intelectuais como técnicos precisavam, de alguma forma, estar ligados a ela para terem reconhecimento de seus trabalhos, e, assim, dar visibilidade as suas atividades profissionais, tornando-a menos informativa e, consideravelmente, especializada (BARROS, 1985).

Uma das características peculiares da imprensa pernambucana, nesse período, foi permitir o aparecimento de autores: articulistas<sup>4</sup>, ensaístas, romancistas, teatrólogos, políticos, profissionais da área médica, além de outras profissões, apresentando um caráter artístico-literário acentuado, com evidência nos assuntos políticos.

A imprensa política teve, na década [1920], seu maior predomínio, debatendo teses partidárias, travando polêmicas

3 Fundado em 07 de novembro de 1825, pelo tipógrafo Antonino José de Miranda Falcão, com o exemplar nº 1 do jornal.

4 Na obra de Barros (1985), Gilberto Freyre, Sívio Romero e José Campelo foram citados na categoria de articulista da imprensa pernambucana, no contexto da década de 1920.

que às vezes extravasavam para o insulto, enfática e sugestiva, abrindo espaço mais amplo ao noticiário de fora de portas, dando cobertura às agitações de caráter revolucionário, aos movimentos sindicais e à luta contra o banditismo que infestava o sertão, incentivando a crônica da vida social mundana através de jornalistas especializados (BARROS, 1985, p. 182).

Nos primeiros anos do século XX, Pernambuco já possuía uma representativa rede de jornais impressos e com grande circulação. A partir da contribuição do trabalho de Luiz do Nascimento, havia nos anos de 1920 treze jornais credenciados em Pernambuco, dos quais doze eram de origem laica e apenas um era de origem Católica<sup>5</sup>.

A paixão pela política refletia-se na imprensa pernambucana, tornando-se evidentes os setores que ela representava. Havia lideranças vinculadas à aristocracia fundiária e industrial, a exemplo: o Dr. Calos Lyra<sup>6</sup> e o Sr. João Pessoa de Queiroz<sup>7</sup>, bem como outras lideranças vinculadas à imprensa proletária, entre elas o próprio Souza Barros, merecendo destaque os seguintes jornais: Tribuna do Povo; Hora Social; A Voz Operária e O Maracajá (BARROS, 1985).

A imprensa pernambucana teve uma ação política muito efetiva nos anos de 1920, podendo ser considerada uma arena de debates dos mais diversos assuntos, desde políticos aos de ordem sociocultural, estruturada na representatividade ideológica de seus grupos políticos, que se fez representar por uma elite intelectual.

Segundo Miceli (1979), desde o período colonial as carreiras tradicionais tiveram uma legitimação de *status* social. Tais características são evidenciadas ainda no início do período republicano, quando uma “parcela majoritária dos intelectuais continuou ingressando nas antigas fileiras da burocracia civil – a saber, o magistério superior, as carreiras judiciárias, o corpo diplomático” (MICELI, 1979, p. 155-156).

Entre essas atividades, ser bacharel em direito era uma das principais profissões que, a princípio, teve

5 Os jornais eram Diário de Pernambuco, A Provincia, Jornal do Recife, A Noite, A Rua, A Notícia, Jornal Pequeno, Diário do Estado, O Intransigente, Jornal do Commercio, Diário da Manhã, Diário da Tarde e A Tribuna, principal jornal católico do Estado de Pernambuco.

6 Fazendeiro, diretor e proprietário do jornal Diário de Pernambuco, de 1913 a 1931, quando vende o jornal à cadeia dos Diários e Emissores Associados, fundada por Assis Chateaubriand.

7 Proprietário do Jornal do Commercio, ligado por parentesco ao Presidente da República Epitácio Pessoa.

a formação em Coimbra – Portugal – e, posteriormente, pela Faculdade de Direito do Recife, através do Seminário de Olinda, tornando as Ciências Jurídicas, sobretudo, símbolo de prestígio de um saber intelectual. Esses intelectuais possuíam uma representativa afinidade com o poder político que, em fins do século XIX, ainda se encontrava dividido entre o abolicionismo e as forças de trabalho escravocrata; entre a República e a Monarquia.

Assim se encontrava a sociedade pernambucana, presa a seus valores coloniais, tradicionais e coroneísticos, de predominância rural e agrária e com grande concentração de analfabetos, convivendo com o desafio de acompanhar o desenvolvimento urbano-industrial; as impressões estéticas construídas pelo movimento modernista; as primeiras agitações de ordem social no país; o banditismo no sertão; as ideias do mundo moderno: o cinema, a publicidade, as revistas especializadas, entre outros; e a movimentação de uma imprensa capitalista, que, pela ação de seus intelectuais, procurava expressar as transformações ocorridas na sociedade, constituindo uma ação de vanguarda na política brasileira.

### A Imprensa Oficial e a realidade construída

Embora existam registros, ‘não’ considerados oficialmente por renomados historiadores, de que a primeira tipografia brasileira foi estabelecida no ano de 1634 (séc. XVII) em Pernambuco, pelo holandês Brön (OLIVEIRA, 1986), a História Oficial registra que o advento da imprensa institucionalizada remonta ao ano de 1808 (séc. XIX), com a Imprensa Régia no Brasil, instituída mediante decreto, por D. João VI, na cidade do Rio de Janeiro.

[...] a Imprensa Oficial foi nascida da própria Imprensa Régia. A “Gazeta do Rio de Janeiro”, primeiro jornal de natureza oficial e de circulação regular no País, cujo número príncipe apareceu a 10 de setembro de 1808, inseria um editorial em que se destacava o seguinte trecho: - “Esta gazeta, ainda que pertença por privilégio aos oficiais da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, não é, contudo, oficial; e o Governo somente responde por aqueles papéis que nela manda imprimir em seu nome” (OLIVEIRA, 1986, p. 57).

A função informativa e de documentação da Imprensa Oficial possibilitou que as ações do Estado,

por meio dos poderes constituídos, fossem veiculadas e levadas ao conhecimento da população numa versão originária, ‘garantindo’ a inteireza de seu teor sem as deturpações de interpretação ideológica que surgem nas redações dos grandes grupos jornalísticos.

Contudo, é importante destacar que, ao nascer da Imprensa Régia (1808), houve censura prévia para a produção e circulação de textos no Brasil, que só foi abolida a partir de 1821 mediante decreto do Príncipe Regente D. Pedro, possibilitando a liberdade de imprensa dos textos escritos, o que, segundo Oliveira (1986), foi o motivo propulsor para a divulgação dos feitos oficiais das províncias nas imprensas do país.

A partir de leituras da obra de Leduar Assis da Rocha, intitulada “Meio Século da Imprensa Oficial de Pernambuco” (OLIVEIRA, 1986, p. 60), muitos foram os jornais privados que passaram a ter o caráter de diário oficial, a saber: o Diário de Pernambuco, o Diário Novo, o Jornal da Praia, o Jornal do Recife, a Imprensa Oficial<sup>8</sup>, o Jornal do Commercio e o Diário do Estado<sup>9</sup>.

Contudo, o jornal a Imprensa Oficial funcionou no período de janeiro de 1916 a agosto de 1920, sendo extinto no governo de José Rufino Bezerra Cavalcanti, sob a alegação de redução das despesas de ordem pública, resolvendo contratar, por concorrência, o incipiente Jornal do Commercio, pela importância de “42000\$000 [(quarenta e dois mil contos de réis)] [pelas publicações] anuais” (NASCIMENTO, 1967, p.150).

Segundo Luiz do Nascimento (1967), o Jornal do Commercio iniciou suas atividades em 03 de abril de 1919, investindo-se no compromisso de fazer a publicidade da campanha presidencial do Sr. Epitácio Pessoa. Em pouco mais de um ano, em setembro de 1920, passava a divulgar, oficialmente, os atos administrativos do governo do Estado de Pernambuco.

Embora não se possa negar que o início dos anos de 1920 tenha sido um período de crise na economia mundial, no Brasil, havia um gradual crescimento do mercado interno com um incipiente desenvolvimento urbano-industrial e relações mercantis de trabalho, impulsionando o desenvolvimento econômico. Fato que contribuiu para o crescimento e a expansão dos meios de comunicação. Entretanto, as dificuldades de sua manutenção eram evidentes, vistos os desafios de sua expan-

8 O jornal Imprensa Oficial era editado pela Repartição de Publicações Oficiais, no governo de Manoel Borba. Na análise feita por Oliveira (1986), não constam informações sobre sua instituição mediante decreto ou lei.

9 O Diário do Estado criado em 29 de março de 1924, no Governo de Sérgio Loreto, através da lei nº 1626, foi o jornal estatal que sucedeu as publicações do jornal Imprensa Oficial.

são em escala comercial para uma sociedade cuja maioria ainda não tinha iniciado as primeiras letras, tornando-se comum a concorrência nos meios jornalísticos para obter um contrato de prestação de serviços junto ao governo do Estado ou a qualquer outro órgão estatal.

A garantia de um contrato estatal era a segurança de um montante anual no ativo da empresa, principalmente em época de crise (1919 - 1922), além disso, o respaldo de estar a serviço do governo legitimava-o como aparelho privado de hegemonia na representação do Estado, na produção de sentidos e na reprodução de um discurso ideológico.

Segundo Trindade (1978), 1922 foi o ano-chave por ser o mais conturbado da década de 1920, e por nele eclodirem quatro acontecimentos de forte ordem simbólica, contendo o embrião da mutação ideológica da sociedade brasileira no entre guerras, a saber: a Semana de Arte Moderna, a fundação do PCB, a criação do Centro Dom Vital ligada à Igreja Católica e à revista *A Ordem*, e o Movimento Tenentista. Será sobre este último que se fará a análise do discurso do *Jornal do Commercio*.

O levante tenentista teve o seu estopim em julho de 1922, marcado pela marcha dos 18 do Forte de Coacana. Contudo suas origens antecedem a esse período e está diretamente relacionada à suspensão do funcionamento do Clube Militar por seis meses, medida sancionada pelo Presidente Epitácio Pessoa, mediante o Decreto nº 15.543, de 1º de julho de 1922, e pela prisão do presidente do Clube Militar, o marechal Hermes da Fonseca.

Vale ressaltar que esses acontecimentos estão relacionados à crise sucessória no Estado de Pernambuco (1922), quando o Estado sofreu a intervenção federal e o Clube Militar, através de seu presidente, emitiu uma carta à luz da Constituição da República, contestando a postura do governo sobre a verdadeira missão do Exército brasileiro.

A resposta repressiva do presidente Epitácio Pessoa levou à indignação dos tenentes, motivada por uma ala do grupo militar que almejava retonar ao centro do poder político do qual havia sido alijado, desencadeando no levante de 05 de julho de 1922, que repercutiu na mídia nacional.

A ideologia do movimento tenentista era elitista, embora buscasse representar toda a sociedade, apresentava posturas autoritárias, defendia a centralização do Estado e, como instrumento de ação política, fazia uso da força e da violência.

Segundo Fausto (1977), os tenentes não possuíam uma estrutura política organizada, apresentando

ingênuas características de reformas sociais, além de um vago nacionalismo, tornando-se incapazes de constituir um partido político. Apesar de o tenentismo não ter conseguido constituir laços organizatórios para uma representatividade política da classe média, de onde era originário, possibilitou constituir um valor simbólico no imaginário das camadas mais populares da sociedade.

Embora existissem setores da sociedade civil com afinidades ao movimento tenentista, não havia espaço na grande mídia para a propagação de suas ideias. Assim, os grandes jornais mostravam-se favoráveis à ordem vigente, veiculando os acontecimentos investidos de teor ideológico, referendando as ações do Estado, principalmente no discurso dos editoriais de sua imprensa oficial, que, no ano de 1922, encontrava-se sob a responsabilidade do *Jornal do Commercio*, o que ressalta o caráter de controle social da instituição jornalística na esfera pública.

Portanto, foi no controle das informações, na forma como as notícias foram construídas e veiculadas, nas relações existentes com os grupos de poder e suas produções de sentido no cotidiano (BERGER; LUCKMANN, 2005), e, ainda, sob as nuances ideológicas do Estado, que o *Jornal do Commercio* participou na construção de uma realidade social em Pernambuco, em particular, nos primeiros anos da década de 1920, a partir de uma formação discursiva que criminalizava os envolvidos no levante do movimento tenentista.

## Apresentação dos resultados

Nos estudos sobre a imprensa jornalística é imprescindível a análise da linguagem para se compreender a dimensão simbólica da ordem social. Desse modo, os 'sistemas' de representação utilizam-se da linguagem como instrumento para dizer algo com sentido. Os sentidos produzidos passam, então, a se articular entre os membros dessa ordem social, pela interação do ambiente cultural (HALL, 1997).

Assim, com o intuito de apresentar um debate teórico, trazendo à reflexão sua importância, é possível compreender que as representações possibilitam construir signos que dialogam com a produção de sentidos do mundo exterior. Dessa forma, representação e linguagem, embora de maneira não exclusiva, compartilham da construção da realidade social (CORCUFF, 2001), com produção de conhecimentos no mundo da vida.

O que a sociedade considera como conhecimento vem a ser coextensivo com

o cognoscível ou, de qualquer modo, fornece a estrutura dentro da qual tudo o que ainda não é conhecido virá a ser conhecido no futuro. Este é o conhecimento aprendido no decurso da socialização e que medeia a interiorização pela consciência individual, das estruturas objectivadas do mundo social (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 77).

Nessa análise apresentada por Berger e Luckmann (2004), permite-se entender que o conhecimento do mundo cotidiano não é homogêneo, mas permeado por intersubjetividades e interdiscursividades, constituído por significações de conhecimentos distribuídos que se diferenciam de ator para ator em múltiplas realidades.

Conforme a abordagem de Benetti (2007), a Análise do Discurso Francesa (AD) é um procedimento metodológico de pesquisa produtivo em jornalismo, nos estudos do mapeamento das vozes e na identificação dos sentidos. Segundo a autora, embora tais estudos estejam intimamente ligados, podem ser estudados separadamente por exigirem procedimentos peculiares.

O texto jornalístico permite fazer uma análise dialógica: estudo das relações entre discursos e estudo das relações entre sujeitos. Nesse sentido, entende-se que “[...] o jornalismo é um discurso: a) dialógico; b) polifônico; c) opaco; d) ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; e) elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares” (BENETTI, 2007, p. 107).

A partir dessa compreensão, a ênfase dada à pesquisa foi de desenvolver uma análise sobre o estudo dos sentidos das manchetes do editorial do Jornal do Commercio, com um recorte do período pesquisado, de 1º a 14 de julho de 1922, a partir da abordagem feita por Benetti (2007), que terá por objetivo identificar, a partir das marcas discursivas em destaque, a vinculação existente entre as Formações Discursivas (FD) e as Formações Ideológicas (FI).

#### Quadro das notícias:

**Notícia nº 01 - Jornal do Commercio – Recife, 04 de julho de 1922 – p. 01**

O **Fechamento** do Club Militar e a **prisão** do marechal Hermes da Fonseca (SD1)

As marcas discursivas em destaque “**Fechamento**” e “**prisão**” ressaltam o autoritarismo e a postura

arbitrária do governo federal, frente a um acontecimento marcado pelo direito à liberdade de imprensa [a carta do marechal Hermes da Fonseca atribuída ao Clube Militar].

O episódio que teve a publicação nos grandes jornais em circulação do país, num período em que o regime democrático já se encontrava ‘instalado’, foi a prova cabal das raízes coronelísticas presentes na estrutura da sociedade brasileira.

No corpo do texto existem tópicos de inserção em negrito e em caixa alta com as expressões: “**A REPREHENSÃO**”; “**O DECRETO PRESIDENCIAL**”; “**A PRISÃO DO MARECHAL**” e “**A OPINIÃO DA IMPRENSA**”, que não se traduzem apenas na divisão dos assuntos em foco, mas, sobretudo, às Formações Discursivas que permitem representar a ‘Ordem legal’ e a ‘subversão’, tendo como pano de fundo o respaldo da opinião pública.

O Clube Militar representava, ideologicamente, uma ala da elite militar do Brasil que estava insatisfeita com o governo civil e almejava retornar ao centro do poder político do qual havia sido alijado. O fechamento [que na verdade foi uma suspensão de funcionamento por seis meses] e a prisão de seu presidente oficializavam a supremacia do governo civil em detrimento do ‘poderio’ dos militares e concentravam na pessoa do marechal Hermes a criminalização pelo episódio.

**Notícia nº 02 - Jornal do Commercio – Recife, 06 de julho de 1922 – p.**

ULTIMA HORA

A **revolução** no Rio

O governo federal está **senhor absoluto** da situação – Não se sabe do **paradeiro** do marechal Hermes, que **fugiu** – Foi decretado o estado de sítio. (SD2)

As marcas discursivas em destaque trazem consigo, em princípio, dois sentidos antagônicos. O primeiro sentido é o da ordem e o da segurança que se legitima no núcleo “**senhor absoluto**” ao fazer referência à Ordem legal e as ações do poder constituído. O segundo é o da desordem, da subversão e do réu confesso, presentes de forma simbólica nas marcas: “**revolução**”, “**paradeiro**” e “**fugiu**” e que resalta o sentido ideológico já diagnosticado anteriormente, na criminalização do marechal Hermes da Fonseca, agora, também, pelo levante militar do Forte de Copacabana, em 05 de julho de 1922.

**Notícia nº 03 - Jornal do Commercio – Recife, 06 de julho de 1922 – p.**

A cidade **anarchizada**  
O comercio **fechou** as 16 horas – **Tiroteios** –  
Em Santo Amaro – **Balas** sobre os soldados do  
exercito que iam **enterrar** o companheiro – O  
domínio do **Cangaço** – O **desaparecimento** do  
presidente do comitê de Artista e Operários –  
Notas. (SD3)

O sentido ideológico expresso nessa sequência discursiva induz à desagregação da sociedade. As marcas discursivas em destaque: “**anarchizada**”, “**fechou**”, “**Tiroteios**”, “**Balas**”, “**enterrar**”, “**Cangaço**”, “**desaparecimento**” procuram apresentar uma dimensão de subversão ‘generalizada’, com enfoques específicos em segmentos peculiares, assim, a população, o comércio, as forças armadas [o exército], os bandidos e setores da sociedade civil aparecem como expressão de sentidos: desordem dimensionada na estrutura urbana; dano financeiro ao mercado; violência, estado de terror e insegurança, que ratifica a ausência do poder público, o descaso e a desagregação da ordem. Todos esses acontecimentos encontram-se vinculados ideologicamente a um estado de “Caos” social.

#### Notícia nº 04 - Jornal do Commercio – Recife, 09 de julho de 1922 – p. 01

Nilo, Seabra, Hermes é o trio que a opinião **indica** como autor da **mashorca militar** (SD4)  
O “Jornal do Commercio” do Rio **censura** serenamente a **atitude perfida** e desleal do Sr. Nilo (SD5)  
Os planos da **dissidência** (SD6)

Nessa manchete, a “Imprensa Oficial” personaliza os adversários políticos como autores da desordem social, apresentando o posicionamento de um meio de comunicação referendado pela “opinião pública”.

Nesse sentido, as marcas discursivas: “**indica**”, “**mashorca militar**”, “**censura**” e “**atitude perfida**” procuram revelar a insatisfação da sociedade que antevê o caráter desonesto e traiçoeiro concentrados naqueles que já estiveram ou que almejam estar à frente da Nação, não sendo mais merecedores do respaldo popular, por degenerar a harmonia da sociedade brasileira.

Essas ingênuas marcas discursivas, aparentemente ao nível de uma simples narrativa jornalística, ressaltam o ‘deslocamento’ de um fato no processo po-

lítico-sucessório, intensificando a crise política do país, projetando-se, em perspectiva, para futuros empreendimentos eleitorais.

#### Considerações finais

A pesquisa teve por objetivo fazer a análise do editorial do Jornal do Commercio, sobre as notícias relacionadas ao estopim do movimento tenentista, ocorrido em um período de crise do processo político-sucessório no Estado de Pernambuco, em julho de 1922.

A revisão bibliográfica e a ênfase na narrativa histórica foram necessárias para uma análise conjuntural e estrutural da sociedade pernambucana, e, ainda, para compreender a atuação da incipiente imprensa capitalista e de seus intelectuais, como elite da cultura regional urbana, que organizou e estruturou os grupos do poder político, numa sociedade bipolar, marcada pelo analfabetismo e pela concentração de riquezas nos setores latifundiários.

A intensa atividade da imprensa escrita e a paixão pela política atribuem ao Estado de Pernambuco uma característica de liderança peculiar na região, que teve no jornalismo um instrumento de ação da elite intelectual, essencial para a formação de uma opinião na esfera pública.

Assim, por meio da análise do discurso (AD) como método de pesquisa, constatou-se que nas sequências discursivas (SD) apresentadas no editorial do Jornal do Commercio havia um nexos vinculante entre as formações discursivas (FD) e as formações ideológicas (FI).

A identificação de vínculos existentes entre as (FD) e as (FI) só foi possível após a sistematização de alguns elementos como: seleção dos textos para análise; definição de objeto, problema e hipótese da pesquisa; identificação das marcas discursivas em relevo nas sequências discursivas; revisão da narrativa do processo histórico que permitiu analisar a contextualização dos acontecimentos, e, fundamentalmente, a pesquisa empírica que permitiu verificar a regularidade das formações discursivas que contribuíram para isso.

A partir dessa compreensão de análise, confirmou-se a hipótese de que a contratação do Jornal do Commercio como “Imprensa Oficial”, para a publicação dos assuntos oficiais do Estado de Pernambuco, permitiu-lhe atuar como aparelho privado de hegemonia, dando amplitude a ideologia do Governo do Estado em consonância com o governo do presidente Epitácio Pessoa, em um específico momento histórico [a crise no processo sucessório da década de 1920], que, fomentado pelas

formações discursivas de seu editorial, contribuiu para a constituição de padrões de comportamento, controle social e formação de opinião, possibilitando a construção de uma realidade a partir de uma prática social.

## Referências

- A CIDADE anarchizada. In: *Jornal do Commercio*, Recife, p. 3, 06 de jul. de 1922.
- A REVOLUÇÃO no Rio. In: *Jornal do Commercio*, Recife, p. 1, 06 de jul. de 1922.
- BARROS, Souza. *A década de 20 em Pernambuco: uma interpretação*. 2 ed. Recife: Fundação de Cultura, 1985.
- BENETTI, Marcia. Análise do discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org.). *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 107 – 122.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: um livro sobre sociologia do conhecimento*. 2 ed. Lisboa: Dinalivro, 2004.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. 2 ed. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 5 ed. São Paulo: Summus, 1986.
- CHAUI, Marilena. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.
- CORCUFF, Philippe. *As novas sociologias: construções da realidade social*. São Paulo: Edusc, 2001.
- FAUSTO, Boris. A crise dos anos vinte e a Revolução de 30. In: \_\_\_\_\_. *História geral da civilização brasileira*. Tomo III. v.2. Rio de Janeiro: Difel, 1977, p. 401-426.
- FERNANDES, Florestan. *A Revolução Burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica*. 5 ed. São Paulo: Globo, 2005.
- FRAGOSO, João Luís. O Império escravista e a República dos plantadores. Parte A. Economia brasileira no século XIX: mais do que uma plantation escravista-exportadora. In: LINHARES, Maria Yedda (Org.). *História Geral do Brasil*. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1990, p. 145 – 196.
- HALL, Stuart. El trabajo de la representación. In: \_\_\_\_\_. *Representation: cultural representations and signifying practies*. London: Sage Publications, 1997, p. 13-77.
- LEVINE, Robert M. *A velha usina: Pernambuco na federação brasileira 1889 – 1937*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- MICELI, Sérgio. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)*. São Paulo: Difel, 1979.
- NASCIMENTO, Luiz do. *História da Imprensa de Pernambuco (1821 – 1954)*. v. 3. Recife: UFPE, 1967.
- NILO, Seabra, Hermes é o trio que a opinião indica como autor da mashorca militar. In: *Jornal do Commercio*, Recife, p. 1, 09 de jul. de 1922.
- O FECHAMENTO do Club Militar e a prisão do marechal Hermes da Fonseca. In: *Jornal do Commercio*, Recife, p. 1, 04 de jul. de 1922.
- OLIVEIRA, J. Gonçalves de. *Subsídios à História da Imprensa oficial em Pernambuco*. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 1986.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. 8 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- TRINDADE, Héliogio. *Integralismo: o fascismo brasileiro na década de 30*. São Paulo: Difel, 1978.