

“VIDA CAPICHABA”: O RETRATO DE UMA SOCIEDADE - 1930

Jadir Peçanha Rostoldo

I. INTRODUÇÃO

A imprensa não é um produto natural de uma sociedade, mas é o resultado da necessidade do homem de expressar seus sentimentos, suas opiniões, suas atitudes, sua postura diante da vida e da realidade social. Qualquer meio de comunicação sempre está impregnado pela posição social dos seus interlocutores, pois o autor nunca está ausente da obra que produz.

Segundo Prost (1992, p. 142), a imprensa, “sendo uma janela aberta para o mundo, ... é ao mesmo tempo a expressão de um espaço de convívio ampliado”, desencadeando efeitos e influências sobre a vida social. Nesse sentido, ela funciona como um espelho no qual as pessoas podem reconhecer-se ou não. Para que esse reconhecimento seja o mais próximo possível da realidade, busca conferir às informações uma garantia aparente de autenticidade, obtida geralmente pela introdução de técnicas jornalísticas e objetos de interesse e conhecimento do público.

As ilustrações (desenhos ou fotografias), os artigos específicos (moda, decoração, turismo, esporte, entre outros), a publicidade (propagandas), bem como as informações de fatos e acontecimentos contribuem para a construção de novos valores e novas formas. Prost (1992) argumenta, ainda, que um novo modo de vida e talvez de ética esteja sendo modelado pela imprensa, e que os valores e as idéias da sociedade se transformam a partir dela. As pessoas

julgam que estão pensando por suas próprias cabeças, mas acabam repetindo as opiniões dos cronistas contemporâneos.

Encenar o real, produzir textos em que os fatos se apresentem como fantasias do real, onde a informação é sempre construída de maneira essencialmente mágica, é a análise que Serra (1980) faz da imprensa. O fato não deve ser apenas noticiado; sua redação deve conduzir o leitor a fazer parte dele. O texto ou as imagens não nos passam pura e neutra informação.

Os meios de informação buscam, então, produzir um efeito de apresentação da realidade, isto é, colocam-se como o meio através do qual os fatos reais são transmitidos ao público. Serra (1980) acredita que os leitores passam a enxergar a realidade pelos olhos da imprensa (o meio), tendo em vista que a partir do próprio olhar não conseguiriam enxergá-la. A autenticidade e a credibilidade do meio sobrepõem-se ao próprio real, demonstrando a amplitude e a onipresença dos meios de comunicação.

A maneira como os fatos reais são transmitidos pela imprensa à população está indiscutivelmente vinculada aos interesses de grupos ou indivíduos, geralmente ligados às classes dominantes. No Espírito Santo, essa postura ficou latente na análise de Muniz (1997), que problematiza a distância entre o poder e o povo na imprensa capixaba. Em suas considerações, a autora esclarece que, apesar de o meio de comunicação transmitir problemas cotidianos da população, ele se reserva o direito de escolher quais problemas devem ser divulgados, distorcendo claramente o caminho da imprensa, que deve ser o de abordar a sociedade como um conjunto, e não de forma excludente.

Essa postura conservadora da linha editorial de uma publicação conduz a uma visão reducionista da sociedade, produzindo o efeito de desmobilização política. A imprensa, dessa forma, funciona como reprodutora, e não como objeto de reflexão da sociedade.

2. “VIDA CAPICHABA”: UM VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO

O movimento modernista capitaneado pela Semana de Arte Moderna de 1922 fez surgir várias revistas de vanguarda no Brasil. Nesse período, a imprensa e a literatura confundiam-se, e as novas revistas demonstravam essa ligação por meio de seus artigos e posturas. A sociedade e a cultura passaram

a representar o objeto de análise dessas publicações; a vida do País refletia-se desde então em suas páginas.

Os homens das letras refugiaram-se nesses veículos de comunicação que revelaram muitas figuras importantes da literatura brasileira. Escritores e jornalistas desfilaram por suas páginas, ora com publicações de artigos, ora de crônicas, poesias e todos os tipos de escrita literária.

A revista periódica de informação passa a distinguir-se dos outros veículos de comunicação por sua especialidade na ordenação e interpretação dos acontecimentos. Os fatos não são apenas descritos, mas sobretudo expostos em seu significado.

A revista “Vida Capichaba” surgiu, no Espírito Santo, no rastro desse movimento. Circulou inicialmente em abril de 1923, sob a direção de Garcia Rezende, e tornou-se a mais expressiva publicação do período. Foi o órgão mais atuante no espaço literário das décadas de 1920 a 1940, representando o veículo de comunicação de maior circulação no Estado.

Segundo Bittencourt (1998), a “Vida Capichaba” congregava o que havia de melhor no jornalismo e nas letras espírito-santenses, constituindo-se, assim, em preciosa fonte de indicações e informações sobre essas décadas, além de influenciar decisivamente a imprensa capixaba contemporânea.

Identificada desde o seu primeiro número como uma revista quinzenal, “Vida Capichaba” apresentava ilustrações, literatura e notícias do Brasil e do mundo. Sua tiragem inicial foi de 1.000 exemplares, impressos na tipografia da imprensa estadual. Circulava em bancas de revistas, ao custo de 500 réis a unidade, e através de assinaturas, ao preço de 14\$000 a anual, 7\$000 a semestral e 5\$000 a trimestral.

A partir do segundo número, o preço do exemplar foi aumentado para 1\$000 e o das assinaturas, para 26\$000 a anual, 14\$000 a semestral e 10\$000 a trimestral. Essa alteração provocou uma nota explicativa publicada no número 2 da revista, em 15 de março de 1923, na qual eram relatados os motivos que levaram ao aumento. Essa explicação demonstrava preocupação com a opinião dos leitores, que representavam a sociedade consumidora do produto.

Após o terceiro número, a revista deixou de ser publicada por dois meses, mas reapareceu em agosto de 1923, tendo como redatores Elpídio Pimentel, Manoel Lopes Pimenta e Aurino Quintaes. Passou a ser identificada apenas como revista quinzenal ilustrada. Seus preços foram atualizados em 1\$000 o número avulso, 1\$200 o número atrasado, 12\$000 a assinatura semestral e 6\$000 a trimestral. Os preços foram considerados altos, o que mais uma vez

resultou numa nota no número 4 da revista, justificando o aumento. Circulava na capital e no interior, tendo representantes por todo o Estado.

Em suas publicações iniciais, compunha-se de cerca de 36 páginas. As propagandas dos anunciantes e colaboradores localizavam-se nas primeiras e últimas páginas, as páginas centrais eram divididas em seções e artigos avulsos, principalmente literários. Algumas seções: *Vultos e Livros* informava todos os livros publicados no Espírito Santo e os mais importantes no País; *Quinzena Elegante* era uma verdadeira coluna social da época; *Conto Quinzenal* trazia contos de amor; *Versos* publicava textos de escritores e leitores; *As Nossas Grandes Indústrias* apresentava as maiores indústrias do Estado; *Vinhetas* publicava pequenos contos e crônicas; *Do meu Livro de Notas* trazia artigos sobre a mulher e suas transformações na sociedade, e *Indicador Profissional* relacionava os profissionais que ofereciam serviços à sociedade.

A revista era recheada de fotos dos membros do governo, dos políticos, da alta sociedade e de seus filhos, de cenas da vida capixaba e das belezas naturais do Estado. Editava uma seção de esportes, na qual predominavam o futebol e o remo, e também uma acerca do cinema, informando os filmes em cartaz e tecendo comentários sobre eles. Citações, contos, crônicas e recortes de obras de vários autores, nacionais e internacionais completavam seu conteúdo.

No ano de 1930, “Vida Capichaba” intitulava-se somente como uma revista ilustrada, que circulava todas as quintas-feiras, e não mais quinzenalmente. Mantinha na sua direção, como redatores e proprietários, Manoel Lopes Pimenta e Elpídio Pimentel, possuindo agora oficina própria. Comerciava seus exemplares, avulsos ou através de assinaturas, em todo o Estado e em algumas cidades de Minas Gerais, contando com vários colaboradores e representantes. Seu preço continuava alto.

A estrutura básica da revista mantinha-se, porém, com alterações importantes. As propagandas não eram mais dispostas apenas nas primeiras e últimas páginas, mas intercaladas com os demais artigos, demonstrando assim a importância e força dos anunciantes. As caricaturas passaram a fazer parte da revista, assim como as notícias internacionais e as notas políticas. Algumas seções deixaram de existir e outras surgiram, como a *Alfinetadas*, que exibía comentários sobre os membros da sociedade sempre se utilizando de apelidos e caracterizações, e as *Sociaes*, que representava a coluna social da época.

Sua postura exclusivamente literária foi alterada, apesar de continuar mantendo um espírito conservador ligado às elites. Nos idos de 1930, a revista já comportava matérias desenvolvidas por colaboradores independentes, mas

não se responsabilizava pelas opiniões que emitiam, conferindo-lhes plena liberdade de pensamento. A publicação de caricaturas também demarcava uma importante mudança, pois, através de tais desenhos e escritos, a revista afirmava-se como a mais pura e sutil forma de crítica e representação da sociedade.

3. O PÚBLICO E O PRIVADO

A imprensa é um poderoso instrumento na medida em que atua no mesmo nível ético de instituições permanentes, como a escola, a igreja, as associações comunitárias, as profissões liberais, as organizações locais, nacionais ou internacionais dedicadas ao bem comum. Ela serve melhor ao público se conseguir incorporar os padrões morais da sociedade.

A opinião pública orienta-se, muitas vezes decide e quase sempre raciocina, não pelas coisas em si mesmas, mas pelas feições que lhe damos, pelas imagens que os veículos de comunicação lhe atribuem. Por exemplo, opiniões ou julgamentos imprecisos, desinformados, apriorísticos sobre coisas e pessoas, homens públicos e instituições, assuntos internacionais, de trabalho, de capital, de relações sociais, de direitos humanos e outros são algumas das armas que a imprensa pode utilizar para direcionar a tendência de uma sociedade (Bahia, 1990).

O espírito da imprensa tende a ser essencialmente o espírito público. Dessa forma a elite dominante busca produzir uma maneira de se incorporar a esse processo, no intuito de manter, através de influências, sua dominação. Os interesses privados são colocados em evidência e disseminados, contribuindo assim para direcionar as atitudes e a construção do público. A vida privada, como um produto da imprensa, é incorporada ao domínio público, tornando-se um importante instrumento de disseminação dos interesses das elites.

O universo da vida privada passa a ter um contato direto com a sociedade, veiculando um novo modo de vida, de moral e de ética. Novos valores e novas normas são difundidos, visando à sua incorporação pelo público, fazendo com que a imprensa seja um espelho em que a sociedade pode reconhecer-se.

A revista “Vida Capichaba”, como um veículo de comunicação abrangente, funcionava como a expressão de um espaço de convívio ampliado. De uma maneira branda e discreta, contribuiu para a modelagem da vida cotidiana de seus contemporâneos. O público acreditava estar agindo à própria maneira, mas na realidade estava seguindo os valores e as idéias disseminadas pela publicação.

Nas páginas da revista, podemos verificar que, praticamente, todas as fotos inclusas se referiam ao círculo privado da sociedade. São fotos das festas de aniversário, batizado, casamento, posse de políticos ou militares, de crianças, de homens e mulheres provenientes da elite. Poucas são as fotos do povo, de suas manifestações ou de seu cotidiano. Dessa forma, a partir da imagem, era construído um imaginário social que, dominado pela elite, determinava as atitudes dos outros grupos sociais.

A dimensão privada também não reconhece fronteiras em relação aos espaços físicos, ocupa os espaços públicos sem nenhuma restrição, adotando-os como um de seus domínios. Os cinemas, teatros, restaurantes e outros ambientes historicamente públicos são cooptados pelo privado que, controlando-os, determina suas programações e projetos. O público torna-se secundário, um mero coadjuvante.

Outra postura reconhecida na revista, que retrata a sobreposição da dimensão privada sobre a pública, é a publicação de artigos de resposta. Alguns colaboradores não concordavam com o que era escrito por outros e passavam a publicar artigos de réplica. Essa atitude trazia à tona sentimentos, posições e ideologias particulares de determinados autores, os quais passavam a integrar a vida pública. A população acabava identificando-se com uma das correntes e inconscientemente agregava esses novos valores às suas atitudes.

A influência da elite dominante mostrava-se sempre presente nas publicações, o privado domina o espaço público da revista. Percebe-se que os fatos não eram tratados pelo prisma do público, da sociedade como coletividade, mas sim em função de interesses dominantes.

Devemos entender que a passagem do privado ao público não é um processo rápido e pacífico. O privado é uma estrutura construída por parte da sociedade, que passa a se relacionar com a estrutura primária, o público, o coletivo. As contradições ficam aparentes e é nesse momento que a imprensa interfere. Utilizando-se de seu poder de penetração, favorece as elites dominantes: o público é engolido pelo privado. O interesse de poucos sobrepõe-se às necessidades de muitos.

Os valores privados, divulgados sistematicamente, tornam-se naturais e, como tudo o que se torna natural, imune a críticas. O público os incorpora, dando-lhes sustentação. “A ilusão da independência alimenta o conformismo” (Prost, 1992).

4. A ORDEM SOCIAL E AS MINORIAS

O acesso à informação é um direito público, assim como a publicação de todo e qualquer artigo é uma obrigação da imprensa. Contudo, os empresários-jornalistas atuam no âmbito privado movidos pela lógica do lucro e do interesse. Seguindo esse raciocínio, muitas informações são manipuladas pelos poderosos, sendo apresentadas de forma distorcida ao público, ou simplesmente não sendo publicadas.

A imprensa, como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social, coloca prioritariamente para o público matérias com esse objetivo. Agregada a essa posição, devemos também identificar a relação das publicações com os anunciantes e colaboradores que, exercendo o poder que lhes é dado, influenciam decididamente a postura do meio de comunicação.

Essa postura discriminatória fica evidente quando analisamos uma publicação, levando em consideração a importância que ela dá aos assuntos das minorias: como os grupos sociais não atrelados às elites dominantes são representados ou mesmo não-representados.

Outro fato importante é a distribuição do espaço físico do veículo de comunicação. Na maioria das vezes esse espaço é demarcado por seções que identificam a estratificação social. O espaço dito politizado é privilegiado perante o espaço marginal. Esse espaço marginal caracteriza as minorias que, afastadas dos setores dominantes, ficam restritas às seções menos privilegiadas, reafirmando assim a hierarquia social da ordem vigente.

Os assuntos e fatos tratados nos artigos da publicação também são outros dados importantes. A partir deles, podemos reconhecer a posição e a postura social dos autores e daqueles para quem estão escrevendo. O público leitor passa a ser selecionado a partir dessa concepção, que direciona os artigos para os consumidores que interessam.

Essas características podem ser percebidas claramente na “Vida Capichaba” a partir de suas capas. Elas ilustram, em imagens coloridas, paisagens naturais ou pontos turísticos e, principalmente, personagens políticos importantes ou representantes da elite social. Nunca representantes ou cenas dos grupos secundários. Dessa forma, fica latente sua postura em relação à estratificação social, dentro da qual as minorias, entendendo-se aí os operários, os negros, as mulheres e os rejeitados pela sociedade, não podem ocupar o mesmo espaço que os dominantes.

Os artigos noticiosos e literários da revista também seguem essas mesmas características: não retratam assuntos referentes às minorias. Todos estavam vinculados a temas relacionados com a elite dominante. O que fugia a essa regra eram as notícias internacionais, que também se faziam mais importantes do que as do cotidiano marginal local. A seção *Bazar de Informações* demonstrava bem essa postura, ela se prestava a reproduzir notícias de outros países, mesmo que não tivessem nenhuma conexão com o contexto do Estado.

Os negros e os operários não tinham seu cotidiano, suas representações culturais e suas manifestações estampadas nas publicações. Só estiveram presentes em artigos sobre datas comemorativas. Na revista de número 225, de 1.5.1930, publicou-se um artigo intitulado *A Festa do Trabalho*, em comemoração ao dia do trabalho, no qual os trabalhadores foram lembrados como elementos importantes no desenvolvimento do Estado e, contraditoriamente à realidade, elevados ao mesmo patamar de toda a sociedade.

Os negros também só foram retratados com certa importância no número 227 da “*Vida Capichaba*”, de 15.5.1930, quando a revista comemorava a Abolição da Escravatura. Estampou-se em sua capa: “Meu Deus! Já não há mais escravos em minha terra!”, e publicou-se um artigo intitulado “13 de Maio”, que retratava a importância do acontecimento e reproduzia fotos dos “heróis” do movimento: a Princesa Isabel e José do Patrocínio.

Entre os artigos publicados, não podemos deixar de apontar os que se referiam à posição da mulher. Mesmo tendo sua igualdade perante os homens defendida em alguns deles, a mulher aparecia com um aspecto maternal e frágil. As senhoras e senhoritas da sociedade eram sempre representadas em eventos sociais, de diversão e lazer, ou ligadas a instituições educacionais. Sua beleza, delicadeza e amor fraternal eram a tônica, constituindo-as em objeto de desejo para os homens. Raras eram as situações em que se retratava sua postura profissional. Acreditamos que, apesar de a postura teórica indicar uma relação de igualdade, as mulheres estavam, mesmo que inconscientemente, mais próximas às minorias, num patamar inferior aos homens.

Analisando essa questão, entendemos que a imprensa não pode desviar-se de seus principais deveres e compromissos morais. Sua postura tem que ser imparcial, dando espaço igual a todos os grupos. Acolhendo diferentes versões de um fato, evita o alinhamento deliberado ou intencional com esta ou aquela facção.

Seu objetivo principal deve ser a honestidade. Deve dar voz às minorias, acolhendo contradições e expondo claramente os fatos, de modo que as notícias e os anúncios sejam transparentes e confiáveis. Deve ser imparcial, objetiva e responsável, para alcançar na sociedade um conceito de instituição livre e capaz, acima de qualquer interesse, e refletir o bem comum.

5. COTIDIANO: DEPENDÊNCIA E REPRODUÇÃO

Um veículo de comunicação está destinado a apresentar os caminhos e atitudes de uma sociedade. Essa apresentação nunca estará totalmente desvinculada de influências, sejam elas políticas, econômicas ou sociais, as quais serão sempre fatores importantes a considerar. Por outro lado, não podemos deixar de perceber que a informação não é uma via de mão única, ela corre em todas as direções.

A imprensa é o reflexo e o resultado do relacionamento que mantém com a sociedade que a cerca e, conseqüentemente, do relacionamento que essa sociedade mantém com todos os outros elementos que a completam.

Utilizando-se de instrumentos sutis de exploração psicológica, os meios de comunicação têm o poder de manipular a população, condicionando comportamentos e atitudes dos indivíduos, em particular, e da sociedade, em geral. A comunidade, impregnada de informações tendenciosas, passa a aceitar passivamente o *status quo* social e econômico.

A revista “Vida Capichaba”, como um veículo inserido na sociedade capixaba, representava essa postura da imprensa. Além de ter sido um elemento de definição da sociedade, ela foi também um instrumento de sua reprodução. As elites reproduziam os conceitos e atitudes propostos pela revista e ao mesmo tempo eram reproduzidas por eles.

A revista sobrevivia por causa da sociedade, que dependia dela para sustentar suas posturas e atitudes. Criava-se uma relação de dependência e reprodução mútuas, na qual a defesa e a manutenção das elites dominantes era o objetivo principal.

Essa atitude pode ser percebida a partir das imagens que acompanham a publicação, desde a capa até as caricaturas, passando pelas fotos e os anúncios ilustrados. A preocupação maior era a elite: mostrar suas atitudes, seus programas, seus interesses e preocupações, assim como direcionar os anúncios e propagandas para atendê-la em sua demanda.

O relato das festas das elites era marca predominante na publicação, contribuindo assim para a reprodução e disseminação dos valores dessa classe. A seção *Sociales* também representava a relação entre a revista e a sociedade. Figuravam em todos os números os aniversários, os casamentos e as festas de personagens da elite social capixaba. Todos os anúncios eram seguidos de comentários a respeito dos envolvidos: filiação, titulação, posição profissional e importância social.

Mais uma vez fica latente a preocupação em apresentar uma classe específica, vinculada à imagem dominante e ao poder. A revista reproduz a sociedade e é por ela reproduzida.

Entendemos que a imprensa deve ser um veículo de notícias e opinião, nunca abandonando suas principais funções: a de informar e a de formar. Deve buscar sempre a liberdade de expressão, aumentando assim sua capacidade de resistência à influência do anunciante ou às pressões do poder.

Praticando um jornalismo em que a responsabilidade social e moral seja o vértice condutor, a imprensa gera seu próprio destino, conferindo *status* a questões públicas, pessoas, organizações e movimentos sociais, fora do âmbito da elite dominante. Reconhecendo que sua ética é fator preponderante na definição da moral de uma sociedade, a imprensa assume seu principal papel: o de representar a causa e a consequência de todos os movimentos sociais.

5. CONCLUSÃO

Uma sociedade é construída a partir de vários elementos que interagem em um mesmo espaço físico e temporal. Representa um contexto multilinear, onde novos objetos são apresentados a todo o momento, muitos incorporados e outros rejeitados. Um desses objetos é a imprensa que, abordando a sociedade como um conjunto, permite que o cotidiano, como dimensão privada da vida social, caia no domínio público.

O Estado do Espírito Santo não tinha quase nenhuma representação nacional, adotando uma postura de subordinação e dependência em relação aos acontecimentos do eixo Rio-São Paulo. A sociedade era predominantemente masculina e sua economia basicamente agrária. Todos dependiam da colheita e do preço do café no mercado internacional. Quase ninguém colocava as mãos na terra, pois a maioria da população urbana era de comerciantes e funcionários públicos. As mulheres exerciam o papel de

donas de casa, cuidando dos filhos e da economia doméstica. Pacheco (1998) acrescenta que, na cidade de Vitória, predominavam os indivíduos de cor branca, porém a miscigenação era evidente. Os poucos pardos e negros que conseguiram infiltrar-se na sociedade o fizeram como indivíduos, e não como grupo. O modelo dominante era o oligárquico-agrário-tropical-exportador.

A vida política capixaba vivia, em 1930, um momento de instabilidade, devido à crise política nacional provocada pela ação da Aliança Liberal. A Revolução de 1930 provocou alterações no comando político do Estado, que passou a ser governado por um interventor federal. Os políticos locais e as classes conservadoras, dominantes, foram logo cooptadas, e as diretrizes getulistas foram implantadas, dando à política do Estado um caráter mais nacional. A imprensa passou a sofrer censura da nova ordem política, culminando com o empastelamento do jornal *A Gazeta*, em 14.2.1930. A economia, apesar da crise, continuava tendo como base o setor cafeeiro.

A formação de uma sociedade, segundo Vasconcellos (1993), advém de certos elementos que a definem e que lhe dão consistência e identidade. A articulação desse conjunto de elementos estrutura o imaginário da sociedade ou dos diferentes grupos nela presentes, num certo momento. Esse imaginário social acaba por definir aquilo que é importante e aquilo que não é, o que dá significado à vida num determinado local e em certo momento.

Assim também se produz a sociedade de Vitória, suas múltiplas identidades são resultados de todos os elementos que contribuem na construção da vida social da cidade. Vasconcellos (1993) descreve a cidade de Vitória, em fins dos anos 20 e início dos 30, como uma cidade bastante tradicional, controlada no âmbito social pelas elites clássicas. Acrescenta que essa postura reprodutora é fruto da pequena dimensão de sua vida cultural e social, que deu a ela um ar de provincianismo.

Concluímos que a revista “Vida Capixaba” era um desses elementos de construção da sociedade capixaba, reproduzindo os interesses e costumes das elites dominantes. A população em geral era tratada como consumidora, atores coadjuvantes na construção da realidade que interessava a grupos determinados.

A revista refletia a sociedade da época e agia como um instrumento determinante de tendências, um referencial de atitudes, um modelo a ser seguido, e não apenas uma representação do cotidiano. A publicação identificava-se com a perspectiva reprodutora de interesses individuais ou de determinadas classes, funcionando como um elemento de manutenção de um padrão da ordem. Era um elemento inserido no contexto social, um

verdadeiro meio de comunicação de massa capixaba, utilizado pelas elites para transmitir seus padrões e interesses e reafirmar seu poder.

BIBLIOGRAFIA

- ABREU, C.; MARTINS, J. D. B.; VASCONCELLOS, J. G. M. (Org.). *Vitória: trajetórias de uma cidade*. Vitória: IHGES, 1993.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. 4 ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BANCK, Geert. *Dilemas e símbolos: estudos sobre a cultura política do Espírito Santo*. Vitória: IHGES, 1998. (Cadernos de História n. 13).
- BITTENCOURT, Gabriel. *Notícias do Espírito Santo*. Rio de Janeiro: Cátedra, 1989.
- COSTA, Luciana; TALLON, Miguel D. *O Espírito Santo na revolução de 30*. Vitória: DIO, 1980.
- DEL FIORENTINO, Teresinha A. *Utopia e realidade: o Brasil no começo do século XX*. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MEDEIROS, Rogério. *Espírito Santo: encontro das raças*. Rio de Janeiro: Reproarte, 1997.
- MUNIZ, Sandra M. R. *O jornal A Gazeta: as queixas da sociedade capixaba (1969/1970)*. 1997. Monografia (Especialização em Teoria da História) – Curso de Pós-Graduação em Teoria da História, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 1997.
- NOVAES, Maria Stella de. *História do Espírito Santo*. Vitória: Fundação Cultural do Espírito Santo, [19—].
- OLIVEIRA, José Teixeira de. *História do Estado do Espírito Santo*. Rio de Janeiro: IBGE, 1951.

PACHECO, Renato. *Estudos espírito-santenses*. Vitória: IHGES, 1994.

_____. Os dias antigos. Vitória: EDUFES, 1998.

PROST, A.; VINCENT, G. (Org.). *História da vida privada: da primeira guerra a nossos dias*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. p. 15-153. 5 v.

SANTOS NEVES, Guilherme. *Folclore brasileiro: Espírito Santo*. Rio de Janeiro: Funarte/INF, 1982.

SERRA, Antônio A. *O desvio nosso de cada dia: a representação do cotidiano num jornal popular*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. 2 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

VASCONCELOS, João Gualberto. *A invenção do coronel: ensaio sobre as raízes do imaginário político brasileiro*. Vitória: SPDC/UFES, 1995.

ZORZAL e SILVA, Marta. *Espírito Santo: estado, interesses e poder*. Vitória: SPDC/UFES, 1995.

FONTES PRIMÁRIAS

Jornal A Gazeta. Vitória, 1930.

Jornal Diário da Manhã. Vitória, 1930.

Revista Vida Capichaba. Vitória, 1930.