

A narrativa televisiva na negociação de identidades: uma análise do espaço destinado à tradição na cultura piauiense

La narrativa televisiva en la negociación de identidades: un análisis del espacio para la tradición cultural en Piauí

Television narrative in the negotiation of identities: an analysis of the space for the cultural tradition in Piauí

Leila Lima de Sousa¹

Francisco Laerte Magalhães²

Resumo:

Este estudo tem como objetivo identificar os discursos produzidos pela TV Meio Norte, emissora piauiense, na construção de identidades. Utiliza-se, como metodologia, a análise de discurso de dois episódios de um programa da emissora citada, denominado “Caravana Meu Novo Piauí”. Conclui-se que a identidade piauiense é narrada como fortemente ligada aos componentes que identificam a cultura sertaneja nordestina, tais como a religiosidade e a figura do vaqueiro, tidos como símbolos tradicionais. A análise discursiva das matérias aponta para o uso de estratégias como meio de validar o discurso de uma identidade piauiense ainda ligada a traços do passado, símbolos tradicionais que, em certa medida, já não identificam o estado como um todo.

Palavras-chave: Ideologia. Tradição. Poder. Identidade. Discurso.

¹ Professora Substituta do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí PPGCOM| UFPI. E-mail: <leilasousa.pi@gmail.com>

² Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (disciplina: Mídia e Produção de Sentidos) na Universidade Federal do Piauí; Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ (2002). Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ (1998). Especialista em História da Filosofia Contemporânea pela Universidade Federal do Piauí (1988) e graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (1983). E-mail: flaerte@msn.com.

Resumen:

Este estudio tiene como objetivo identificar los discursos producidos por TV Meio Norte, la estación de Piauí, la construcción de identidades. Se utiliza como metodología, el análisis del discurso de los dos episodios de un programa de emisión de cied, titulado “Caravana Meu Novo Piauí”. Llegamos a la conclusión de que la identidad piauiense se narra tan fuertemente ligada a los componentes que identifican a la cultura del país del noreste, como la religión y la figura del vaquero, considerados como símbolos tradicionales. Un análisis discursivo de puntos primas a utilizar estrategias como medio de validar la identidad de un piauiense discurso todavía está en las huellas del pasado, símbolos tradicionales, que, en cierta medida, ya no identifican al estado en su conjunto.

Palabras clave: Ideología. Tradición. Poder. La identidad. El discurso.

Abstract:

This study objective to identify the discourses produced by TV Meio Norte, Piauí station, the construction of identities. It is used as a methodology, discourse analysis of two episodes of a program broadcaster quoted, called “Caravana Meu Novo Piauí.” We conclude that the identity of Piauí is narrated as strongly linked to the components that identify the culture Nordestina hinterland such as religiosity and vafigure archer, regarded as traditional symbols. A discursive analysis of mate-rials points to use strategies as a means of validating the identity of a speech piauiense still on the traces of the past, traditional symbols them, which, to some extent, no longer identify the state as a whole.

Keywords: Ideology, Tradition, Power, Identity, Discourse.

Introdução

Neste texto, analisamos os discursos da TV Meio Norte, sediada na cidade de Teresina, estado do Piauí, a partir do programa denominado “Caravana Meu Novo Piauí”, que, no nosso entendimento, contribui para a manutenção de uma cultura da tradição, digamos, piauiense ou nordestina. Como amostra da pesquisa, foram escolhidas duas matérias da “Caravana Meu Novo Piauí”, que faz um passeio pelos municípios piauienses.

O episódio escolhido retrata a cidade piauiense de Barras, situada na região norte do estado, e as matérias tratam da valorização dos costumes e tradições e da narrativa do vaqueiro, símbolo tradicional da cultura nordestina. A perspectiva crítica da análise de discurso, baseada nas perspectivas faircloughianas, é a escolhida neste trabalho para entender as estratégias discursivas utilizadas pela TV Meio Norte na construção de identidades piauienses.

Este estudo utiliza como ferramenta o método da análise crítica de discursos com o objetivo de examinar os discursos produzidos pela TV Meio Norte para perpetuar, no imaginário piauiense, a cultura sertaneja nordestina como definidora não só de um estereótipo de Nordeste, criado nacionalmente, mas como traço essencialmente piauiense, definidor da identidade cultural do estado. Fairclough (2001) observa o discurso como uma prática social e não um evento definido exclusivamente pela parte textual, por isso este artigo utiliza-se de seus postulados, já que se pretende não apenas entender o texto, mas as práticas sociais, as subjetividades e ideologias que o constituem.

Além de autores da análise crítica de discurso, recorre-se também aos autores Castells (2000), Canclini (2011), Fairclough (2001), Giddens (2007), Hall (2000), Ranger e Hobsbawn (2007) para discutir categorias como identidade cultural, invenção de tradições e ideologia.

O artigo está dividido em três partes. Na primeira, faz-se uma discussão sobre a construção de identidades na era contemporânea, marcada pela intensificação do processo de globalização e pela propagação das tecnologias de informação e comunicação. Na segunda parte, discutem-se tradição e ideologia. E por fim, na terceira parte do estudo, faz-se a análise de discurso do episódio escolhido como amostra da pesquisa.

O processo de construção de identidades culturais

Para entender as identidades culturais, Castells (2000) defende que elas são construídas e devem ser vistas como um processo em constante readaptação, ressignificação, diálogo entre os sujeitos, que são também atores sociais. Castells (2000) entende que a construção de identidades se dá em um contexto marcado por relações de poder. Nesse sentido, o autor propõe três formas e origens da construção de identidades que, em certa medida, estão interligadas e dialogam entre si.

A primeira seria a *identidade legitimadora*, que é introduzida pelas instituições dominantes da sociedade e tem como objetivo expandir e racionalizar sua dominação, tendo em sua base os aspectos tradicionais da cultura. Já a *identidade de resistência* é criada por atores sociais que se encontram em posições desvalorizadas ou estigmatizadas pelas lógicas de dominação. Nesse sentido, constroem trincheiras de resistência e sobrevivência. E a *identidade de projeto* diz respeito ao fato de que os atores sociais, fazendo uso de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade, buscando uma transformação em toda a estrutura social (CASTELLS, 2000).

A identidade cultural de um indivíduo não deve ser vista como algo imutável, como componente que os sujeitos carregam por toda a vida, e sim pela troca de experiências, do contato com o outro, com o mundo externo. As identidades sofrem constante ressignificação, reconstrução, readaptação. Funcionam como uma espécie de quebra-cabeça, pronto para ser montado. Para Bauman (2006), uma identidade fixa, coesa, seria um fardo, uma limitação à liberdade de escolha. Já a identidade como tarefa e objetivo do trabalho de toda uma vida foi um ato de libertação dos costumes tradicionais, autoridades imutáveis, verdades inquestionáveis.

Na era contemporânea que se vivencia, falar em identidades é recorrer às mudanças trazidas pela intensificação do processo de globalização, essencialmente a partir da década de 1960, já que o fenômeno não é novo e foi responsável por tornar o mundo mais interconectado, trazendo aos sujeitos não apenas modificações na economia e na política, mas também na cultura, no modo de se verem e se definirem enquanto atores sociais. E foi graças ao desenvolvimento

em larga escala da comunicação eletrônica instantânea que os sujeitos alteraram a própria estrutura de suas vidas e suas experiências cotidianas, dando novos sentidos às construções de suas representações sociais (GIDDENS, 2003).

Inserido nas mudanças trazidas pela aceleração e descentralização do processo de globalização, encontra-se o conceito de construção de identidades culturais. Para estudar a construção de identidades culturais hoje, é necessário, acima de tudo, observar os fenômenos de transitoriedade, de troca de experiências entre os indivíduos, de modo a observar que as identidades assumem características híbridas. Entende-se por hibridismo cultural o processo de mistura, conjunção, intercurso de diferentes culturas, e as identidades, nessa óptica, não estariam mais segregadas, separadas, divididas.

O hibridismo cultural, como propõe Canclini (2011), transpassa barreiras e dá ao sujeito novas formas de significação social. Esse sujeito que vivencia o processo de junção de duas ou mais diferentes matrizes culturais tem nas mãos múltiplas possibilidades de construção de suas identidades. O autor salienta que as culturas contemporâneas podem ser ditas de fronteiras. São resultantes do contato com o “outro” e decorrentes dos deslocamentos de bens simbólicos.

A tradição nordestina na identidade piauiense

Representado na mídia nacional como uma cultura fortemente ligada às tradições, que tem em seus componentes a representatividade do couro, já que é uma cultura calcada numa das principais atividades econômicas da região, a pecuária, o Nordeste foi inventado pelo Sul-Sudeste, construído pelo olhar de outros estados, como Rio de Janeiro, Minas Gerais e, principalmente, São Paulo, tido na década de 1930 como o centro econômico e político do país. Para os intelectuais da época, São Paulo assemelhava-se à Europa, e o Nordeste tinha uma imagem medieval, de subdesenvolvimento econômico, político e social, marcado pelo atraso em relação ao restante do país, preconceito internalizado por vários estados brasileiros (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2006).

Na literatura, na música, no romance, nas imagens midiáticas, o Nordeste é narrado como um espaço de contra-

dição, da saudade, da tradição sertaneja, da ingenuidade. Não se exaltam suas belezas naturais, suas particularidades; fala-se do atraso, das dificuldades financeiras, e seus habitantes são vistos como uma “raça inferior”.

A construção das identidades nordestinas, principalmente pela mídia nacional, segue ainda hoje os traços de uma cultura sertaneja. E as identidades piauienses também são balizadas pelas características e pelos estereótipos gerais criados para o Nordeste, fato que pode ser percebido não só na narrativa nacional, mas também em muitas produções das TVs locais, que ainda tentam identificar o piauiense como fortemente marcado pelos componentes da cultura sertaneja.

Por meio da ideologia da tradição sertaneja, da figura do vaqueiro, da valorização do couro, do messianismo, a memória histórica do piauiense é acionada no sentido de observar esses símbolos como autênticos representantes da identidade cultural do Piauí como se, ainda hoje, eles tivessem a mesma importância que tiveram em épocas passadas, quando se vivenciava o auge da pecuária.

Existe um Nordeste inventado pelo Sul-Sudeste tomado como estereótipo geral para traduzir todos os estados nordestinos, mas existe outra identidade que não é tratada, a identidade que reflete a particularidade de cada estado que integra a região. Desse modo, as identidades nordestinas foram inventadas tendo como pano de fundo os traços instituídos por Hall (2000) e Featherstone (1997) ao tratar do sentimento de nação, que funcionaria como uma comunidade imaginada que dá aos sujeitos a ideia de estarem aglutinados entre experiências comuns e pertencerem a uma mesma realidade, a ideia de uma “camaradagem”, que dá aos sujeitos a noção de um lugar simbólico no qual estão inseridas suas memórias coletivas, laços familiares, afiliações, discursos, instituídos como verdade nas mídias locais e que garantem, em certa medida, a perpetuação de tradições que já não traduzem mais a realidade.

A identidade sertaneja piauiense: tradições e ideologias

Ranger e Hobsbawn (2012), num aprofundado estudo sobre as tradições, afirmam que muitas delas são relativamente recentes e foram, em muitos casos, inventadas. Os autores usam o conceito *tradições inventadas* para fazer referência às tradições com as quais os sujeitos sempre tiveram contato e são formalmente institucionalizadas e também

às que surgiram mais recentemente, sobre as quais não se pode afirmar com facilidade como se deu o seu surgimento. As *tradições inventadas*, na concepção dos autores, fazem referência a

Um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas de natureza ritual ou simbólica, que visam inculcar certos valores e normas de comportamentos através de repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível tenta-se estabelecer a continuidade com um passado histórico apropriado (HOBBSBAWM & RANGER, 2012, p. 9).

Para Hobsbawn (2012, p. 10), a invenção das tradições faz parte de um processo de formalização e ritualização que usa da repetição e imposição como forma de referir-se a um passado histórico. Assim, essas tradições inventadas são caracterizadas por estabelecer uma relação artificial com o passado. “Elas são reações a situações novas que ou assumem a forma de referência a situações anteriores, ou estabelecem seu próprio passado através da repetição quase que obrigatória”.

Giddens (2003) defende que as tradições são uma das formas mais eficazes e mais comumente utilizadas por grupos hegemônicos para a perpetuação do poder. Pela insistente repetição que se faz sobre os dogmas das tradições, estas seriam facilmente internalizadas, e os poderes instituídos e legitimados, assumidos como verdades inquestionáveis. O autor também tece uma crítica aos trabalhos de Ranger e Hobsbawn (2012) ao enfatizar que não existem tradições genuínas, pois todas são inventadas. Para ele, as tradições não são puras ou imutáveis; elas sofrem ressignificações no decorrer do tempo, por isso são constantemente inventadas e reinventadas. Segundo Giddens (2003), a persistência no tempo não é uma característica definidora da tradição; o que a distingue é o ritual e a repetição de que ela está envolta. A tradição funcionaria como um tipo de verdade e teria como um dos conceitos básicos o conservantismo, já que muitos conservadores a têm como uma sabedoria acumulada. O autor alerta para o fato de que as tradições não devem ser assumidas de maneira irrefletida, e os sujeitos devem ter uma postura crítica frente a tais práticas na contemporaneidade.

A tradição é ambivalente: por um lado, parece satisfazer o desejo de manter as coisas como estão, sem mudanças. E por outro, há o desejo de ruptura, fazendo surgir novas formas de significação. A tradição funciona como um mecanismo capaz de moldar identidades, instituir identificações, significações sociais. Aglutinaria as pessoas frente a experiências de vida comuns, espaço onde se reconheceriam e compartilhariam as mesmas práticas simbólicas. Assim, as tradições funcionariam para legitimar determinadas instituições, manter a coesão social, o poder e a dominação, enfim, são ideológicas.

Os discursos e a construção de identidades

O discurso, segundo Fairclough (2001), é uma prática social, e não uma atividade individual. Deve ser entendido como um modo de ação, uma maneira de agir sobre o mundo. O discurso é uma prática de representação e significação do mundo, contribui para a constituição das dimensões da estrutura social que o moldam ou restringem, agindo diretamente nas normas e convenções sociais, relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. “O discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis” [...] (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Uma das coisas atribuídas ao discurso, na concepção de Fairclough (2001), refere-se à construção de identidades sociais. Na visão do autor, o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença, atua na construção de relações sociais, formula as posições dos sujeitos sociais e os tipos de eu.

Nas análises empreendidas por Charaudeau (2007), o discurso não é a língua e está sempre voltado para outra coisa que vai além das regras de linguagem. É um resultado da combinação de quem fala ou escreve com a maneira como se fala, reflete a identidade de quem fala e daquele a quem se dirige o discurso. O discurso é, antes de tudo, relacional, e seu sentido é construído pela ação linguageira das pessoas em situações de troca social.

De acordo com Pinto (2002), a compreensão do discurso vai além do que o texto diz ou mostra, pois não se trata de uma interpretação semântica de conteúdos. Para ele, as maneiras de dizer num texto, por exemplo, podem se dividir entre os modos de mostrar, interagir e seduzir, ofertando, assim, modos de vista ao público.

Os discursos são práticas sociais. São desenvolvidos na relação entre os sujeitos e dialogam intimamente com suas identidades. Refletem relações de poder, são ideológicos. Os discursos, e principalmente o discurso midiático, estão estruturados a partir de representações simbólicas.

Traçando um paralelo entre os discursos e a construção de identidades, a TV Meio Norte, por meio da “Caravana Meu Novo Piauí”, tem como pano de fundo o engrandecimento local, a construção de identidades piauienses. O programa faz parte da estratégia de regionalização da emissora, que busca cativar o público pelo discurso de que, nessa emissora, o Piauí é visto por inteiro, e a narrativa produzida é um local de identificação, visibilidade, familiaridade.

A Caravana Meu Novo Piauí

Denominada de caravana, o programa da TV Meio Norte (televisão regional, independente) é composto por uma série de matérias especiais resultantes de um “passeio” por municípios piauienses. Mensalmente, uma equipe jornalística é enviada para determinada cidade do estado do Piauí e lá narra a história do local, dos habitantes, exaltando e apresentando as potencialidades de cada cidade, bem como as características marcantes da população.

A caravana realizada na TV Meio Norte foi exibida de julho de 2009 a fevereiro de 2010 e recebeu a denominação “Meu Novo Piauí”. Ao todo, três equipes de jornalistas, entre TV, jornal e Portal Meio Norte, além de técnicos, fizeram parte do projeto. Na TV, as reportagens foram veiculadas diariamente, uma semana por mês, nos programas “Agora”, no período vespertino, e “70 Minutos”, no período noturno.

Análise da tradição sertaneja no programa “Caravana Meu Novo Piauí”

Para a análise, foram usadas como amostra duas matérias produzidas pela “Caravana Meu Novo Piauí” na cidade de Barras, município piauiense localizado na região norte do estado. A primeira trata das tradições em Barras, e a segunda conta sobre a atividade dos vaqueiros. O método de análise está fundamentado nos estudos de Fairclough (2001, p. 234) sobre a análise crítica dos discursos que se fundamenta na “análise dialética entre elementos semióticos (inclusive a linguagem) e outros elementos presentes nas práticas sociais”, entre os quais se destacam as relações sociais, as identidades sociais e os valores culturais.

O discurso, nessa perspectiva, deve ser analisado a partir da concepção tridimensional: texto, prática social e prática discursiva. Para Fairclough, a análise crítica do discurso não considera apenas a análise textual (produção, distribuição e consumo do texto), mas também a análise das práticas discursivas que variam de acordo com os fatores sociais e a própria análise das práticas sociais. Segundo o autor (2001, p. 229),

[...] seu objetivo é mostrar como a linguagem atua em processos sociais. Ela [a análise] é crítica no sentido de que seu objetivo é mostrar caminhos não óbvios pelos quais a linguagem se envolve em relações de poder e dominação e em ideologias.

A primeira matéria analisada tem como título “Tradições Barras” e abordou a preservação de costumes e tradições na cidade citada. A cena (1) é iniciada por uma narração em *off*³ da repórter sobre a religiosidade na cidade de Barras. Ela começa a matéria dizendo: “A devoção a Nossa Senhora da Conceição é a marca da religiosidade do município”. Nas imagens de fundo, a igreja de Nossa Senhora da Conceição, feitas no ângulo frontal, mostram a grandiosidade da construção, e o *close*⁴ é dado à imagem da santa, localizada no altar do templo. Logo em seguida,

³ Quando a voz do repórter, entrevistado ou apresentador está ausente na cena. Suas vozes são cobertas por imagens.

⁴ É quando a câmera enquadra apenas uma parte de algo que está sendo exibido.

com a câmera em movimento, é exibida a imagem do túmulo de uma jovem que morreu no dia do casamento e é tida como santa para a população local. Na cena, são focalizadas as oferendas da população à moça a quem se atribuem diversos milagres. A câmera mostra primeiramente a imagem do túmulo e, em seguida, vai para um coreto, local onde acontecem romarias. Nesse momento, a repórter, numa narrativa em off, diz: “Uma das características de Barras é a preservação de tradições e costumes”. Como se fala em religiosidade, mostram-se três símbolos que resultam de práticas religiosas: primeiramente, a igreja católica; depois, o túmulo da jovem; por fim, o coreto. Imagina-se que os efeitos de sentido sejam enfatizar o texto, que trata da valorização das práticas católicas, por isso, primeiro, se mostra o templo onde são feitas as reuniões; depois, o túmulo com oferendas para a beata; por fim, o coreto, que recebe as procissões de santos.

O que se pode perceber na cena (1), no trecho em que a repórter fala “A devoção a Nossa Senhora da Conceição é a marca da religiosidade do município”, é que a narrativa valoriza, dentre os aspectos que poderiam ser destacados na cidade, a naturalização da religiosidade, mas uma religiosidade fundamentada principalmente no catolicismo. Outras práticas religiosas que podem acontecer na cidade são esquecidas e silenciadas na matéria. O Brasil é um país majoritariamente cristão, sendo a maior parte da população católica e lembrar o município por esse aspecto pode trazer à cidade um olhar positivo do resto do Piauí. O discurso empregado pela matéria reflete uma harmonia entre o que é narrado e a prática social, entre o ser religioso e, assim, socialmente aceito e admirável, e a maioria é tomada como totalidade. A religião católica é destacada como se fosse a única religião.

Ainda na cena (1), no segundo trecho destacado da matéria – “Uma das características de Barras é a preservação de tradições e costumes” –, a repórter deixa claro que uma das características do município de Barras é a religiosidade e, como foi este o enfoque escolhido para a matéria, pode-se verificar a importância dada a esse traço de identidade cultural. Supõe-se que, na reportagem, a ênfase na valorização dos costumes e tradições na cidade de Barras tenha o sentido de identificação, diferenciação. No início da matéria, alguns pontos da cidade são apresentados, mas de forma bem rápida, tais como: número de habitantes e os dois rios que banham a cidade (Longá e Maratauã). O foco mesmo é a preservação de tradições, costumes, o valor da religiosidade.

A religiosidade, a fé, o messianismo de forma geral, são elementos muito presentes nos discursos que remetem à cultura nordestina e, por consequência, a cultura piauiense. O barrense é tido como um homem que valoriza as tradições, os costumes e que tem na lei divina as diretrizes a serem seguidas. Seu destino é depositado na fé de que “Deus provará”, segundo o programa.

Na cena (2), o destaque é o acompanhamento do cotidiano de uma rezadeira local, que mostra como é feito o ritual de purificação do enxoval e do corpo dos recém-nascidos, prática muito comum no município e que serve, segundo a rezadeira, para espantar doenças como gripe, convulsão e outras. Na cena, as casas visitadas são humildes, têm poucos móveis, as pessoas são simples e se vestem com roupas rústicas. O final da matéria é marcado pelo seguinte comentário da rezadeira entrevistada: “É uma tradição que aprendi com meus pais e estou passando para os meus filhos”.

A cena (2) tem caráter apelativo às emoções, já que inicia com o depoimento de uma jovem que teve dois filhos desenganados pelos médicos e curados pelas rezadeiras. Com música de fundo suave, momentos de silenciamento da entrevistada – que se emocionou ao contar sua história – e a câmera com *bigclose*⁵ em seu rosto, focalizando lágrimas, a cena teve como efeito de sentido chamar a atenção do telespectador, tocar suas emoções. Observa-se também, na cena, o sentido de validação do ritual pela fala da rezadeira, que afirma que a tradição tem sido passada de pai para filho, uma forma de enfatizar que esse tipo de procedimento é muito comum na cidade e reflete experiência.

O que se pode observar é que a narrativa retrata a fé se sobrepondo à ciência, fato que pode ser observado na fala da jovem mãe entrevistada. Outro ponto que pode ser percebido é a ausência do Estado oferecendo saúde de qualidade no município. Em vez de a matéria ter tratado, por exemplo, da possível existência de um hospital de última geração na cidade ou de profissionais qualificados, falou-se da cura pela fé. Do ponto de vista científico, quanto maior a presença da cura pela fé, maior a ausência do progresso científico.

A cena (3) da matéria de valores e tradições em Barras dá destaque ao centro de confecção de mortinhas de

⁵ Tomada próxima que exhibe um pequeno detalhe.

Barras, roupa utilizada para envolver o cadáver que vai ser sepultado. A cena tem início com a imagem de mulheres trabalhando na confecção das peças em um galpão amplo. A cena começa com uma *passagem*⁶ da repórter (ao fundo uma das costureiras mais antigas do centro) e o texto: “Neste centro de produção, o costume da cidade foi incorporado ao trabalho das costureiras. A máquina é moderna, mas o que dona Francisca está costurando é o que há de mais tradicional no figurino nordestino, uma mortalha”.

Na cena (cena 3), por meio de sua fala introdutória, a repórter enfatiza que a peça de roupa é muito tradicional na cultura nordestina e que ainda hoje as pessoas são enterradas com elas. Percebe-se que a repórter faz um jogo de palavras entre “modernidade” e “tradição”. Moderno, quando se refere à tecnologia utilizada para a produção das roupas; e tradição, quando faz referência à própria roupa, como se as duas instâncias dialogassem na preservação dos costumes, como se a tecnologia possibilitasse que as tradições continuem vivas.

Outro sentido percebido na matéria vai ao encontro ao que Fairclough (2001, p. 200) denomina de modalidade objetiva, que implica alguma forma de poder e refere-se à falta de clareza do ponto de vista que está sendo projetado pelo falante. “Não se sabe se o falante está projetando seu ponto de vista como universal, ou agindo como um veículo para o ponto de vista de um outro indivíduo ou grupo”. No caso de a narrativa ser construída pela mídia, considerada por muitos como o quarto poder, sobretudo pela TV, que é um meio popular de comunicação, o ponto de vista construído na matéria pode ser tido como uma verdade.

É quase certo que existam outras práticas religiosas na cidade de Barras, assim como também práticas médicas bem-sucedidas e outros pontos característicos da cidade, como aspectos econômicos, políticos, sociais, belezas naturais, mas a matéria enfatizou apenas religiosidade como definidora do município. Nesse sentido, o traço identitário construído pela TV Meio Norte no município de Barras é a religiosidade católica.

Na segunda matéria analisada, que também teve como cenário o município de Barras, o destaque foi dado à história dos vaqueiros locais. A reportagem recebeu a denominação de “vaqueiros”. As imagens da abertura mostram

⁶ É o momento em que o repórter aparece na matéria para destacar um aspecto da matéria.

uma grande boiada sendo levada por vaqueiros em uma estrada que vai dos municípios piauienses de Batalha, situado na região norte do Piauí, a Piracuruca, também situado na região norte do Estado. Os dois vaqueiros da cena estão com as indumentárias tradicionais (o gibão) e seguem pelo caminho conduzindo a boiada.

Na cena (1), a repórter aparece no meio de uma mata na garupa do cavalo de um vaqueiro. Ela usa o ambiente para fazer uma *passagem* e dizer que aquele vaqueiro teve nove filhos e nenhum deles quis seguir a profissão do pai. Em outra tomada, o vaqueiro, de pé ao lado do cavalo e a imagem de um rio ao fundo, diz que não quis que seus filhos seguissem sua profissão, por isso os colocou para estudar e assim ter novas perspectivas profissionais.

Nessa primeira cena, o destaque é o desinteresse de jovens pela profissão de vaqueiro, fato mencionado em uma das falas iniciais da repórter e enfatizado em dois momentos: pelo vaqueiro que diz que nenhum de seus filhos seguiu a profissão e quando a repórter chega a uma loja que vende gibão (cena que não foi citada na descrição) e o vendedor diz que a peça sai pouco por conta do número reduzido de vaqueiros. Os sentidos percebidos nas duas cenas são o esmaecimento da figura do vaqueiro e a perda de força dessa tradição diante da falta de interesse dos jovens e até mesmo da falta de incentivo dos vaqueiros mais antigos que relatam, como no caso da matéria, querer que os filhos tenham outras perspectivas profissionais.

A cena (2) tem início com uma narrativa em *off*, coberta pela imagem do vaqueiro a cavalo pela cidade e o texto da repórter: “Mas o vaqueiro é bem remunerado. Ganha em média 800 reais por mês”. Logo depois, são mostradas cenas do vaqueiro galopando, com um sorriso estampado no rosto. As imagens são rápidas para reproduzir o movimento. No final da cena, o vaqueiro dá um testemunho, dizendo que é realizado em sua atividade. Nesse momento, percebe-se uma contradição na matéria, já que, na primeira cena, fala-se do esmaecimento da figura/profissão do vaqueiro e, nessa cena, acontece a valorização da figura do vaqueiro, que pode ser identificado em dois momentos principais: 1) quando a repórter diz que o salário do profissional é bom; e 2) nas imagens, de certa forma romantizadas, do vaqueiro em pleno exercício da função e na imagem final em que o vaqueiro aparece dizendo que é realizado. O efeito de sentido percebido nessa cena é o de reerguer a figura do vaqueiro, fazê-la ainda representativa, mostrando que não se trata apenas de uma tradição, mas de uma profissão como qualquer outra, capaz de trazer boa remuneração e realização profissional.

Na mesma cena (cena 2), só que agora com o vaqueiro entrando na mata, a repórter fala do disque-vaqueiro, um número de telefone celular disponibilizado pelo profissional para que os fazendeiros que tenham perdido algum vaca o contatem com facilidade para capturá-la. Essa novidade tecnológica, segundo a matéria, tem trazido agilidade, comodidade e praticidade para o trabalho dos vaqueiros. Mas o que também chama a atenção nessa cena, tal como foi diagnosticado na matéria “Tradições em Barras”, é o diálogo entre tradição e modernidade. Como tradicional, observam-se a vestimenta e a própria figura do vaqueiro, e como tecnológico, o celular. E o que pode ser destacado é que ambas as instâncias (tradição e modernidade) são vivenciadas com intimidade pelo entrevistado.

A cena (3) tem início com o toque de um aparelho de telefone celular. O vaqueiro atende e recebe um chamado para trabalho. Na tela da TV, a legenda: disque-vaqueiro e o número do celular. No final da matéria, o vaqueiro fala do amor pela profissão, e, ao fundo, uma trilha sonora dá o tom de movimento, a câmera dá um *close* no sorriso feliz do vaqueiro, que retira o chapéu como se se dirigisse ao público. Ainda na cena (3), percebe-se a tentativa da reinvenção da tradição pelo uso de novas tecnologias. O vaqueiro fala com felicidade e intimidade da nova ferramenta usada, o telefone celular, para ser contatado quando algum fazendeiro precisa de seus serviços. Para ele, a ferramenta melhorou a comunicação e trouxe mais agilidade ao trabalho. Essa cena reflete também a discussão do início deste trabalho: embora a tradição seja descrita de forma estereotipada, tem, em cada região, seus aspectos particulares, suas características próprias.

Considerações finais

A TV Meio Norte ainda aposta numa identidade estereotipada criada para o Nordeste como forma de traduzir o Piauí. A tradição da cultura sertaneja nordestina ainda é a peça-chave na narrativa, e a preservação de costumes e tradições é vista como aspecto positivo, diferenciador, identificador. A identidade piauiense ainda é fortemente ligada a traços pertencentes ao passado que já não identificam o Piauí como um todo.

Nas duas matérias analisadas, pode-se perceber um diálogo entre tradição e modernidade. As tecnologias são

usadas como forma de manter vivas algumas tradições e até ressignificá-las, reinventá-las. Desse modo, as tradições são, em certo sentido, revisitadas indo ao encontro das práticas modernas da contemporaneidade. Nas matérias analisadas, também foi possível perceber que o traço identitário cultural piauiense construído pela TV Meio Norte, sobretudo no município de Barras, tem como componentes a religiosidade, especialmente manifesta pela prática católica, e a representatividade da figura do vaqueiro, dois pontos pertencentes à cultura sertaneja.

A narrativa da identidade piauiense realizada pela TV Meio Norte vai ao encontro do que Hall (2000) denomina do discurso da cultura nacional, responsável por construir identidades ambíguas, baseadas em ponte entre passado e futuro, glórias passadas e impulsos para o avanço em direção à modernidade. Também se pode fazer uma ligação com as identidades legitimadoras estabelecidas por Castells (1999), que são introduzidas pelas instituições dominantes da sociedade com objetivo de expandir e racionalizar sua dominação e têm em sua base os aspectos tradicionais da cultura, prática facilmente constatada na narrativa.

A tradição cria o sentimento de nação. É frente às experiências comuns que os sujeitos se aglutinam e internalizam a ideia de representatividade. Por isso, valorizar o apego às tradições e costumes é a estratégia escolhida pela emissora. As identidades piauienses são construídas pela TV Meio Norte a partir da narração de um sentimento de localidade que aglutinaria os sujeitos de modo a que se sejam representados pelo que é veiculado pela emissora (sentimento de pertença e visibilidade), ao mesmo tempo em que a emissora garante, assim, um público fiel.

A TV Meio Norte é uma mídia nordestina, mas não deixa de ser mídia. Por isso, ao mesmo tempo em que tenta contrapor o discurso estereotipado que utiliza uma imagem geral como tradução de toda a região Nordeste, trazendo algumas particularidades locais e enaltecendo características singulares piauienses, em certa medida, acaba validando estereótipos gerais como modo de aglutinar os telespectadores, identificando-os dentro da narrativa.

Nos discursos que compõem as duas matérias, a modalidade objetiva de Fairclough (2001) está presente. Por esse recurso, há um reforço da posição favorável, construção de representações e avaliações positivas no tocante à

preservação de costumes, tradições, da perpetuação dos componentes da cultura sertaneja nordestina como identificação da cultura piauiense. Além disso, passa uma visão unificadora, por vezes tida como inquestionável para os telespectadores. Isso resulta em maior credibilidade no que está sendo dito e, conseqüentemente, em maior adesão por parte do público.

Referências

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. M. A invenção do Nordeste e outras artes. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- BAUMAN, Z. Identidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- CANCLINI, N. G. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2011.
- CASTELLS, M. O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v. 2.
- FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2001.
- GIDDENS, A. Mundo em descontrol: o que a globalização está fazendo de nós. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- PINTO, M. J. Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.
- SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1995.

Sistema Meio Norte lança “Caravana Meu Novo Piauí”. Conheça Agora! meionorte.com, Teresina, 03 jul. 2009. Disponível em: <<http://www.meionorte.com/noticias/geral/sistema-meio-norte-lanca-caravana-meu-novo-piaui-76268.html>>. Acesso em 5 jun 2012.

Artigo recebido em 26.06.2013. Aceito em 12.7.2013.