

g 'Maria Regina Baracuhy Leite

Professora do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da UFPB/CCHLA. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa.

✉ E-mail: mrbaracuhy@ig.com.br

61



Reprodução digital

Propaganda turística e cordel: esteriótipos e silenciamentos na construção da identidade nordestina

... a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente.

(Stuart HALL)

Não se pode falar sobre identidade sem falar em alteridade, porque é pela diferença que se constrói a identidade. Desse modo, o conceito de identidade implica “estar em relação a”, porque não há “nós” sem o “outro”. Ambos são pares indissociáveis (FRANÇA, 2002).

Stuart Hall (2001) apregoa que não há identidades fixas, estáveis, unificadas nas sociedades modernas, até porque o cenário contemporâneo, midiático e globalizado torna as mudanças cada vez mais rápidas e constantes. Com o progresso e a expansão das tecnologias de comunicação, diferentes regiões do mundo são postas em interconexão, e práticas sociais são constantemente reformadas, re-examinadas à luz das informações recebidas. Em decorrência disso, na modernidade, as identidades são móveis, cambiantes, estão “em processo de construção”. Hall concebe a identidade como um processo cultural, construída nos discursos sociais que circulam em uma dada sociedade. Ele argumenta que

É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em lugares históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas.

A mídia constrói identidades fragmentadas e estereotipadas para o Nordeste, ora significando-o como paraíso, ora significando-o como seca e miséria. Objetivamos, neste ensaio, enfatizar dois olhares sobre o Nordeste: o do discurso da literatura de Cordel e o outro, que se observa no discurso da mídia, especificamente no da propaganda turística oficial sobre o Nordeste, a fim de fazer emergir os silenciamentos e os estereótipos de que ambos se utilizam na construção da identidade nordestina. Para isso, escolhemos para análise o folheto *Viagem a São Saruê*, de Manoel Camilo dos Santos, paraibano, autor de mais de oitenta folhetos, um dos maiores expoentes da Literatura de Cordel, no Brasil. *Viagem a São Saruê* é o seu poema mais conhecido, tendo, inclusive, tradução feita para o francês em 1979. Esse folheto, de dez páginas com 31 sextilhas

e duas décimas, destaca-se entre os demais por apresentar o Sertão, não do ponto de vista de sua realidade sócioeconômica como lugar de seca, miséria e fome, mas desconstruindo esse real histórico e re-territorializando-o numa dimensão utópica de paraíso idealizado. Com isso, ele torna possível outra identidade para o espaço sertanejo, que, focalizado nessa perspectiva utópica, assemelha-se ao litoral. Além disso, possibilita entender que o sertão, assim como o litoral, são invenções históricas e construções culturais.

Em *Viagem a São Saruê*, instituem-se os valores, os costumes, as tradições do povo sertanejo pela construção de uma rede simbólica povoada por mitos e imagens presentes no imaginário social brasileiro. Como inversão da imagem do Nordeste pobre e sofredor, São Saruê é o sonho que projeta no futuro as expectativas do presente; é a construção mítica do sertão marcado pela fartura, beleza e felicidade perenes. Segundo Fiorin (1996: 10), o mito é

... uma súplica do conhecimento de cada cultura a respeito das grandes questões com que o ser humano sempre se debateu. Vive porque responde à angústia do desconhecido, do inexplicável; dá sentido àquilo que não tem sentido. (...) Precisamos das utopias, que, sendo uma espécie de mito pré-construído, têm a função de organizar e de orientar o futuro.

“Como

inversão da imagem do Nordeste pobre e sofredor, São Saruê é o sonho que projeta no futuro as expectativas do presente...”

A viagem, no universo poético de São Saruê, assinala um deslocamento espacial que estabelece dois universos: o sertão imaginado, idealizado, é o “lá” para onde vai o poeta, diferente do sertão real onde está/vive o poeta. Entretanto, os valores, os costumes e as tradições sociais são os mesmos lá e cá.

O discurso apocalíptico e profético de Antônio Conselheiro — protagonista da Guerra de Canudos, episódio histórico acontecido no interior da Bahia que vai ser inúmeras vezes retomado nos folhetos da Literatura de Cordel —, encontra-se sintetizado na seguinte frase: “então o sertão virará praia e a praia virará sertão”. Esse é o enunciado que permanecerá na memória social, histórica e que ecoará em discursos vários sobre o sertão. É ele que vai ser retomado em *Viagem a São Saruê* pela via do interdiscurso, uma vez que esse enunciado não aparece de forma explícita na materialidade verbal, mas constitui-se no “já-dito” que dá legitimidade à narração do Cordel.

Ao surgir da nova aurora
senti o carro pairar
olhei e vi uma praia
sublime de encantar
o mar revolto banhando
as dunas da beira mar

Uma barra de ouro puro
servindo de placa eu vi
com as letras de brilhante
chegando mais perto eu li
dizia: — São Saruê
é este lugar aqui.

O desejo do enunciatador de modificar a paisagem sertaneja, trazendo o “mar para o sertão”, relaciona-se com o mito do paraíso tropical¹, como também remete para a crença sertaneja de que, existindo “água” no sertão (realidade empírica), o problema da seca seria solucionado. Para os sertanejos, a água representa fartura, abundância de alimentos, riqueza. No Cordel de São Saruê, a água é também representada numa perspectiva mítica, como fonte/rio da eterna juventude. Esse mito remete para a visão do paraíso celeste relatada no livro bíblico do Gênesis. Note-se que há toda uma rede discursiva (discurso religioso, geográfico) que se interrelacionam para construção da utopia sertaneja.

Lá tem um rio chamado
o banho da mocidade
onde um velho de cem anos
tomando banho a vontade
quando sai fora parece
ter vinte anos de idade

Por outro lado, o mito da eterna juventude — constantemente retomado em nossa sociedade de consumo que impõe, como ideal de beleza, o corpo jovem e saudável —, impõe condutas (por exemplo, fazer correções estéticas para ter aparência mais jovem) e reaviva preconceitos como a associação da velhice a doenças e à insanidade, que denotam a desvalorização do idoso na sociedade atual.

A representação social da mulher, na ótica sertaneja, também revela preconceitos. São muitos os adjetivos na construção do padrão feminino ideal: bonita, formosa, bem-educada, bem-vestida, simpá-



Reprodução digital

tica e decente. Isso significa a não-aceitação das diferenças sociais com a consequente exclusão das que não se enquadram nesse modelo, como avalia o enunciatador:

Lá não se vê mulher feia.
e toda moça é formosa
bem educada e decente
bem trajada e amistosa
é qual um jardim de fadas
repleto de cravo e rosa.

Para elaborar a utopia da cidade perfeita, o enunciatador o faz pela retomada do discurso bíblico do paraíso celestial, descrito pelos profetas do Antigo Testamento: a terra cortada por rios onde correm leite e mel, por onde se derramam pedras preciosas nas montanhas e onde existe a promessa de fartura e felicidade permanentes.

! 1 Em seu livro, *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária* (2000), Marilena Chauí argumenta que a representação social do Brasil enquanto nação é pautada no mito fundador do paraíso tropical, que vem sendo construído desde 1500 com o acontecimento histórico da chegada dos portugueses ao Brasil. É pela repetição desse mito, que circula em vários discursos sociais, como o da propaganda turística, o da música, o da literatura, dentre outros, que vai se tecendo a história da nação-Brasil. Ao se apropriar desse mito para caracterizar a costa litorânea, o discurso da propaganda turística sobre o Nordeste o parafraseia incessantemente a fim de dar credibilidade aos dizeres que constituem o referido discurso.

Lá eu vi rios de leite
barreiras de carne assada
lagoas de mel de abelha
atoleiros de coalhada
açudes de vinho do porto
montes de carne guisada

Lá existe tudo quanto é de beleza
Tudo quanto é bom, belo e bonito,
Parece um lugar santo e bendito
Ou um jardim da divina Natureza:
Imita muito bem pela grandeza
A terra da antiga promessa
Para onde Moisés e Aarão
Conduziam o povo de Israel,
Onde dizem que corriam leite e mel
E caia manjar do céu no chão.

Toda essa descrição da natureza articulada ao discurso religioso, explicitamente citado na materialidade do folheto (o Jardim do éden, a “viagem” do povo de Israel para a terra prometida de Canaã), revela a grande fé do sertanejo. De acordo com Gomes (1998: 127):

os sertanejos devotam mais atenção a Deus e às interdições e dogmas que Lhe sustentam, do que propriamente às atividades da igreja, aos santos e padres, ou, em outros termos, aos tipos institucionalizados de conduta religiosa.

Assim como no Cordel, a propaganda turística sobre o Nordeste se apropria do discurso religioso para descrever a paisagem que ela anuncia. Também as propagandas, que tratam do sertão, enfatizam a fé do sertanejo, traço identitário formador de sua imagem social nos vários discursos que circulam sobre o sertão. Enfim, o discurso religioso é constituinte da representação so-

cial nordestina, na medida que é constantemente retomado, repetido tanto em nível interdiscursivo como intradiscursivo.

Não há, no folheto *Viagem a São Saruê*, nenhuma referência explícita de que o “lá” — recurso estilístico utilizado no poema, em que o advérbio de lugar se repete muitas vezes no início do verso, num processo anafórico para (de)marcar o lugar idealizado —, seja uma referência ao sertão nordestino. No entanto, essa interpretação é possível devido à narrativização dos costumes sociais que revelam sua identidade sócio-cultural. Por exemplo, os hábitos alimentares do povo sertanejo, as comidas “típicas” utilizadas na caracterização do cenário utópico, como a mistura do queijo com a rapadura (“as pedras em São Saruê são de queijo e rapadura.”), a coalhada e o puro mel de abelha (“lagoas de mel de abelha/ atoleiros de coalhada.”), a pamonha (“milho a espiga é pamonha e o pendão é pipoca.”), a tapioca, a referência à cana-de-açúcar, cujo cultivo histórico no Nordeste rendeu fortuna aos usineiros, grandes latifundiários.

Maniva lá não se planta
nasce e invés de mandioca
bota cachos de beiju
e palmas de tapioca
milho a espiga é pamonha
e o pendão é pipoca

As canas em São Saruê
não tem bagaço (é gozado)
umas são canos de mel
outras açúcar refinado
as folhas são cinturão
de pelica e bem cromado

A definição, que o enunciador faz do povo de São Saruê, revela como o sertanejo se auto-representa socialmente: feliz, decente, rico, civilizado, bom,

alegre e forte. Esses elementos que constituem a identidade social do sertanejo servem para caracterizar a representação coletiva que se tem do nordestino, pois é também essa representação social, a que aparece no discurso da propaganda turística sobre o Nordeste.

Quando visitei o povo
Fiquei de tudo abismado
Uma gente alegre e forte
Um povo civilizado
Bom, tratável e benfazejo
Por todos fui abraçado.

O povo em São Saruê
Tudo tem felicidade
Passa bem anda decente
Não há contrariedade
Não precisa trabalhar
e tem dinheiro à vontade.

Note-se a diferença entre a construção da auto-imagem do sertanejo na literatura popular e na erudita. Na literatura de Cordel, expressão genuína da cultura sertaneja, a civilização é o sertão, enquanto na literatura erudita, o lugar civilizado é o litoral em contraposição ao sertão, que visto pelo olhar do outro, alhures, é o mato, a “terra sem lei”, a barbárie. Entretanto, o “ser forte” é um traço definidor por excelência, que aparece em todos os discursos sociais sobre o sertanejo. Nas palavras de Gomes (1998: 169), em seu estudo com informantes sertanejos para analisar o imaginário social da seca:

Ser sertanejo é ser forte. *Ser forte* é uma auto-referência coletiva, informando que algo inerente ao homem o faz ser assim: *forte, resistente*, e, como auto-imagem ‘heróica, brava e retumbante’, influi na auto-estima e fortalece a interface

compensatória, em vista da contingência social que os destruiria e oprime. Do ponto de vista concreto, o *ser forte* expressa a luta diária e histórica pela sobrevivência reprodutiva do trabalhador sertanejo, em contexto social e econômico perverso e injusto.

Outro elemento definidor do modo de vida “ideal” do sertanejo é a ociosidade. O discurso bíblico atravessa toda a materialidade do folheto, dando-lhe legitimidade. Como no jardim do éden celestial, na terra utópica de São Saruê, “o povo vive a gozar / tem tudo e não falta nada/ sem precisar trabalhar”. Conta-se, no livro do Gênesis, que somente depois de cometerem o “pecado original”, Deus expulsou Adão e Eva do paraíso e “puniu” a humanidade com o trabalho. “Comerás o pão com o suor do teu rosto”, diz a Bíblia. Nesse sentido, o trabalho é visto numa conotação negativa e a ociosidade, sendo seu oposto, seria o positivo, o ideal.

Por outro lado, em nossa sociedade capitalista, a ociosidade é vista como valor negativo, sinônimo de preguiça e vagabundagem. A questão do trabalho está associada a valores econômicos, à relação entre homem produtivo (que dá lucro às instituições sociais) e homem não-produtivo, que não trabalha, logo, não-valorizado socialmente. Todavia, quando se trata de práticas relacionadas ao lazer (também necessárias para a manutenção do sistema de produção), a imagem que se representa (como na propaganda turística do estado do Ceará) socialmente é a do homem nordestino na rede, ocioso, como sendo o ideal que se almeja alcançar. Em suma, os sentidos que circulam nos discursos sociais para definir a relação trabalho X não-trabalho variam de acordo com a formação discursiva e ideológica a que eles se filiam. Por isso, afirma Pêcheux (1988:

160) que as palavras, expressões, proposições mudam de sentido de acordo com as posições sociais daqueles que as utilizam, o que significa que todo dizer é regulado por uma ideologia e esta se produz justamente no ponto de encontro da materialidade da língua com a materialidade da história.

A linguagem utilizada no folheto de Cordel é outro traço identitário que caracteriza o “falar sertanejo” e ajuda a reconhecer a terra imaginária de São Saruê (o “lá”) como sendo o sertão. Observe-se o uso de regionalismos no emprego dos adjetivos “escangalhado” (desarranjado, desconjuntado) e “aloprado” (maluco); como também a utilização do nível de linguagem coloquial, simples, cotidiana, que remete para a condição sócioeconômica do cordelista e para o caráter popular desse gênero literário. Como exemplos, a utilização do verbo “botar” ao invés de colocar, pôr; os “desvios” da norma culta, várias vezes assinalados no texto com aspas para marcar o lugar do enunciador (“fechaduras de “rubim” ou “um anel de brilhante e de “rubim”), sua identidade linguística como poeta popular. Todas essas palavras e expressões caracterizam o falar nordestino e delimitam o espaço enunciativo, ao inseri-lo no universo regional sertanejo.

Lá os tijolos das casas
são de cristal e marfim
as portas barras de prata
fechaduras de “rubim”
as telhas folhas de ouro
e o piso de cetim

Os pés de chapéus de massa
São tão grandes e carregados
Os sapatos da moda
Têm cada chachos “aloprados”
Os pés de meias de seda
Chega vive “escangalhado”.

Enfim, o que se pretendeu mostrar com essa análise do folheto *Viagem a São Saruê* foi ressaltar o fato de que a construção de identidades para o Nordeste é um processo que se constitui pela alteridade, não pelo contraste ou oposição, mas pela heterogeneidade, pelo diálogo constitutivo entre o “eu” e o “outro”. É essa perspectiva que torna possível a “invenção do paraíso”, tanto no litoral como no sertão. Esses espaços são construídos discursivamente, não em função de suas configurações geográficas, mas a partir de uma rede utópica e imaginária, que se materializa através de símbolos e mitos em vários discursos sociais, como o da propaganda turística e o da literatura de Cordel.



BIBLIOGRAFIA

CHAUÍ, Marilena. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 1996.

FRANÇA, V. R. V. Discurso de Identidade, discurso de alteridade: o lugar do outro. In: FRANÇA, V.R. V. (org.). *Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. p.27-43.

GOMES, Alfredo Macedo. *Imaginário social da seca: suas implicações para a mudança social*. Recife: FUNDAJ, Editora Massangana, 1998.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 5 ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1988.