

A QUEM INTERESSA A TRADIÇÃO? – ANÁLISE DOS ELEMENTOS DA CULTURA SERTANEJA PRESENTES NOS PROGRAMAS ELEITORAIS TELEVISIVOS DA CAMPANHA PARA GOVERNADOR DO PIAUÍ, EM 2010

Nina Nunes Rodrigues Cunha (bolsista PIBIC/CNPq), Gustavo Fortes Said (orientador, Departamento de Comunicação Social – UFPI).

Introdução

Na literatura, na mídia, nas artes e na administração pública é nítido o esforço para associar a identidade cultural piauiense às características da cultura sertaneja. É inegável a forte participação de aspectos sertanejos na cultura regional, sobretudo se observado o processo histórico de povoamento do Piauí, mas a exagerada defesa da tradição sertaneja como único traço formador da cultura piauiense levanta a suspeita de que suas formas simbólicas modelam o contexto político-cultural em que se dá a manutenção de relações sociais baseadas no exercício desigual do poder, principalmente aquele relacionado à garantia de certos direitos e de construção de certas identidades. Nota-se que há uma operação ideológica na qual os elementos da tradição sertaneja se identificam de maneira inalterável com as práticas culturais aqui desenvolvidas, ensejando formas de sociabilidade e de experiência que endossam certas práticas políticas.

Em época de eleição, a prática simbólica que apela para a tradição cultural é amplamente utilizada em programas eleitorais. Foi o que se observou na campanha para Governador do Piauí, em 2010, quando o candidato governista utilizou enfaticamente um argumento voltado à defesa das 'raízes' simbólico-culturais do Piauí: a tradição sertaneja.

De que as tradições são importantes para construir um senso de pertencimento e conferir identidade aos grupos, ninguém duvida. No entanto, a tradição cultural, longe de ser apenas uma ordem de práticas herdadas, pode ser um conjunto de práticas e crenças manipuladas com fins identitários e até políticos (HOBBSAWN; RANGER, 2008). Desta maneira, este trabalho propõe uma análise crítica dos elementos da tradição sertaneja presentes na campanha eleitoral televisiva de Wilson Martins.

Metodologia

Foram selecionados oito programas televisivos, da campanha de Wilson Martins (PSB), ao Governo do Estado, em 2010. A análise foi feita de acordo com as técnicas empregadas pela análise de conteúdo categorial, que conforme Bardin (1977), atua através do “desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamento analógicos” (p. 153).

Os programas foram tratados como objetos de significação, para além do explicitamente dito ou expresso por cada produto, analisamos os significados não aparentes, dando vazão a inferências sobre as estratégias de produção dos textos para, em seguida, identificar e interpretar rubricas semelhantes. A formulação de inferências foi feita com base em todo o aparato teórico trabalhado, desde os conceitos sobre identidade cultural e tradição até os aspectos da cultura sertaneja

piauiense, legitimados por práticas sociais e em produções intelectuais, como no livro “A Civilização do Couro”, de Renato Castello Branco (1942).

Resultados e Discussões

a) Origem sertaneja

Castello Branco (1942) diz que o piauiense é um vaqueiro por conta da origem, já que descende dos criadores baianos que povoaram o Piauí. A raiz sertaneja dos piauienses é enfatizada pela campanha de Wilson, tanto que um dos *jingles* traz que: “Somos todos nós/ Filhos de um sertão/ Valente que o sol ardente...”. A canção anuncia que todos os piauienses descendem do mesmo sertão do candidato, que desde a primeira frase da canção se autodenomina como sertanejo: “Eu tenho um sertão valente no peito”.

Por se tratar de uma campanha governista, várias passagens de progresso e desenvolvimento no Estado são mostradas nas propagandas, no entanto, em muitas ocasiões são arrematadas pelo retorno a um passado pecuarista. Até mesmo quando as propagandas tratam de uma cultura maior, Wilson aparece com vestimentas sertanejas, como se em meio à variedade cultural ele representasse a cultura de maior aceitação no Estado.

b) Aspectos da personalidade do sertanejo

O vaqueiro é apontado como principal personagem do mito fundacional (HALL, 2002) piauiense, e a coragem, fundamental atributo destes desbravadores dos sertões, é tacitamente considerada como característica dos que nascem no Piauí. Um dos programas analisados narra a história de vida do candidato e tem como mote basilar a “coragem do sertanejo Wilson”.

Castello Branco (1942) relata que a vida sofrida desde a infância proporciona ao vaqueiro temperamento de guerreiro, que enfrenta bravamente as dificuldades. Nas entrevistas sobre a personalidade e imagem de Wilson, sejam elas com a família ou com eleitores, as características citadas estão sempre relacionadas ao perfil do sertanejo. No programa dedicado à juventude, o candidato é apresentado “como um ‘caba’ do sertão batalhador, digno de servir como exemplo”.

Em um dos programas, o narrador chega a dizer que: “[Wilson] Traz no coração a coragem do homem do sertão, a determinação pra superar desafios e a sensibilidade para compreender problemas”.

c) Linguagem sertaneja

Selecionamos como critério, a fala, que baseada na convivência social e cultural serve como elemento identificador do grupo ao qual pertence o sujeito falante. A maneira de falar e algumas expressões características permitem o reconhecimento da tradição sertaneja. Nas propagandas são utilizadas expressões como “botar catinga”, “côro”, “dificuldade”, “caba”. Também encontramos indícios da cultura sertaneja na entonação da voz, quando nos programas o narrador pronuncia as palavras de maneira cantada, como se estivesse narrando um cordel. Vale ressaltar que a literatura de cordel e a poesia popular iniciaram a representação do sertanejo nas letras.

d) Objetos e costumes típicos do sertão

O chapéu de couro do vaqueiro representa um dos maiores símbolos da cultura sertaneja e é muito utilizado na campanha televisiva do candidato. Em um programa aparece o lançamento da candidatura de Wilson, ocasião em que este discursa emocionado utilizando chapéu de vaqueiro, o que sugere que desde a sua “apresentação” eleitoral, ele pretende ser identificado como um representante sertanejo.

Em boa parte dos programas, Wilson aparece cercado de vaqueiros, mas mesmo sozinho, aparece montado a cavalo e com chapéu. O cavalo tem para o sertanejo uma importância única. Castello Branco (1942) diz que o piauiense com o cavalo parece formar um só “Dir-se-ia, neste momento, o apogeu de seu destino de campeador” (p.51).

e) Religiosidade

Mediante acontecimentos traumáticos e cíclicos, a estrutura moral do sertanejo é moldada, a religiosidade extrema, que beira o fanatismo, se enraíza. Para o sertanejo, tudo que acontece está relacionado aos desígnios de Deus, assim, a mentalidade religiosa o torna um ser resignado. (CASTELLO BRANCO, 1942).

A maioria dos cidadãos entrevistados pelas propagandas responde mencionando algo sobre Deus. Boa parte dos textos lidos nos programas tem passagens bíblicas e faz referência aos planos de Deus para a reeleição.

No programa que conta a biografia de Wilson é mostrada a passagem deste pelo colégio de padre jesuítas, Diocesano e, em seguida, uma foto da cerimônia de primeira eucaristia. Ao se referir aos piauienses, o candidato sempre menciona “meus irmãos”, o que sugere uma dupla associação, pois a irmandade contempla tanto a fé, quanto a origem - filhos de Deus e do sertão.

f) Traços da estrutura social

De acordo com Castello Branco (1942), foi instalado no Piauí um regime político tipicamente feudal, os proprietários de grandes extensões de terra juntavam todas as suas propriedades e fundavam a Casa de Telha, nela abrigavam família de empregados subordinados ao poderio dos patrões. Não encontramos vestígios nas propagandas que tratam abertamente desse domínio patronal, até mesmo porque seria uma anticampanha, mas no *jingle* “Filhos do Sertão” notamos um trecho que sugere associação com a relação hierárquica entre os coronéis e vaqueiros, quando algumas frases da música são respondidas com a subordinação exalada por “sim, senhor!”. Tal qual: “Wilson Martins, em frente que a gente vai, sim senhor!/ Wilson Martins, com ele que a gente vai, sim senhor!”.

Conclusão

O poder dos grandes proprietários de terra, geração a geração, delineou as estruturas sociais do Piauí, acompanhada de símbolos que edificaram a representação da tradição sertaneja. A

campanha de Wilson Martins se utiliza destes símbolos e afirma que todos os piauienses têm origem no sertão e o candidato, por sua vez, se apresenta como um legítimo representante da identidade cultural legitimadora (CASTELLS, 2008) do Estado. A presença dos elementos sertanejos nos programas eleitorais de Wilson pode ser encarada como fator de identificação capaz de estreitar laços de pertencimento junto aos eleitores, mas também sugere a intenção de apregoar a continuidade com um passado de ordem social e econômica favorável aos “donos do poder”, cabendo ao vaqueiro o comportamento resignado diante dos poderes que a ele escapam: poderes da natureza e poderes do coronel-patrão.

Segundo Giddens (1999), as tradições sempre incorporam poder e têm a capacidade de legitimar relações de autoridade. Portanto, a enfática recorrência dos aspectos da cultura do gado na campanha de Wilson indica, dentre outras coisas, a autenticação do poder mandatário deste governante, através da aclamação tradicionalista de uma cultura associada a práticas de domínio cômodas para quem está e pretende continuar no comando.

Apoio: CNPQ

Referências

CASTELLO BRANCO, Renato. **A civilização do couro**. Teresina, 1942.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HOBBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (org.). **A invenção das tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

Palavras-chave: tradição. Sertaneja. Cultura.