

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

*A QUIÉN LE IMPORTA LA TRADICIÓN?
ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA CULTURA
'SERTANEJA' PRESENTES EN LOS PROGRAMAS
ELECTORALES DE TELEVISIÓN DE LA CAMPAÑA
DE WILSON MARTINS PARA GOBERNADOR DO
PIAUÍ, EN 2010*

*WHO CARES ABOUT TRADITION?
ANALYSIS OF THE ELEMENTS OF 'SERTANEJA'
CULTURE PRESENT IN WILSON MARTINS
TELEVISION ELECTION PROGRAMS OF THE
CAMPAIGN FOR GOVERNOR IN PIAUÍ, 2010*

Recebido em: 30 out. 2014

Aceito em: 1 fev. 2016

Gustavo Fortes Said: Universidade Federal do Piauí
(Teresina-PI, Brasil)
Doutor em Ciências da Comunicação, professor do
mestrado em Comunicação da UFPI.
Contato: gsaid@uol.com.br

Nina Rodrigues Cunha: Universidade Federal do Piauí
(Teresina-PI, Brasil)
Mestranda em comunicação pela UFPI.
Contato: ninanunesrc@gmail.com

RESUMO

Relacionada com a atividade da pecuária e encontrando reforço nas mais variadas expressões artísticas e culturais, a tradição sertaneja é quase sempre citada como o principal elemento constituidor da identidade cultural piauiense. Se, por um lado, as relações sociais construídas no entorno das fazendas de gado determinaram, durante um longo período, as atividades culturais desenvolvidas no Piauí, por outro lado, a valorização da tradição sertaneja como único traço formador da cultura local instaura a suspeita de um reforço intencional de manutenção de certos valores e práticas sociais, sobretudo aqueles voltados à manutenção de poderes. Neste sentido, esta pesquisa se propõe a analisar os aspectos ideológicos da utilização da cultura sertaneja nos programas eleitorais do candidato Wilson Martins nas eleições para Governador do Piauí, em 2010.

PALAVRAS-CHAVES: Identidade; Tradição Sertaneja; Cultura; Eleições.

RESUMEN

Relacionada al ganadería y con el refuerzo en diversas expresiones artísticas y culturales, la tradición sertaneja es a menudo citada como el principal elemento constitutivo de la identidad cultural de Piauí. Por un lado, las relaciones sociales construidas en las proximidades de las explotaciones ganaderas determinaron, durante un largo período, las actividades culturales en Piauí, por otra parte, la apreciación de la tradición como único rastro que forma la cultura local establece un sospechoso refuerzo intencional de mantener ciertos valores y prácticas sociales, especialmente las dirigidas a la conservación del poder. En este sentido, esta investigación tiene como objetivo analizar los aspectos ideológicos de la utilización de la tradición cultural en los programas electorales de Wilson Martins, candidato en las elecciones para gobernador de Piauí en 2010.

PALABRAS-CHAVES: Identidad, Tradición 'Sertaneja', Cultura, Elecciones.

ABSTRACT

Related to cattle ranching and finding reinforcement in various artistic and cultural expressions, the tradition of the interior of the country is often cited as the main constitutive element of Piauí cultural identity. On one hand, the social relations constructed in the vicinity of livestock farms determined over a long period, the cultural activities in Piauí, on the other hand, appreciation of the mentioned tradition as only trace forming the local culture establishes a suspected intentional reinforcement to maintain certain values and social practices, especially those aimed at the maintenance of power. In this sense, this research aims to analyze the ideological aspects of the use of culture traditions on the electoral programs of Wilson Martins, candidate in the elections for Governor of Piauí in 2010.

KEYWORDS: Identity; Cultural Tradition; Culture; Elections.

INTRODUÇÃO

Salvo um ou outro texto mais recente, a produção intelectual sobre a conformação da identidade cultural do Piauí tem conferido, ao longo de muitas décadas, uma ênfase exagerada aos aspectos relacionados à Civilização do Couro, termo cunhado por Capistrano de Abreu (1934-1988) para fazer referência às práticas culturais e às subjetividades surgidas no entorno das fazendas de gado. Tal empreendimento analítico fez com que se concentrassem esforços na academia, na mídia e na administração pública para atrelar a identidade cultural piauiense quase que somente aos aspectos da tradição sertaneja.

Não há como negar a presença de matriz sertaneja na cultura estadual e regional. Mas o que preocupa é que vigora ainda hoje uma defesa apaixonada dos elementos que compõem o universo das tradições sertanejas na conformação da cultura regional, como se esses elementos persistissem de forma irretocável e estática mesmo séculos depois de finda a hegemônica atividade econômico-social vinculada à criação bovina. Essa preocupação com a autenticidade da origem das manifestações culturais, a cargo de um grupo que Martin-Barbero (1998) chamou de “folcloristas românticos”, sugere um fechamento e uma essencialidade culturais que não se coadunam com as análises mais recentes sobre mecanismos de troca e formas de interação e hibridismo entre matrizes culturais diversas.

Além disso, a defesa acrítica da tradição sertaneja nos leva a pensar que muitas de suas formas simbólicas modelam o contexto político-cultural em que se dá a manutenção de relações sociais baseadas no exercício desigual do poder, sobretudo aquele concernente à garantia de certos direitos e de construção de certas identidades. Enfim, poder de grupos sobre outros. Nomeadamente, a quem interessa o servilismo e a subserviência do sertanejo, senão ao próprio coronel-patrão? A quem interessa a passividade resignada do homem do sertão, mesclada a uma religiosidade que beira o fanatismo e que se expressa na relação de dependência para com uma divindade que tudo decide e provém quando lhe for desejável, ou seja, o conhecido, ‘se Deus assim quiser’? A quem interessa a cultura patriarcal do sertão nordestino, baseada na força da liderança masculina?

Em época de eleição, práticas simbólicas que apelam para a tradição cultural são amplamente utilizadas pela comunicação política nos programas eleitorais dos partidos e veiculadas em diversas mídias, com o aval de profissionais de marketing, que atuam para promover a identificação do público com certas imagens e, assim, gerar empatia, adesão e, conseqüentemente, apoio. Foi o que se observou na campanha eleitoral para Governador do Estado do Piauí, em 2010, quando o candidato governista (e eleito na eleição de 2010) utilizou de forma bastante enfática um tipo de argumento voltado à defesa das ‘raízes’ simbólico-culturais do Piauí, a saber, a tradição sertaneja, apresentando-se como seu representante legítimo.

De que as tradições são importantes para construir um senso comunal e de pertencimento e, assim, 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 inventadas e manipuladas com fins identitários e até políticos, pode ser

revolucionária ou conservadora, pode garantir a estabilidade do poder ou promover a inversão de sua ordem, conforme propõem Hobsbawm e Ranger (1997). A proposta desse artigo é analisar a maneira como os elementos da cultura sertaneja foram utilizados pela propaganda televisiva do candidato Wilson Martins na campanha para Governador do Piauí, em 2010.

1. IDENTIDADE CULTURAL, TRADIÇÃO, IDEOLOGIA

As identidades culturais podem ser edicadas através do compartilhamento de experiências históricas e de quadros de referências em comum. Esse tipo de conformação identitária realça o papel unificador dos sistemas culturais, que visam aglutinar os sujeitos sob uma mesma identificação e geram, com efeito, uma cultura comum ou um coletivo identitário, como no caso das culturas regionais e/ou nacionais. No entanto, em tempos de globalização, a suposta homogeneidade cultural e a pretensa unificação dos sujeitos se tornam mais visivelmente discutíveis. Como propõe Hall (2002), as identidades são reinventadas a todo o momento, mas ainda persiste uma tendência ideológica para sua naturalização. No caso das identidades nacionais, por exemplo, elas “(...) não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial”.(2002:47) Sendo assim, ainda que se admita a heterogeneidade e o sincretismo da cultura de uma região e se acentue o seu caráter histórico em detrimento do seu aspecto ontológico, há que se ponderar sobre se é possível, a partir das diversas instituições sociais, produzir e inventar sentidos que promovem a coesão sócio-simbólica.

As matrizes culturais não nos marcam definitivamente ao nascer, mas são formuladas e internalizadas de acordo com sistemas de representação, e por isso podem sofrer remodelações e reajustes. A nação, encarada como produtora de identidade, não se pretende apenas territorial, mas simbólica e, por conseguinte, carregada de sentidos partilhados (Hall, 2002). Para este autor, a tentativa de equalizar a cultura está ligada às práticas de “narração da nação”. Essa discussão se coaduna à proposta de Benedict Anderson (2008) a respeito da formação das “comunidades imaginadas”, cujo principal pressuposto é o de que as diferenças entre as nações estão apresentadas não na forma literal, mas na forma como foram pensadas. As disparidades e similaridades estão abancadas no plano simbólico e nas representações que são formuladas sobre os territórios, capazes de gerar um sentimento de pertença.

Dessa maneira, tanto a cultura regional quanto a nacional recorrem a várias fontes de conhecimento, como história, literatura e cultura popular, a fim de reunir material para representar experiências compartilhadas. Nesses casos, geralmente há uma ênfase na continuidade com o passado, muitas vezes existindo o que Hobsbawm e Ranger (1997) denominaram de “invenção da tradição”, ou seja, a relação de prosseguimento com um tempo histórico intencionalmente valorizado.

Manuel Castells (2000) se aproxima de Hall ao tratar a identidade como um processo, sempre em construção, vulnerável a relações, interpelações, influências e misturas entre distintos sistemas culturais.

A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. (CASTELLS, 2000:23).

Castells (2000) complementa que as identidades são construídas socialmente e tomam como pano de fundo as relações de poder. Assim, ele distingue três formas de construção de identidades. Tem-se, então, a identidade legitimadora, introduzida pelas instituições dominantes da sociedade com a intenção de ampliar seu exercício de dominação e que se baseia nos aspectos tradicionais da cultura; a identidade de resistência, oposta a identidade legitimadora e a identidade de projeto, que usa de qualquer material cultural disponível para construir novas identidades. Em todo caso, trata-se de atribuir sentido aos elementos e traços de uma dada cultura, aquilo que constitui sua tradição, para reproduzir ou desestabilizar a ordem social e política.

É nesse sentido que Giddens (1999) afirma que a tradição serve como uma espécie de cola que une as ordens sociais pré-modernas, pois compõe e organiza a ação do tempo nas comunidades. A tradição mantém uma linha imaginária que, influenciada pelo passado, se estende para o presente e o futuro, preservando o caráter contínuo da experiência humana e, além disso, serve como dispositivo ideológico para a construção da identidade cultural, sobretudo, a identidade legitimadora. Na introdução do livro “A invenção das tradições”, Hobsbawm (1997) explica que tradição se refere tanto às que são formalmente institucionalizadas quanto às que brotaram em um tempo mais recente, difícil de localizar o surgimento. Por tradição inventada, o autor compreende:

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 (HOBSBAWM, 1997:09).

Ainda segundo Hobsbawm (1997), a invenção de tradições é um processo elaborado fundamentalmente através da formalização e ritualização de práticas do passado, ainda que estas sejam impostas ou aceitas apenas pela circunstância da repetição. Para Giddens (1999), ao invés de um desenvolvimento espontâneo, há uma utilização da tradição para fins que conduzam à manutenção do poder, como uma forma intencional de dominação.

Nenhuma sociedade tradicional era inteiramente tradicional, e tradições e costumes foram inventados por uma diversidade de razões. (...) as tradições sempre incorporam poder, quer tenham sido construídas de maneira deliberada ou não. Reis, imperadores, sacerdotes e outros vem há muito inventando tradições que lhes convenham ou legitimem seu mando. (GIDDENS, 1999:50).

O autor acredita que as tradições não são nem totalmente imutáveis, nem essencialmente puras, mas evoluem ao longo dos tempos. Assim, o tempo de existência não determinaria a tradição, mas o ritual e a repetição é que, por sua vez, institucionalizariam uma 'verdade'. Por essa razão, algumas instituições sociais insistem na transmissão e no reforço de alguns pontos. Perante esse quadro, Giddens (1990) afirma a necessidade que a modernidade tem em criar tradições que sirvam como mecanismo de controle da sociedade, onde valores, ideias e práticas são reproduzidos a fim de imporem-se como legítimos.

O debate realizado acerca da tradição possibilita reconhecer que esta não deve ser encarada somente como verdadeira ou falsa. Porém, deve ser entendida como participante da construção de uma história da região e como portadora de papel importante na edificação da identidade cultural. A tradição é capaz de manter a coesão social, legitimar instituições, configurar e ratificar relações de poder, além de instituir e propagar valores e práticas e gerar identificação.

2. IDENTIDADE CULTURAL PIAUIENSE E A TRADIÇÃO SERTANEJA

A representação da região não reproduz fielmente a realidade, mas a institui. Portanto, a institucionalização de traços e características sobre a região também é decorrente da regularidade com que certos discursos se apresentam. Assim posto, a identidade cultural pode ser construída através de narrativas que se coadunam e se repetem, de maneira similar à narração da nação discutida por Hall (2002). História, literatura, música, cultura popular e artes em geral reforçam a noção de uma cultura comum ou, pelo menos, de uma memória coletiva. Esse tipo de narração se vale de um retorno às origens e de um apelo ao tradicional.

As narrativas construídas sobre o Piauí pretendem, assim como a narração da nação, aglutinar todos os indivíduos sob um sentimento de pertencimento a uma origem comum, por meio de significações compartilhadas e reforçadas por discursos institucionais, publicitários e propagandísticos. Mas longe de entender a utilização desses discursos como produções e repetições meramente naturais ou despretensiosas, é importante compreender que, nesse processo, pode haver a intenção de propagar lógicas de poder através da rememoração de acontecimentos e de sua valorização no contexto histórico.

No caso do Piauí, a intensa repetição das narrativas calcadas na tradição sertaneja e no processo de expansão da pecuária acabou conferindo legitimidade à construção da identidade cultural do Estado. Por um longo período, a vida privada nas fazendas determinou a atividade cultural no território piauiense. Desta maneira, as relações domésticas e produtivas nas fazendas, com suas divisões explícitas de atividade comercial, com sua lógica de divisão de poder, com suas segregações sociais e raciais, geraram grande parte da experiência cultural, econômica e política do Piauí.

Entretanto, pensar a herança da Civilização do Couro como o único dado concreto que vai caracterizar (e legitimar) essa cultura é deixar de perceber que aquele foi um momento específico – mormente tenha sido marcante – da vida econômica, política e cultural piauiense.

Decerto que as marcas daquele período foram legadas à sociedade que

se constituiu, mas tais traços também estão ligados ao - e são modificados pelo - ritmo de mudanças sociais impostas ao longo do tempo. Sob esse aspecto, é importante citar uma recente pesquisa feita em 2015 por um instituto de opinião pública sobre a identidade cultural do Piauí, publicada no número 21 da Revista *Revestrés*, O dado mais interessante dessa pesquisa não é o percentual de 24,67% que apontaram o Bumba Meu Boi como o elemento central da identidade piauiense, mas o fato de 36,67% afirmarem que não sabem responder à pergunta ou não tem opinião sobre isso, o que corrobora a dificuldade de definir a identidade cultural, num mundo tão fragmentado, multifacetado e diversificado.

Decerto que os elementos da cultura do gado permanecem em hábitos, práticas, organização e divisão do espaço, tudo isso muitas vezes caracterizado pelo nome das cidades, pelo vestuário, pela culinária, pelas expressões de fala. Mas acreditar que eles tenham permanecido como os únicos elementos fundadores da identidade cultural piauiense faz passar ao largo outros aspectos importantes, como a herança indígena, as práticas econômicas ligadas ao cooperativismo da pesca e os fluxos migratórios que povoaram várias regiões (a exemplo das colônias Sírio-Libanesas presentes em algumas cidades) – momentos historicamente situados e condizentes com a própria dinâmica com que vai se formando a cultura regional.

Mais ainda: tal procedimento não aponta para as diferenças culturais dentro de uma mesma região, como aquelas entre o Sul e o Norte do Piauí. Neste particular, a força da cultura do gado é, no interior do Piauí, muito mais forte do que nas regiões litorâneas e mais próximas da Capital, ligadas à atividade de pesca. Ainda que o litoral fosse o centro comercializador da carne bovina, ali se desenvolveu outro tipo de comércio e outra maneira de contato com distintas culturas.

3. ANÁLISE DOS ELEMENTOS SERTANEJOS PRESENTE NOS PROGRAMAS DE WILSON MARTINS

Com intuito de analisar os aspectos da cultura sertaneja presentes nos programas eleitorais televisivos na campanha de Wilson Martins (PSB) para Governador do Piauí, em 2010, foram utilizados os dispositivos empregados na análise de conteúdo categorial. Segundo Bardin (1977), esta técnica atua através do “desmembramento do texto em unidades, em categorias, segundo reagrupamento analógicos” (1977:153).

Os programas televisivos escolhidos como recorte foram veiculados no segundo turno do processo eleitoral, alguns, inclusive, já haviam sido exibidos no primeiro turno e foram repetidos (por isso não há referências direta a datas, os programas são identificados por numeração – que vai do número um ao sete e umjinglede campanha). A escolha desse recorte tem fundamento na intensificação e reafirmação da campanha já executada no primeiro turno eleitoral, contemplada pelos mesmos mote e intenção: a proximidade com a identidade legitimadora piauiense.

De acordo com Gomes (2004), para a produção de uma comunicação política eficaz são formadas no interior da esfera política equipes de profissionais de comunicação e de gestão política a fim de trabalhar os discursos políticos segundo a gramática do audiovisual, conforme as narrações e edições próprias do universo midiático. Desta forma, podemos

citar as dramatizações, as linguagens, os cortes de cenas, os cenários e figurinos estrategicamente planejados para a construção de uma imagem desejada.

Levando em consideração toda a produção calcada na busca por identificação, adesão e afetos comuns, os textos analisados foram tratados como objetos intencionais 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 programas. A formulação de inferências foi feita com base no aporte teórico trabalhado nesta pesquisa, desde os conceitos sobre identidade cultural e tradição até a caracterização dos aspectos da cultura sertaneja.

As categorias de análise foram elaboradas conforme o tema selecionado, levando em conta o critério da adequação (BARDIN, 1979). Uma vez que se trata de uma pesquisa sobre os elementos da cultura sertaneja, os grupos foram definidos nesse sentido, através dos estudos acerca das manifestações simbólicas e práticas sociais que relacionam a identidade cultural piauiense aos aspectos da tradição sertaneja, como no livro “A Civilização do Couro”, de Renato Castello Branco (1942)¹, primeiro estudo sociológico sobre a formação cultural do Estado de acordo com a expansão da pecuária.

Com base nisso, foram elencadas as categorias que serão analisadas a seguir:

a) Origem sertaneja

Renato Castello Branco (1942) diz que o piauiense é um vaqueiro por conta da origem, já que descende dos fazendeiros baianos que povoaram o Piauí. A raiz sertaneja dos piauienses é enfatizada pela campanha de Wilson, tanto que um dos principais jingles intitulado de “Filhos do sertão” traz que: “Somos todos nós/ Filhos de um sertão/ Valente que o sol ardente/ Nos leva pra frente...”. A canção anuncia abertamente que todos os piauienses descendem do mesmo sertão de Wilson Martins, 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, no entanto, em muitas ocasiões são arrematadas pelo retorno a um passado rural, calcado na pecuária. Nesta linha de focar o progresso do Estado, mas sem esquecer as raízes, Wilson Martins, na propaganda quatro, diz que vai investir na instalação de internet banda larga para todo o Piauí, a fim de que os jovens piauienses possam se conectar ainda mais com o mundo, não obstante no final da propaganda seja mostrada a origem sertaneja do candidato. Identificamos que ao falar para esse jovem “conectado”, que convive em um cenário de globalização, onde as referências culturais estão cada vez mais intercambiadas, a propaganda faz questão de mencionar a procedência sertaneja de Wilson e dos piauienses. Mensagem analisada como uma confirmação da origem cultural do Piauí, que deve ser valorizada mesmo diante de um quadro de multiculturalismo e trocas.

A campanha do candidato, a fim de englobar um maior número de eleitores com as suas representações, também se estende ao Nordeste como um todo. Um clipe, que aparece na abertura de muitos programas, traz

¹ Esta obra foi escolhida porque fornece uma dimensão contundente sobre a forma com que a estrutura e os costumes da sociedade piauiense foram organizados de acordo com a cultura do gado. O desenho socioeconômico do Piauí desenvolvido pelo autor contribui para a compreensão dos aspectos da tradição sertaneja propagados até os dias atuais. Muitos dos traços tratados pelo livro são comumente ativados quando se deseja o retorno a uma origem em comum no passado pecuarista, por isso a análise baseada neste livro tão distante historicamente (data de 1942), mas tão intensamente apregoado nas reafirmações de alguns discursos atuais, a exemplo da campanha do candidato Wilson Martins.

imagens e músicas sobre o Piauí, mas também trata da cultura nordestina de forma generalizada. Mesmo diante de toda a representação da diversidade da cultura regional e das imagens que propalam costumes e tradições de todo o Nordeste, o candidato Wilson Martins aparece com chapéu de couro, como se em meio à variedade cultural ele representasse a cultura de maior aceitação no Piauí, a cultura do gado. Até mesmo quando se trata de um discurso mais geral, o candidato aparece como representante genuíno da “civilização do couro”.

b) Aspectos da personalidade do sertanejo

Logo nas primeiras linhas da obra de Castello Branco (1942), o autor afirma que “o Piauiense é, antes de tudo, um vaqueiro” (1942:41). O vaqueiro é apontado como o principal personagem do mito fundacional piauiense, e a coragem, fundamental atributo destes desbravadores dos sertões, é tacitamente considerada como característica inerente aos que nascem no Piauí. Nos programas da campanha eleitoral, Wilson Martins é apontado como genuíno representante da cultura sertaneja piauiense, por isso possui a característica essencial do vaqueiro: a coragem.

O programa de número três propõe contar a história de vida do candidato. O método de abordagem, um tanto quanto biográfico, se apresenta como bastante contundente, principalmente levando em consideração que a narração da trajetória de Wilson Martins, com visíveis marcas da oralidade sertaneja, revela diretamente como este pretende ser apresentado e, por conseguinte, reconhecido pelo público.

Houve um tempo, no nosso Piauí, que o “cabôco” carecia de coragem pra nascer no interior. Coragem feita disposição pra superar as “dificuldades”, coragem curtida na perseverança pra não desistir de mudar o destino, coragem disfarçada de brincadeira pra vida não parecer tão dura. E o “caba” que tinha coragem pra querer ser gente, precisava se encher de coragem pra sair da casa dos pais, deixar a terra e os amigos de infância, levando na mala a maior de todas as coragens: permanecer fiel as suas raízes, aos seus valores e aos seus ideais. Meu povo, preste atenção pro que agora eu vou contar, as marcas do meu Sertão, levo no meu caminhar, das terras de Santa Cruz, trago o sonho de menino, a coragem de lutar e mudar nosso destino.

A representação da trajetória de vida de Wilson Martins parece ter a intenção de ratificar a “coragem” contida na personalidade do candidato, sendo assim merecem destaque os percalços típicos da vida no sertão, a precoce partida para a capital e a vontade de melhorar o destino do “seu povo” – todos envolvidos pelo mote da “coragem”, que, como foi dito, simboliza a principal qualidade do vaqueiro piauiense. A coragem de permanecer fiel a suas raízes, aos seus valores e aos seus ideais indica que o candidato é permanentemente um sertanejo, pois ele leva as marcas e características do sertão no seu “caminhar”.

Mas, para além da coragem, outros atributos são associados ao perfil do sertanejo piauiense e colaboram com a análise realizada neste trabalho. Segundo Castello Branco (1942), os traços da personalidade do

vaqueiro são moldados ainda na infância, desde muito cedo as crianças são apresentadas aos desafios da vida no sertão. Com apenas poucos anos, os garotos já acumulam atribuições nas fazendas e assumem uma escala de trabalhos que, com o passar dos anos, só se intensifica. Com uma alimentação precária, é de impressionar que possuam forças suficientes para desempenhar suas funções.

Castello Branco (1942) relata que a vida de sacrifícios, renúncias e labutas proporciona ao vaqueiro o temperamento de guerreiro determinado e persistente, que através de muita luta sobrevive aos períodos de estio. Outro ponto da personalidade do sertanejo diz respeito aos assuntos que envolvem honra e dignidade. Essas questões são levadas muito a sério, o sertanejo é um homem de palavra e inteiramente comprometido com suas ações. Assim, as características relacionadas à força, persistência, determinação, honra e simplicidade são associadas ao perfil do sertanejo.

Ainda no programa três, são mostrados depoimentos da família de Wilson. A esposa e deputada, Lilian Martins, diz que o marido é um homem determinado, o filho Raphael fala que o pai é humilde e trabalhador e, por último, Victor relata que o maior atributo do seu pai é a simplicidade. Três pessoas próximas de convívio caracterizam Wilson Martins com qualidades que se assemelham àquelas elencadas como associáveis ao sertanejo. No final desta mesma peça, é contado mais um trecho da trajetória do candidato: “Wilson Nunes Martins nasceu em Santa Cruz do Piauí. Aos 12 anos precisou deixar sua terra para concluir os estudos na capital. (...) Determinado, Wilson formou-se em Medicina”. Quando o município que o candidato nasceu é citado, aparece uma imagem deste selando um cavalo, o que suscita a correspondência entre o seu local de nascimento e os costumes sertanejos.

No programa quatro, dedicado à juventude piauiense, a história de vida de Wilson Martins e as mesmas cenas da infância sertaneja são mostradas, e ao final indicados como um exemplo genuíno da cultura sertaneja digno de servir como incentivo para os jovens. O candidato é representado na propaganda como um indivíduo corajoso, determinado, batalhador e generoso, que enfrentou dificuldades na infância e adolescência, e que por essa razão luta por um Estado onde “os jovens possam ter oportunidades de crescimento” melhores do que as que ele teve.

No programa sete, são veiculados vários relatos e imagens de apoio a Wilson Martins, vindos de todas as partes do Piauí. Além das imagens dos foguetórios, dos bandeiraços e de pessoas dançando nas ruas ao som das músicas de campanha do candidato, o narrador diz: “O Piauí é 40 e não abre, porque Wilson é gente da gente! Traz no coração a coragem do homem do sertão, a determinação pra superar desafios e a sensibilidade pra compreender nossos problemas”. Este trecho da propaganda cita explicitamente a “coragem” e a “determinação” como atributos do sertanejo, e Wilson Martins, por ser um homem do sertão, possui estas características. A propaganda aspira ainda acentuar a relação de identificação e reconhecimento entre o candidato e os eleitores, associando todo o povo piauiense ao sertão, uma vez que diz que o sertanejo Wilson Martins é “gente da gente”.

c) Linguagem

Também selecionamos como critério para a análise dos programas eleitorais a fala, que baseada na convivência social e cultural serve como elemento identificador do grupo ao qual pertence o sujeito falante. Linguagem e sociedade possuem uma forte interligação, fato que corrobora a identificação sugerida pelas marcas da oralidade. A maneira de falar e algumas expressões características permitem o reconhecimento da tradição sertaneja. Na propaganda três, ao rememorar a infância sertaneja de Wilson, além das imagens desgastadas e do figurino típico do sertão, a produção da propaganda se preocupou em inserir no texto expressões orais, com a intenção clara de marcar a fala com pouco rebuscamento, que outrora marcou o sertanejo piauiense, tais como: “cabôco”, “dificuldade” e “caba”.

No programa cinco, o narrador relata que “Lula: um ‘caba’ do sertão, parecido com a gente, que sofreu no ‘coro’ as dificuldades da vida, entenderia nossos problemas, compreenderia nossos sonhos e mudaria nosso destino”. “Caba” serve como abreviação de “cabra” que, por sua vez, significa o indivíduo sertanejo, e “côro” pode ser facilmente substituído por “pele”. Mas pele não se ligaria diretamente à cultura sertaneja piauiense, o couro, além de representar a principal matéria-prima para fabricação de objetos do sertanejo, também serve para simbolizar a dureza deste, já que o “couro” dos animais aguenta até mesmo a marcação com ferro quente.

Mas não é só nas expressões da fala que encontramos traços da cultura sertaneja. Esses indícios também estão presentes na maneira de falar, na entonação da voz e no sotaque. Na maioria dos programas analisados, 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 (BARBOSA, 2009).

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 de Wilson Martins. No programa três, que conta a história de vida do candidato, além do recurso da coloração amarelada, que indica tempo antigo e incidência castigadora do sol, o menino usa chapéu de vaqueiro e monta a cavalo. No retorno, já adulto, com as cores normais, o candidato usa o mesmo chapéu. No final deste programa, aparece o lançamento da candidatura de Wilson, ocasião em que o candidato discursa emocionado, utilizando um chapéu de couro, o que sugere que desde a sua “apresentação” eleitoral ele pretende ser identificado como um representante sertanejo.

Na propaganda sete, é feita uma homenagem ao Nordeste, no entanto, o enfoque maior é destinado ao sertanejo. Nas imagens que cobrem o texto, aparece Wilson andando a cavalo e utilizando chapéu de vaqueiro. O cavalo tem para o sertanejo uma importância única, segundo ditado popular comum no Piauí: “Cavalo e mulher não se empresta”. Renato Castello Branco (1942:51) diz que o piauiense, “quando montado, parece formar, com o cavalo, um corpo único. Dir-se-ia, neste momento, no apogeu de seu destino [grifo nosso] de campeador”. Depois a propaganda

focaliza o candidato apreciando divinamente as águas limpas de um riacho, cena interpretada como uma menção ao maior problema enfrentado pelo sertanejo: a seca.

Também são empregadas imagens de vaqueiros correndo atrás de bois vestidos com uma indumentária totalmente de couro. “Revestido na couraça de um gibão empoeirado, com o colête de couro apertado ao peito, peneiras de couro (...), joelheiras, luvas, guarda-pó, chapéu, tudo de couro, o vaqueiro é, então, uma figura quase marcial. Lembra um cavaleiro medieval, numa armadura flexível” (CASTELLO BRANCO, 1942:52). Aparecem vaqueiros aboiando, vigiando pastos e um deles canta o típico “ô êêêê, ô êêêê...”. Apesar da intenção de focar o Nordeste, a propaganda direciona atenção especial para a figura nordestina que mais representa o piauiense: o vaqueiro.

No programa cinco, quando o narrador destaca: “Por isso, companheiro Lula, você mora no coração de cada piauiense!”, aparece um registro do então presidente utilizando um chapéu de vaqueiro com um coração desenhado em volta. Através do uso do chapéu, a propaganda tenta associar a figura do presidente à do sertanejo piauiense.

e) Religiosidade

Mediante uma série de acontecimentos traumáticos e cíclicos, a estrutura moral do sertanejo é moldada. Renato Castello Branco (1942) relata que, nessa circunstância, a religiosidade extrema, que beira o fanatismo, se enraíza. Para o sertanejo, tudo que acontece está relacionado aos desígnios de Deus, cabendo ao homem apenas aceitar de bom grado aquilo que lhe foi destinado. Assim, a mentalidade religiosa o torna resignado e conformado com todos os acontecimentos.

No programa dois, em que é mostrada a mudança ocorrida em vários municípios piauienses, todos os beneficiados agradecem a Deus. Uma das entrevistadas diz inclusive o seguinte: “Foi Deus que enviou Wellington Dias pra melhorar nossa vida!” Wellington Dias é o ex-governador e o candidato ao Senado pela chapa de Wilson Martins. A maioria dos piauienses entrevistados agradece a Deus e a Wellington pelas melhorias conseguidas. Durante os programas, várias trechos fazem uso das expressões “Meu Deus!”, “vontade de Deus”, “se Deus quiser”.

No programa três, a biografia de vida de Wilson mostra uma foto do candidato na sua primeira eucaristia e relata que este estudou no tradicional colégio Diocesano São Francisco de Sales. Além disso, ao se referir aos piauienses, o candidato sempre menciona os “meus irmãos” ou “nossos irmãos”, o que sugere uma dupla associação, pois a irmandade contempla tanto a fé, quanto a origem - filhos de Deus e filhos de um mesmo sertão.

f) Traços da estrutura social

A tradição da cultura sertaneja assinala, ainda, a formação da hierarquia social. De acordo com Castello Branco (1942), foi instalado no Piauí um regime político tipicamente feudal, onde a posse de terra determinava quem tinha o poder de “mando”, os proprietários de grandes extensões juntavam todas as suas propriedades e fundavam a Casa de

Telha, que abrigava família de trabalhadores, pagando como salário ao vaqueiro $\frac{1}{4}$ de tudo aquilo que fosse produzido. O dono da Casa de Telha, geralmente denominado de coronel, tinha plenos poderes sobre os vaqueiros e demais empregados, já que estes dependiam do trabalho nas fazendas para sobreviver. Sendo assim, o coronel-patrão dava ordens que deviam ser levadas como lei. Foi nessa relação unilateral de poderes que a sociedade piauiense se firmou.

Não encontramos vestígios tratando abertamente desse domínio patronal, até mesmo porque seria algo negativo do ponto de vista do marketing político, mas no jingle “Filhos do Sertão” notamos um trecho que sugere associação com a relação hierárquica entre os senhores coronéis (possuidores de terras) e os vaqueiros (trabalhadores), cabendo aos segundos respeito, obediência e resignação mediante os poderes dos primeiros. A canção do candidato fornece indícios dessa relação patronal quando algumas frases da música são respondidas com a subordinação exalada por “sim, senhor!”, tal qual: “Wilson Martins, é em frente que a gente vai, sim senhor!/ Wilson Martins, nosso governador/ Wilson Martins, é com ele que a gente vai, sim senhor!/ Wilson Martins, nosso governador!”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em geral, a propaganda televisiva do candidato propõe a construção da identidade cultural regional, uma vez que recorre aos elementos oferecidos pela história, pelas artes e, em decorrência, pela tradição. As peças propagandísticas, meticulosamente engendradas pelo marketing político, produzem significados que induzem a crença em uma origem comum, partilhada por todos os piauienses, a origem sertaneja, da qual o candidato se define como fidedigno representante. Observamos, então, que há um apelo à identidade legitimadora, uma vez que a tradição sertaneja foi e é apontada como principal marca da cultura regional, por fatores já descritos neste trabalho.

A análise dos programas eleitorais televisivos do candidato Wilson Martins não evidenciou direta e explicitamente características relacionadas à dominação. Entretanto, tais aspectos ideológicos se revelam na excessiva e recorrente maneira como a identidade cultural piauiense é vinculada às características da tradição sertaneja: o fanatismo religioso, a cultura do “Deus dará”, a subserviência e o mandonismo legitimados pela força e por hierarquias sociais, a violência física e simbólica, a resignação dos indivíduos, tudo isso descrito de forma acrítica por Renato Castello Branco, ainda em 1942.

Apesar do foco deste trabalho estar voltado para a configuração e manutenção de poderes, isso não excluiu da análise outras manifestações alegóricas, porque estas também são responsáveis por constituir as feições da tradição sertaneja. Por isso, fez-se oportuno analisar os aspectos implicados no que se compreende como cultura do gado, porque uma questão ativa a outra. Até mesmo as reproduções aparentemente inocentes e desinteressadas servem para compor a representação de um todo indissociável de aspectos que carregam consigo atributos próprios de domínio e poder simbólicos. Nesse sentido, foram encontrados nos programas eleitorais televisivos de Wilson Martins várias marcas do

conglomerado que representa toda a carga simbólica dessa tradição.

A preponderância política dos grandes proprietários de terra, geração a geração, delineou as estruturas sociais do Piauí, acompanhada de símbolos que ajudaram a edificar a representação da memória sertaneja. A campanha de Wilson Martins, descendente direto das estruturas político-aristocráticas do Estado, utiliza estes símbolos e afirma claramente que todos os piauienses têm origem no sertão. O candidato, por sua vez, se apresenta como um legítimo representante desta matriz cultural.

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 indica a intenção de apregoar a continuidade com um passado de ordem social e econômica favorável aos “donos do poder”, cabendo ao ‘vaqueiro-eleitor’ o comportamento resignado diante dos poderes que a ele escapam: poderes da natureza e poderes do coronel-patrão.

Giddens (1999) considera que as tradições sempre lidam com poder, já que há muito institucionalizam relações de autoridade e legitimam o exercício de autoridade. Sendo assim, a enfática recorrência aos aspectos da cultura do gado na campanha de Wilson Martins serve, dentre outras coisas, para reafirmar o poder de certas elites e a forma ideológica de exercício da política, através da aclamação tradicionalista de uma cultura associada a práticas de domínio consentâneas à perpetuação de uma ordem político-social que tem suas raízes nos processos de colonização do Estado.

De fato, o desenvolvimento social no entorno das fazendas determinou, durante um longo período, as atividades culturais instauradas no Piauí, mas mesmo tendo sido relevantes, tratam de um momento particular da história da região. Considerar a tradição sertaneja como único traço formador da cultura regional e propagar a pureza das práticas culturais relacionadas à “civilização do couro” não corresponde ao atual cenário de troca e formas de interação e hibridismo entre tradições culturais diversas. Segundo García Canclini (2001), é muito difícil considerar a unidade cultural, tendo em vista que rotineiramente a globalização propicia o contato com vários aspectos de outras sociedades.

A hibridização cultural tratada por este autor nos dá ideia de quadros de heterogeneidade, variedade de códigos simbólicos, empréstimos e transações culturais. Assim, a construção das identidades encontra-se marcada pela diferença, por cruzamentos culturais e pela conversação entre múltiplos grupos e sujeitos, não somente pela identificação mediante uma origem comum. Não faz sentido que os aspectos da sociedade descrita por Renato Castello Branco, no ano de 1942, ainda sejam apregoados de maneira irretocável, mesmo séculos depois de terminada a hegemônica atividade econômico-social ligada à criação de gado e mediante um quadro de globalização cultural.

A proposta deste trabalho não foi a de negar a importância da tradição sertaneja para a cultura local, tampouco delegar à tradição a finalidade única de manipular e perpetuar relações de poder, uma vez constatada a importância das tradições para formar a vida social e lhe garantir continuidade. Esta pesquisa almejou explorar como a tradição “pode” servir para fins ideológicos, através de um estudo de caso no qual o candidato governista empregou, categoricamente e de modo exitoso (pois

foi eleito) com um discurso direcionado à defesa das 'raízes' simbólico-culturais do Estado.

A tradição é responsável por construir socialmente a base da experiência dos indivíduos e, exatamente por esse motivo, precisa se adequar às modificações impostas pelo próprio processo de mudanças da sociedade. Não ajuizar criticamente sobre a reprodução das tradições, construções identitárias e seu uso político significa contribuir favoravelmente com um cenário histórico que pretende a perpetuação e que, portanto, promulga a continuidade com um passado de lógicas de exercício do poder injustas e desiguais, tal qual o vaqueiro conformado, que obedece a todas as ordens do coronel-patrão utilizando como argumento os desígnios divinos para justificar sua situação de opressão.

REFERÊNCIAS

ABREU, João Capistrano de. **Capítulos de História Colonial**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1988.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARBOSA, Maria dos Remédios. **Identidade Cultural do Vaqueiro piauiense em Ataliba, o vaqueiro, de Francisco Gil Castello Branco**. Dissertação. UFPI – Programa de Mestrado em Estudos Literários. Teresina, 2009.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

CANCLINI, García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 6ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

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

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GOMES, Wilson. **Sobre a transformação da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

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

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Procesos de comunicación y matrices de cultura – itinerário para salir de larazón dualista**. México: Ediciones G. Gili, 1998.

SAID, Gustavo. Dinâmicas Culturais no Piauí Contemporâneo. In: SANTANA, Raimundo Nonato. **Apontamentos para a História Cultural do Piauí**. Teresina: Fundapi, 2003.