



## **A temática nordestina nos produtos audiovisuais Brasileiros<sup>1</sup>**

Cesário Alvim PEREIRA Filho<sup>2</sup>

Marcelo Pires de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Sylvia Maria Campos TEIXEIRA<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, BA

### **RESUMO**

Este artigo se apoia na Análise do Discurso (AD), como suporte teórico-metodológico para analisar como a temática nordestina tem sido representada pelo audiovisual brasileiro (cinema e televisão) ao longo dos últimos dez anos. Para realizar esta análise foram escolhidas algumas obras audiovisuais mais representativas como: “O Auto da Compadecida”; “A Pedra do Reino” e “O Homem que desafiou o Diabo”. Com este estudo folkcomunicação pretendemos revelar quais são os sujeitos enunciativos de um discurso sobre as personagens que representam o povo e o modo de vida da região do nordeste brasileiro, com seus estereótipos e estilizações.

**PALAVRAS-CHAVE:** Audiovisual; Análise do Discurso; Folkcomunicação.

A análise de produtos audiovisuais é uma constante nos estudos do campo da comunicação social. Esta prática de análise de produtos, por sua vez, proporciona não só a ampliação das discussões técnicas e estéticas sobre os processos e métodos de produção, como também sugere formas de compreendermos as narrativas e os sujeitos enunciativos presentes nos mesmos.

Entre os vários teóricos que se debruçaram sobre a análise de produtos audiovisuais podemos citar Eisenstein e Arlindo Machado. Eisenstein, por exemplo, escreveu vários ensaios sobre os filmes de cinema na perspectiva do diretor e do editor de imagens. Com seus apontamentos foi possível a construção de um debate sobre edição e montagem no cinema que, até hoje, constituem a base do trabalho de muitos editores e montadores do cinema mundial. Arlindo Machado com seus estudos focados na produção eletrônica da imagem, no caso o vídeo, apontou para questões da estética e da técnica videográfica que permitem trabalhos sobre a videoarte e também as discussões sobre o caráter do meio videográfico, enquanto suporte de produção de sentidos

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Letras Neolatinas ( Língua Espanhola e Literaturas Hispânicas) pela UFRJ, e-mail: [cesape@gmail.com](mailto:cesape@gmail.com) (UESC)

<sup>3</sup>Doutor em Mídias pela UNICAMP, e-mail: [cameloti@uol.com.br](mailto:cameloti@uol.com.br) (UESC)

<sup>4</sup> Mestre em Estudos Linguísticos pela UFMG, e-mail: [sylviamariateixeira@gmail.com](mailto:sylviamariateixeira@gmail.com) (UESC)



narrativos. Souza está contribuindo neste campo com sua preocupação com as mensagens presentes nas imagens. Sua abordagem mais focada no discurso abriu o campo da Análise do Discurso (AD) para os materiais audiovisuais. Estes autores e outros mais contribuíram e contribuem para que as pesquisas na área das produções narrativas audiovisuais sejam ampliadas e, assim, possam abarcar todos os tipos de variáveis.

Desta maneira entendemos que muitos materiais audiovisuais que têm como base as manifestações de cultura popular, ou que pretendem representar as camadas populares da sociedade, bem como expressar uma visão sobre a maneira de viver de populações marginais ou marginalizadas compõem o campo da pesquisa em Folkcomunicação. Por esta razão, alguns audiovisuais ao serem analisados com o foco na Folkcomunicação, passam a requerer algumas categorias da AD, tornando assim a análise mais proveitosa, razão pela qual entendemos que a AD seja um suporte adequado para compreendermos os filmes com a temática nordestina, foco deste trabalho, uma vez que a AD se preocupa com as condições de produção do discurso verbal e não-verbal.

A Folkcomunicação enquanto campo das teorias da comunicação fornece o embasamento teórico para a percepção de que os processos de comunicação das camadas populares ocorrem de diferentes maneiras. Na atualidade, estes processos cada vez mais complexos, passaram a exigir dos meios de comunicação de massa entender as possibilidades de uma relação mais estreita com a cultura popular. Uma destas vertentes é a recorrente utilização de peças da cultura popular, nos últimos dez anos, como base para a produção de filmes e minisséries televisivas. Entre elas podemos citar: “O Auto da Compadecida” (1999); “O Homem que desafiou o Diabo” (2007); e “A Pedra do Reino” (2007). Estas produções audiovisuais têm em comum não apenas o embasamento em peças literárias a partir da cultura popular como também a sua estreita associação com um imaginário do nordeste brasileiro.

Ao falarmos destas produções, lembramos que existem diferenças no tratamento dado tanto ao cinema quanto à televisão nos seus produtos; e cada um destes meios e suportes depende de uma série de técnicas e equipamentos que auxiliam na produção e na veiculação dos mesmos para um público mais amplo - intenção dos produtos de comunicação de massa. Então, uma vez que falamos de comunicação de massa, o papel da Folkcomunicação na análise destes produtos descortina o campo da Folkmídia, isto é, a maneira pela qual a mídia representa e apresenta a cultura popular. Devemos lembrar



que a mídia tem interesses econômicos na apresentação de seus produtos. Um primeiro objetivo é obter o lucro com a venda de publicidade e, por este motivo, os seus produtos devem ter forte apelo popular, para que a maior parte da audiência decida prestigiar o produto audiovisual e, ao fazê-lo, também receba os anúncios publicitários. Outro objetivo é ampliar a sua identificação com os gostos e desejos da população de espectadores, os seus produtos devem sempre atingir a maioria das pessoas, seguindo uma corrente de pensamento homogêneo e massivo.

Desta maneira, os produtos audiovisuais baseados na cultura popular não são produtos de cultura popular, pois passam por este processo de homogeneização e massificação que adaptam e transformam a cultura popular em algo novo. Esta nova manifestação de cultura é, como diria Canclini (1998), um híbrido cultural que possui tanto a matriz da cultura popular como elementos da cultura de massa, e ainda traços de uma cultura erudita. Assim, analisar e interpretar estes produtos audiovisuais nas investigações de cunho popular exigem do pesquisador conhecimento da Folkcomunicação, da cultura popular e da cultura de massa. Lembramos que um produto audiovisual envolve inúmeros elementos, como as questões técnicas e estéticas, que são analisadas com o conhecimento da técnica de produção audiovisual, tais como: tipos de câmera, enquadramentos, planos e profundidade de campo. Há também a análise estética que leva em consideração a escolha de iluminação, cores, cenários e figurinos.

Cabe ressaltar que os produtos audiovisuais ficcionais são narrativas e interpretações de autores e atores e, desta forma, pede também uma análise da construção narrativa e da interpretação dos atores, segundo os parâmetros da arte da atuação. Os produtos audiovisuais despertam interesse e proporcionam múltiplas análises, nas quais se encontram e confluem diferentes campos do conhecimento.

Para o campo da Folkcomunicação, entretanto, a análise em questão deve interpretar as confluências e influências da cultura popular, ressignificadas e transmitidas para o público espectador. Isso proporciona não só identificarmos com precisão mais acurada a matriz da cultura popular presente no produto audiovisual, bem como interpretarmos a mensagem emitida pelo produto. Para levar a cabo tal ação, contamos, em nossas pesquisas, com as categorias da Análise do Discurso.

Lembramos que o discurso não é neutro, e sim uma prática, uma ação do sujeito enunciator sobre o mundo. Assim, a fala por ser uma construção social é analisada considerando seu contexto histórico-social e também suas condições de produção.



Assim temos a construção de uma história em dois momentos, uma em seu primeiro suporte, na cultura popular, e a outra em seu segundo suporte, no audiovisual. De qualquer maneira a relação de diferença e semelhança está marcada por um denominador comum que é a linguagem.

A proposta intelectual em que se situa a Análise de Discurso é marcada pelo fato de que a noção de leitura é posta em suspenso. Tendo como fundamental a questão do sentido [...]. Em outras palavras, na perspectiva discursiva, a linguagem é linguagem porque faz sentido. E a linguagem só faz sentido porque se inscreve na história (ORLANDI, 2007, p 25).

A contextualização do discurso é importante no processo de análise, pois, a cada momento histórico, os textos são passíveis de novas interpretações e, por conta disso a Análise de Discurso considera que a linguagem não é transparente, não é fechada em si mesma, na realidade...

[...] concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive (ORLANDI, p.15).

Ao utilizarmos as categorias da Análise do Discurso na interpretação dos produtos audiovisuais não estamos realizando nada inovador, entretanto a proposta em questão é com a teoria da Folkcomunicação perceber nos discursos midiáticos a representação da cultura popular nordestina nos produtos audiovisuais nacionais com esta temática. Aqui encontramos o centro de nossa pesquisa. Uma vez que compreendemos a Folkcomunicação como a teoria que entende os processos de comunicação presentes nas manifestações de cultura popular e também dos usos da cultura popular pela comunicação de massa, e que o conhecimento destes processos nos auxiliam a entender as estratégias de comunicação e construção de identificação entre os grupos não-hegemônicos da sociedade. Desse modo, podemos interpretar e analisar como e porque os produtos audiovisuais nacionais, com temática nordestina, atingem as várias camadas da sociedade brasileira. A compreensão desse processo exige, além de conhecermos a matriz de cultura popular, e compará-la com o seu resultado no produto audiovisual, a interpretação e a análise das falas e dos textos presentes nas mensagens e os seus sentidos. Neste ponto mais uma vez nos valem da Análise do Discurso.

Um dos produtos analisados pelo Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação, da Universidade Estadual de Santa Cruz, foi a microssérie “A Pedra do Reino”. Esta obra, baseada no romance homônimo de Ariano Suassuna, considerada uma obra



folkcomunicação, uma vez que o autor se vale da cultura popular para escrever seus romances, que têm uma formação erudita; além disso, o autor se utiliza de um suporte tradicional - o livro – e a norma culta da língua portuguesa.

Podemos entender o audiovisual como resultado de uma segunda transposição, ou mesmo uma obra de segunda geração, já que Suassuna transpôs o imaginário popular para sua obra erudita e, depois, os componentes de cultura popular representados em seu trabalho foram transformados e transportados para o audiovisual, de maneira que eles fossem percebidos pelo público, como advindos da cultura popular e não mais de uma obra erudita. Para proceder à análise dessa microssérie, a Análise do Discurso serviu como suporte de leitura das falas dos personagens assim como para a percepção da contextualização das personagens no imaginário popular, como representações de personagens nordestinos.

A microssérie também utilizou os cenários do sertão e buscou arregimentar no seu elenco atores e atrizes naturais do nordeste como estratégia de não caricaturar os sotaques regionais. Com isso, o diretor da microssérie pretendia dar maior realismo à sua obra audiovisual, que em outros aspectos era muito mais expressionista. Mas a preocupação textual recaiu em uma fidelidade ao texto inicial do livro de Ariano Suassuna, o que por si e para a nossa análise indicam uma hibridização de linguagens, uma vez que ao mesmo tempo havia uma imagem expressiva e um sotaque marcado associado a um discurso literário e muitas vezes hermético. Da microssérie “A pedra do Reino”, o grupo de pesquisa conseguiu concluir que a mensagem central era a mesma da obra literária de Suassuna, e seus personagens mantinham os discursos e as representações do imaginário nordestino presentes na obra de origem.

No filme “O Auto da Compadecida”, a análise discursiva, feita por esse grupo de pesquisa, focou as falas alusivas à devoção mariana, característica muito forte e sempre presente nas representações do nordestino, enquanto povo devoto e religioso, de fé, predominante, católica. Este filme, baseado também em um romance de Suassuna, contém muitos elementos referenciais da cultura popular. A sua análise com fundamentação na teoria da Folkcomunicação foi importante, pois o filme retornou para uma ampla audiência os elementos populares presentes na obra de Suassuna.

Os elementos percebidos pela análise foram os discursos da devoção mariana, uma forte característica do colonizador português que encontrou, no Brasil, uma grande repercussão presente até os dias atuais com o reconhecimento de Nossa Senhora



Aparecida como padroeira nacional e, por consequência, todas as demais representações de Nossa Senhora, seja como: do Carmo; da Imaculada; de Fátima; do Rosário e até a Compadecida da obra suassuniana que na imagem remete à Nossa Senhora Aparecida, e que seguindo todo o imaginário católico pede pelos homens, pecadores, na hora de suas mortes. Esta representação da fé, atribuída a todos os brasileiros, na obra audiovisual foi marcada pela forma com a qual os nordestinos adoram a santa e como ela ficou representada na tradição das festas e manifestações religiosas em sua homenagem.

Assim, o audiovisual ao ressignificar os personagens e discursos advindos da obra literária construiu uma nova representação que fora veiculada, neste caso, em dois momentos: em um primeiro, pela televisão, no formato de microssérie e, em um segundo momento, no formato de filme cinematográfico. Este reúne os episódios em uma narrativa linear e não fragmentada. O grupo de pesquisa utilizou o filme como base de sua análise e como método dirigiu suas reflexões para os aspectos de uma cena específica, a do julgamento dos personagens, após suas mortes, quando permanecem no purgatório à espera de seus destinos: o céu ou o inferno. Este foco bem delimitado de análise se justifica pelo que anteriormente dissemos, a riqueza de elementos que uma obra audiovisual proporciona, o que permite inúmeras aproximações de pesquisa e, por isso, determinam recortes e metodologias distintas.

A análise empreendida no filme “O Homem que desafiou o Diabo” também utilizou a Análise do Discurso e, desta vez, observamos nas falas a caracterização dos gêneros na sociedade nordestina rural. Em cada personagem foram identificados os discursos formadores de uma identidade e de um estereótipo, representando as figuras do “macho”, da “donzela”, da “mulher-macho” e da “prostituta”, assim como outros personagens acessórios que iluminam o imaginário da vida no sertão.

Entendemos que os meios de comunicação de massa, ao apropriarem-se da cultura popular, promovem uma ressignificação desta, de modo a compatibilizar seu conteúdo com os padrões linguísticos e estéticos da mídia audiovisual. Sendo assim, muitas manifestações populares adaptadas para os meios de comunicação de massa, adquirem novos sentidos, os quais, muitas vezes, são reabsorvidos pelos produtores de cultura popular. Um bom exemplo é o fenômeno ocorrido com o músico Luiz Gonzaga, como explica Roberto Benjamim.

A gravação da música folclórica, com arranjos da cultura de massas e apresentação por músicos consagrados, tem uma influência de retorno sobre a produção popular. O caso mais evidente é o relativo ao papel exercido por Luiz



Gonzaga. O baião, na forma divulgada pelo cantor, não era conhecido pela cultura folk, tendo a sua forma primitiva - o chamado baião-de-violão, ou baiano - sido substituída pelo ritmo arranjado por ele e seus produtores. Os instrumentos tradicionais desta música - a viola, a rabeca e a banda de pífanos - cederam lugar aos conjuntos ditos 'regionais' - sanfona, zabumba (bombo), caixa e triângulo (ou pandeiro). O xaxado, que sabemos cantado e dançado pelos cangaceiros - e já em desuso pelas populações sertanejas - foi recriado por Luiz Gonzaga e outros compositores, voltando, nesta forma, à cultura popular. (BENJAMIN, 1999, item 6)<sup>5</sup>.

Desta maneira, quando analisamos um produto midiático, no caso o audiovisual, devemos considerá-lo não apenas uma representação de um imaginário ou de uma matriz cultural, mas também uma construção que mescla e funde diferentes elementos que buscam estereotipar uma identidade cultural em personagens, algumas vezes, caricatos que em nada representam a realidade. Podemos, para exemplificar esta afirmação, citar a questão do sotaque, uma vez que bem sabemos que o Brasil, pelas suas dimensões possui diferentes formas de falar e de pronunciar as palavras, temos os diferentes e marcantes sotaques regionais, que servem para identificar os oriundos de diversas partes do país. Nas obras audiovisuais, o sotaque é estilizado ou mesmo caricaturado, o que faz com que o público ao assistir a obra identifique que há um sotaque, mas sem ter noção de seu local de origem, uma vez que as obras audiovisuais buscam uma universalização e não uma regionalização. Assim os sotaques percebidos nas falas dos personagens não procedem de uma região específica, mas são indícios de uma origem, isto é, de determinada região territorial mais ampla.

Isso pode ser percebido nas obras anteriormente citadas, nas quais ao escutarmos com atenção as falas dos personagens participantes da trama narrativa, torna difícil uni-los em um único grupo linguístico, pois atores e atrizes que compõem o elenco não são todos de uma mesma região do país. No entanto, esta preocupação com o sotaque não é o mais importante elemento da análise, de fato é um tema que, nas pesquisas, devemos considerar de pouca relevância, mas seu conhecimento deve ser constante para que não nos deixemos levar pela ilusão de que, apesar do discurso ser carregado pela fala, o sotaque não é parte substancial da mensagem, e sim um ruído que busca causar uma estilização dos maneirismos linguísticos dos personagens. Assim, a análise discursiva recai no texto propriamente dito, elemento não neutro, mas com objetivos definidos pelo sujeito enunciador que, carregado pela atuação dos personagens, se disfarça em

---

<sup>5</sup> A nova abrangência da folkcomunicação. Disponível em:  
<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2010.



múltiplos falantes, mas que, ao final, se faz perceber enquanto autor ou mesmo diretor da trama narrativa.

Como anteriormente apontado, acreditamos que reflexões importantes para este cenário, serão alcançadas ao propormos uma análise que articule as duas teorias, isto é, a Análise do Discurso e a Folkcomunicação às narrativas populares, a partir das mediações discursivas dos meios de comunicação. Para esta proposta, utilizaremos as noções básicas de *memória discursiva* e de *ethos discursivo*.

A categoria *memória discursiva* se estabelece na relação com os dois esquecimentos que constituem o sujeito do discurso. Isto se dá através de dois aspectos: do *pré-construído* e da *articulação* de enunciados do interdiscurso que atravessam o discurso sob a forma de discurso transversal. O encadeamento do *pré-construído* e da *articulação* manifesta-se no *intradiscurso*, surgindo daí o efeito de evidência: o que todos sabem e podem ver.

Maineuneau (1984; 1993) afirma que o discurso é recoberto pela memória de outros discursos e uma formação discursiva (FD) se prende a uma dupla memória. A FD se concede uma *memória externa* que se situa na filiação de FD anteriores e, no decorrer dos tempos, ela cria uma *memória interna* com os enunciados produzidos no interior da mesma FD. O discurso se apoia, então, sobre uma tradição, mas cria, pouco a pouco, sua própria tradição. Aqui a memória não é psicológica, ela não se faz senão como o modo de existência de uma FD e cada FD tem uma maneira própria de gerar essa memória.

Na constituição da memória do discurso, segundo Maineuneau (1993, p. 114-115), tem-se uma rede de formulações pertencentes, ao mesmo tempo, a textos diferentes e ao mesmo discurso; trata-se de *reformulações* de outras formulações pertencentes à rede. Esta “rede” constitui, para Courtine (1981), diferentes formulações possíveis do mesmo enunciado no interdiscurso, dizendo respeito à existência histórica do enunciado, no seio de práticas discursivas reguladas pelos aparelhos ideológicos, capaz de dar origem a atos novos, no sentido de que toda produção discursiva acontece numa conjuntura dada e coloca em movimento formulações anteriores. É justamente essa *rede vertical* que permite ao *interdiscurso* ser um processo incessante de reconfiguração. Esta hipótese de um processo de reconfiguração das relações de um discurso com outros discursos pode se dar por meio de processos discursivos de *paráfrase* (reiteração de um sentido já existente) e de *polissemia* (possibilidade de o sentido ser outro), numa encenação do já-dito.



A noção de *ethos* está presente em diversas áreas do conhecimento, desde a *Retórica* de Aristóteles aos Estudos Culturais, e, hoje, podemos pensar tal categoria como da Análise do Discurso. Segundo Maingueneau (2008), o *ethos discursivo* vai além do quadro da argumentação, pois permite uma adesão mais ampla dos sujeitos a um discurso; e, “em última instância, a questão do *ethos* está ligada à da construção da identidade” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 59). Para ele,

(...) o *ethos* está ligado a uma evolução das condições do exercício da palavra publicamente proferida, particularmente, particularmente com a pressão das mídias audiovisuais e da publicidade. O foco de interesse dos analistas da comunicação se deslocou, das doutrinas e dos aparelhos aos quais relacionavam uma ‘apresentação de si’, para o ‘look’ (MAINGUENEAU, 2008b, p. 11).

Portanto, além da relação com a reflexividade enunciativa, o *ethos* permite analisar as relações entre o corpo e o discurso, o que envolve pensar não apenas o *caráter*, feixe de traços psicológicos, mas a *corporalidade*, as formas de vestir-se, de mover-se no espaço, de marcar um tom específico à fala etc., isto é, “as que ‘dão o tom’” do discurso (MAINGUENEAU, 2008b, p. 19).

Antes de iniciarmos a análise, é necessário fazermos um pequeno resumo de cada obra, caracterizando-as no espaço e no tempo.

O *Auto da Compadecida* é uma peça de teatro, no formato de auto segundo o modelo de Gil Vicente, autor português do século XVI, em que há elementos do nordeste brasileiro e da literatura de cordel, fundindo cultura popular e tradição religiosa. Seus personagens são pessoas simples do povo, atormentados pela seca e em constante luta contra seu destino. A peça se desenvolve a partir de um milagre de Nossa Senhora, bem ao gosto medieval, e a religião é algo doce, agradável e simples, favorecendo os pobres em detrimento dos ricos. Assim, o que se vê é o homem do sertão que deve ser perdoado de seus pecados por experimentar inúmeras dificuldades, tanto de ordem climática, quanto social.

A *Pedra do Reino*, romance inspirado em um episódio ocorrido no século XIX, tem como pano de fundo o município sertanejo São João do Belmonte/PE, onde uma seita tentou fazer ressurgir o mito do sebastianismo. Aqui cabe lembrar que o sebastianismo ainda é lembrado em Pernambuco durante a *Cavalcada da Pedra do Reino*, uma manifestação popular que acontece anualmente no local, na qual crianças foram sacrificadas pela volta do rei Dom Sebastião. A história também é baseada na cultura popular nordestina e influenciada pela literatura de cordel.



O *Homem que desafiou o diabo* é um filme, gênero comédia, baseado no cordel *As pelejas de Ojuara*, de Nei Leandro de Castro, que também auxiliou no roteiro do filme, fato que pode garantir uma maior fidelidade com a obra original, ou ainda permitir uma melhor adaptação, uma vez que o autor da obra impressa empreende uma nova escrita de seu livro de cordel. A peça audiovisual narra a história de Zé Araujo, caixeiro-viajante, e se passa em Jardim dos Caiacós. Zé Araujo seduz a filha de um comerciante e é obrigado a se casar, tornando-se um escravo da mulher, do sogro e motivo de chacota de toda cidade. Revoltado, transforma-se em Ojuara e começa uma nova vida, na qual é herói, dono de sua própria vida, que revestido da nova identidade transforma-se em homem valente e destemido que enfrenta personagens míticos, entre eles o Diabo, e personagens do sertão nordestino, como jagunços, cangaceiros e touros bravos.

A partir do contexto socioeconômico do Brasil, na região nordeste, não é difícil compreender a temática das três obras: a luta pela sobrevivência, apesar da falta de água, da falta de respeito, da falta de perspectiva futura. É o sertanejo procurando uma identidade regional por intermédio de um discurso popular e, às vezes, questionador, político, quando a voz do enunciador, político e intelectual, se confunde à dos personagens. Os autores podem, desta maneira, imprimir sua identidade no discurso do narrador, porque viram de perto a seca, a pobreza, o descaso, o abuso de poder, em uma realidade regional brasileira, especificamente a nordestina, que está presente através de seus instrumentos culturais mais significativos: as crenças e a literatura de cordel. Desta forma, é construído o *ethos* de um povo do sertão; o *ethos* de uma identidade regional.

Associada ao *ethos* está a cenografia, ou a “cena de encenação”. Ela refere-se à “situação de comunicação”. Designa um espaço instituído, é o próprio espaço de enunciação. A cenografia é parte integrante do ato de fala. Maingueneau (2008b) propõe três cenas distintas de enunciação: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. A cena englobante é relativa ao tipo de discurso; a cena genérica é relativa aos gêneros discursivos e a cenografia é instituída pelo próprio discurso.

Suassuna e Castro apresentam o *ethos* explícito do sertanejo. São figuras típicas do sertanejo como se pode inferir das falas:

Romance-enigmático de crime e sangue, no qual aparece o misterioso Rapaz do Cavalo Branco. A emboscada do lajedo sertanejo. Notícia da Pedra do Reino, com seu castelo enigmático, cheio de sentidos ocultos! Primeiras indicações sobre os três irmãos sertanejos: Arésio, Silvestre e o Sinésio! Como seu pai foi morto por cruéis e desconhecidos assassinos, que degolaram o velho Rei, e raptaram o mais moço dos jovens Príncipes, sepultando-o numa Masmorra, onde



ele penou durante dois anos! Caçadas e expedições heróicas nas serras do Sertão! Aparições assombráticas e proféticas! Intrigas, presepadas, combates e aventuras na Caatinga! Enigma, ódio, calúnia, amor, batalhas, sensualidade e morte!(SUASSUNA, 1971 p. 13

O cabloco Ojuára apareceu na porta com roupa de mescla e jibão de couro. Trazia uma viola atravessada nas costas, presa por um talabarte. Segurava na mão esquerda um bisaco de couro, muito cheio de coisas, porque se via que estava abarrotado. Já não era Zé Araújo, todo mundo viu logo pelo jeitão. E os mais observadores olharam para seus pés, pra ver se o cabloco estava usando bota de salto alto. Não estava: era mesmo alpercata de couro cru. [...] Seus ombros também estavam mais largos e no rosto tinha desaparecido completamente aquele jeito de marido mandado, jeito de merda n'água, que vai para onde é levado (CASTRO, 2006, p.50).

Assim, narradores participam da mesma cena de enunciação e dividem a mesma opinião sobre o caráter das personagens, pois não só o *ethos* discursivo é apresentado pelos personagens centrais como ele é ratificado pelo narrador, quando assume o discurso do outro para referendá-lo.

Também é importante analisar a mudança de Araujo em Ojuara: de infrahomem, aquele que pede desculpas a todo mundo e a si próprio, a super-homem. É aí que se corporifica o *ethos* mitificado do nordestino, a partir do enunciado euclidiano, já canônico: o sertanejo é um forte.

Verdade seja dita, Ojuára nasceu numa tarde de agosto, aos vinte e oito anos de idade. Até então, ele não passava de um bedamerda empregado no armazém do sogro, um turco brabo que só a gota, que parecia ter parido sozinho a filha única, tal a presença dos dois.

Até aquela tarde, gravada para sempre na história de Jardim de Caiacós, Ojuára era José Araújo Filho, homem triste, cara fechada, conversa pouca. Enquanto definhava sob a montanha de papéis do armazém ou sucumbia sob os braços e o mau humor da mulher, Zé Araújo nem de longe desconfiava que a cidade toda o achava lesado, imoral e manicaca. Não valia um tostão de mel coado (CASTRO, 2006 p. 11).

Os autores acionam não só uma memória discursiva, mas também a memória social. As peças midiáticas se embasam em tradições localistas e regionalistas do folclore: o mito do sebastianismo (influência ibérica), o auto e o cordel.

Estas análises aqui apresentadas são resultado do trabalho do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da Universidade Estadual de Santa Cruz e vêm demonstrando como a teoria da Folkcomunicação pode servir de base para a análise de produtos audiovisuais com a temática nordestina e também como a Análise do Discurso como suporte teórico serve ao propósito de elucidar e desvendar os discursos e as ideologias presentes na



produção audiovisual brasileira quando ela pretende representar uma determinada realidade, entendemos que as diferentes realidades regionais brasileiras também estão presentes na produção audiovisual nacional e que também podem ser objeto do mesmo tipo de análise que empreendemos, considerando que cada uma dessas realidades devam estar também embasada em um conhecimento das especificidades regionais e da construção de suas identidades. No nosso caso pudemos perceber como a temática nordestina serve para a veiculação de uma caracterização do tipo nordestino pela mídia e em alguns momentos beira o estereótipo e, em outros, tenta uma representação mais próxima da realidade, mas sempre com o viés característico dos produtos de cultura de massa, isto é, homogeneizantes e massivos.

## REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, L. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados São Paulo: Cortez, 1980.
- BENJAMIM, R. **A nova abrangência da Folkcomunicação**. In: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2010, Revista PCLA, 1999.
- CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**: Estratégias para entrar e sair da modernidade. 2.ed. São Paulo: EDUSP, 1998.
- CASTRO, N. L. **As pelepas de Ojuára**: o homem que desafiou o diabo. 4. ed. São Paulo: Arx, 2006
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**: Princípios e Procedimentos. 7.ed. Campinas: Pontes, 2007.
- MAINGUENEAU, D. Problemas de ethos. In: POSSENTI, Sírio; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Perez (Orgs.). **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a. p. 55-73.
- \_\_\_\_\_. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008b. p. 11-29.
- SOUZA, T.C.C. **Discurso e Imagem: perspectivas de análise do não verbal** In: Ciberlegenda Número 1, 1998. <<http://www.uff.br/mestcii/tania1.htm>> acesso em 06 de outubro de 2010
- SUASSUNA, A. **Romance d'A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta**. São Paulo: José Olympio, 1971