



## **Sertão construído: territorialidade, modernidade e folclore na formação da identidade sertaneja nos meios de comunicação <sup>1</sup>**

Fernanda Fontes Deiró Ferreira <sup>2</sup>

Lana Santos Oliveira <sup>3</sup>

Centro Universitário Jorge Amado - Bahia

### **Resumo**

O presente artigo tem a intenção de analisar a construção e a manutenção identitária do território localizado na região nordeste do Brasil, considerado sertão, bem como da sua população, os sertanejos, através dos meios de comunicação. Partindo da suposição que a identidade sertaneja foi forjada em um determinado contexto histórico, põe-se em análise aqui a sua construção, a sua legitimidade e quais as formas de comportamento social que a reafirmam como tal. Para pontuar essas questões, são permeados os conceitos de identidade, território, folclore e modernidade, no intuito de esclarecer não somente como se deu a significação identitária, mas, especialmente, como a identidade construída ainda se mantém no imaginário social.

### **Palavras-chave**

Identidade sertaneja; Meios de Comunicação; Territorialidade; Modernidade; Folclore.

### **1 - Introdução**

Na história do Brasil, genericamente considerando o pensamento social e imaginário, poucos conceitos sobre territórios e regiões tiveram tanta visibilidade e significado quanto o de “sertão”. Mesmo remetendo-se à idéia de passado, o sertão permanece vivo no pensamento e no cotidiano da sociedade brasileira, materializando-se como uma das mais relevantes categorias espaciais no Brasil. No nordeste, a sua conceituação se torna tão crucial, que, sem ela, a própria noção da região se esvazia, carente de uma referência essencial. (AMADO, 1995)

Em termos de senso comum, o sertão parece reunir uma massa de pessoas com aparência e costumes homogêneos, apesar de estar contido em oito estados diversos. A idéia de um sertão/nordeste constituído com uma identidade própria, e tão diferenciada da identidade “sulista”, começa a ser forjada em início da década de 1910, quando as elites do sudoeste e do sul lançam seu olhar mais atento para a região que vem sendo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Jornalista, Graduada em 2010 pelo Centro Universitário Jorge Amado, email: [nanda.deiro@yahoo.com.br](mailto:nanda.deiro@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Jornalista, Graduada em 2010 pelo Centro Universitário Jorge Amado, email: [ana.oliveira@yahoo.com.br](mailto:ana.oliveira@yahoo.com.br)



assolada pelas secas. No entanto, é somente na década seguinte que começam a despontar os novos regionalismos no Brasil e novas formas de sensibilidade artística e cultural da modernidade, assim como os novos códigos sociais trazidos pelo modernismo que se instalam no pensamento coletivo (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2009).

No intuito de visualizar a nação em toda sua complexidade, diferentes saberes científicos, artísticos e culturais se empenham em compreender o espaço brasileiro apagando as discontinuidades que ainda bloqueiam a síntese do nacionalismo. Nessa intenção, os discursos sulistas começam a surgir diferenciando o novo e desconhecido norte/nordeste como “os outros”, que diferente do “nós”, possuem saberes e costumes bizarros e arcaicos, distante da idéia de desenvolvimento e modernização (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2009).

É através desses novos discursos que o Brasil vai conhecendo a imagem forjada do sertão seco e do nordestino amuado, matuto, desengonçado, tão arraigado às tradições. Um homem e uma região que já vão se constituindo num estereótipo quase folclorizado, conceitos mais trabalhados a diante. José de Souza Martins, ao falar do campesinato, correlaciona os sentidos de sertanejo com o de caipira, o tabaréu, o mestiço: palavras que se referem aos que habitam lá longe, “fora das povoações e das cidades, e que, por isso, são também rústicos, atrasados ou, então, ingênuos, inacessíveis” (MARTINS, 1983, p. 22). O autor ainda considera que essas palavras não designam somente o nome, mas o lugar social, o espaço geográfico do campo em oposição à cidade, e um destino histórico: um camponês/sertanejo que não está nem dentro nem fora da sociedade, que se encontra numa margem, na posição de exclusão. É assim, inclusive, que o sertanejo vai ser tratado politicamente, como um incapaz, um retardatário no processo de modernização, alguém que participa “como se não fosse essencial, como se não estivesse participando”. (MARTINS, 1983, p.25)

A mídia entra como fator determinante nesse contexto, preconizando a identidade forjada do sertão e do sertanejo através de discursos que cristalizam a imagem da seca, do atraso e da estagnação social. Para Lindoso (2005), os elementos associados ao sertão pelos meios de comunicação, podem suscitar orgulho em alguns e aversão em outros, já que operam no imaginário e ensejam construções estereotipadas que vão definir quem são os sertanejos para a sociedade e, principalmente, para si próprios.



As construções históricas, políticas e culturais, e sobretudo o discurso midiático relacionado à sertanidade corroboraram, deste modo, para o que hoje se considera *identidade sertaneja*. Uma espécie de amontoado de pessoas com falas preguiçosas, vítimas das adversidades do ambiente em que vivem, produtoras de uma cultura obsoleta, e que parecem estar paradas num tempo imaginário regido por tradições arcaicas e jargões ultrapassados.

O que se torna necessário, assim sendo, é observar como esses conceitos se constroem e ainda se mantêm e quais seriam, afinal, os verdadeiros contextos e características que configuram a identidade sertaneja. Para tanto, propõe-se analisar aqui não somente identidade, mas relacionar também outros tantos conceitos como o de territorialidade, modernidade e folclore, no intuito de complementar o sentido maior da construção identitária.

## **2 - Sertão nos meios de comunicação: construção e transmissão de estereótipo**

Como já abordado na introdução, as características relativas ao sertão, e as imagens construídas através dessas representações, se encontram cristalizadas no imaginário lúdico popular. A representação social do semiárido está, na maioria das vezes, ligada aos estereótipos difundidos historicamente pelos meios de comunicação massivos. De forma geral, a região sertaneja só ganha espaço na mídia quando nela se abatem grandes períodos de estiagem, perpetuando as imagens do solo rachado, e contribuindo para redução do problema geográfico em detrimento da diversidade e riqueza cultural do sertão. Partindo desse pressuposto, julga-se legítimo afirmar aqui que a seca constitui-se como referencial na conformação geral da representação social do sertão e, nesse ínterim, estão implicadas questões de cunho político, econômico e social que ainda merecem ser discutidas. (COELHO; SANTOS, 2006)

Tomando como referência os conceitos abordados por Morigi (2005), pode-se afirmar que o jornalismo atua decisivamente na representação da realidade, e que “evidencia-se o discurso midiático como sendo um produtor de sentidos a partir de outros discursos produzidos socialmente” (MORIGI, 2005, p.6). Dessa forma, os meios de comunicação, além de funcionar como um sistema de intermédio entre o fato e a sociedade, também têm poder de articular e enquadrar. Nesta mesma perspectiva, Guareschi (2000, p.37), considera que a comunicação se torna um mecanismo fundamental para a consolidação de trocas simbólicas, sendo seu papel cada vez maior e mais atuante na vida dos indivíduos. O autor observa que o jornalista lida



cotidianamente com a produção de sentidos a partir do uso da palavra, por isso pode-se considerar que nos textos estão expressos implicitamente pressupostos morais, julgamentos e valores, consolidados nas experiências vividas pelo sujeito que os constrói (GUARESCHI, 2000)

Paiva (2005), considera que a mídia desenvolve os estereótipos, promovendo a criminalização das culturas minoritárias, ou seja, os excluídos. O jornalista Walter Lippmann (1922), pioneiro nos estudos sobre estereótipo, afirma que a realidade que conhecemos ao invés de ser oferecida a nós, é, na maioria das vezes, construída por nós, dessa forma: “vemos primeiro para depois definir. [...] Colhemos o que a sociedade já definiu para nós, e tendemos a perceber o que colhemos na forma estereotipada, para nós, pela nossa cultura (LIPPMANN, 1966, p.51). Nesse mesmo aspecto, Lima (1997), afirma que uma das funções sociais do estereótipo é legitimar as forças de dominação de um determinado grupo sobre outro, num processo de depreciação do comportamento social do grupo dominado.

No caso em questão, das representações do sertão e do homem sertanejo, Lindoso (2005) afirma que todo indivíduo procura compreender o mundo através de suas representações simbólicas, uma espécie de imaginário que permite uma construção que tenha conexão com a realidade, mas não necessariamente represente-a. A autora destaca, então, que os símbolos mais intimamente ligados ao imaginário referente a sertão são aqueles constantemente mostrados na mídia: seca, miséria, rusticidade, etc., o que contribui de forma decisiva para formação da imagem sertão no imaginário popular, muito embora essa representação nem sempre seja condizente com a realidade.

O que se pode notar, portanto, é uma constante nas construções da mídia sobre o sertão. O estereótipo formado e difundido incansavelmente forma um ciclo vicioso em todo o sistema: quanto mais se reproduzem os discursos, mais estes se cristalizam, e mais ainda serão novamente propagados. Neste artigo, serão expostas justamente quais são as bases em que esse discurso se constrói e se sustenta através dos anos, principalmente numa perspectiva que aborda os conceitos de territorialidade, folclore e modernidade.

### **3 – Território e territorialidade na formação identitária: a construção do sertão**

Os conceitos de território e territorialidade vêm sendo constantemente discutidos e reconfigurados por geógrafos, historiadores e cientistas sociais de forma geral. Neste artigo será apresentada uma visão mais recente do conceito de territorialidade tal como



é analisado pela antropologia e, especificamente, qual a influência dele na construção de identidades.

Paul Little (2002, p. 3), conceitua a territorialidade “como o esforço coletivo de um grupo social para ocupar, usar, controlar e se identificar com uma parcela específica de seu ambiente biofísico”, definido como seu território ou *homeland*, expressão inglesa que expressa o sentimento de territorialidade de diferentes grupos sociais que estão inseridos em um Estado-nação. No intuito de complementar o sentido de territorialidade, Little emprega o conceito de cosmografia para elucidar as relações particulares que cada grupo mantém com território em que vive. O autor define cosmografia como “os saberes ambientais, ideologias e identidades – coletivamente criados e historicamente situados – que um grupo social utiliza para estabelecer e manter seu território” (LITTLE, 2002, p.5), e explica que a cosmografia de um grupo inclui tanto o seu regime de propriedades como os vínculos afetivos que ele mantém com o local.

Partilhando da mesma idéia central, Claval (1999) avalia que o sentimento de territorialidade de um grupo expressa não somente os meios materiais, mas também o de ordem simbólica e que “os homens concebem seu ambiente como se houvesse um espelho que, refletindo suas imagens, os ajuda a tomar consciência daquilo que eles partilham” (CLAVAL, 1999, p.11). O território, portanto, além de fortalecer o sentimento de pertencimento, “ajuda na cristalização de representações coletivas, dos símbolos que se encarnam em lugares memoráveis” (BRUNET, 1992:436 *apud* CLAVAL, 1999, p.11)

Como já foi sugerido anteriormente, o território reconhecido como “sertão” teve origem, em grande parte, de uma construção histórica que em dado momento delimitou a região assolada pelas secas, forjando-o como se ele sempre estivesse ali. Nesse processo, não só um território físico foi demarcado, mas também um território constituído no imaginário, que originou o estereótipo do sertão como uma área de pessoas humildes, com uma vida sofrida por conta das adversidades ambientais, e que viviam num tempo isolado quase estático, presos a tradições e com poucos trejeitos sociáveis.

Os estudos de Claval (1999, p.15) a respeito da construção de territórios identitários, ressaltam exatamente que a identidade é uma noção elusiva, e que os “traços que caracterizam as pessoas são tão numerosos que somente uma parte é retida para definir a identidade”, o que sugere que a partir da mesma situação outras



significações seriam possíveis. Portanto, “a identidade deve ser analisada como um discurso que os grupos têm sobre eles mesmos e *sobre os outros* [grifo da autora], para dar um sentido à sua existência”. O sertão parece traduzir essa especificidade no processo de construção: uma identidade formada pelo *outro*, pela significação de apenas alguns traços que, na totalidade, poderiam defini-lo. E o mais importante: o próprio sertanejo não é ouvido nesse processo, a sua identidade é atribuída sem que ele mesmo participe e possa se manifestar.

A presença do significado do território é inquestionável na construção cultural do sertanejo como um todo, e aqui não se põe em questão isso. O que se sugere é que a demarcação de um território denominado “sertão” e a construção de uma identidade dita “sertaneja” baseada nesse território, pode ter produzido um discurso distorcido. Trata-se de analisar, então, em que bases esse discurso se constrói e, especialmente, de que forma ele ainda se mantém, já que a idéia estereotipada do sertão e do homem sertanejo ainda é tão viva no imaginário social coletivo. É justamente isso será posto em cena a seguir, quando será considerada a modernidade e o conceito de *popular*.

#### **4 - Modernidade e identidade: o tradicional, o patrimônio e o rito na teatralização do poder**

Segundo Giddens, a modernidade deve ser entendida de uma forma institucional, e as suas instituições diferem em todos os níveis das antecessoras, especialmente no que diz respeito ao dinamismo, os hábitos, os costumes tradicionais e o seu impacto global. De forma geral, a modernidade é o que se entende por mundo industrializado e capitalista, (não tomando essas duas esferas como únicas dimensões) e que é fortemente marcada pela interconexão entre os extremos das influências globalizantes e das disposições pessoais dos indivíduos. Nessa perspectiva, as *auto-identidades* ou o *eu* moderno, por mais que sejam forjados em contextos específicos, são determinados por influências externas, e ao mesmo tempo, contribuem para as influências sociais, num processo reflexivo. (GIDDENS, 2002)

Mais especificamente, o autor explica que as *auto-identidades* constituem-se numa trajetória na qual cada indivíduo vivencia uma biografia organizada nos possíveis modos de vida estabelecidos pela modernidade. E que nesse âmbito a pergunta “como devo viver?” é respondida tanto no que se refere ao próprio estilo de vida, quanto em decisões cotidianas banais, como o que comer ou vestir. (GIDDENS, 2002)



No entanto, o autor alerta que “estilo de vida” não deve ser interpretado somente a partir de uma perspectiva capitalista do consumo que se refere aos projetos de classes e grupos mais favorecidos ou prósperos, mas que esse conceito engloba também projetos ou ações seguidos em profunda limitação material. Na verdade, a divisão de classes e a desigualdade, constituem-se como uma característica da modernidade, que fomenta diferenciações entre gêneros, etnicidades e regionalidades, por exemplo, e cria mecanismos de supressão e de não-realização do eu, afastando a possibilidade da emancipação. (GIDDENS, 2002)

Outro aspecto ressaltado por Giddens no que se refere à modernidade e formação identitária é a influência de acontecimentos distantes sobre eventos próximos e que tocam na intimidade do eu, fenômeno cada vez mais comum graças aos meios de comunicação modernos, como a mídia eletrônica. Para o autor (2002, p. 12), “a experiência canalizada pelos meios de comunicação, desde a primeira experiência da escrita, tem influenciado tanto a auto-identidade quanto a organização das relações sociais”, a familiaridade que é gerada no espectador entre um fato distante e sua própria realidade local pode “produzir sensações de inversão da realidade”.

O exemplo da identidade sertaneja parece se encaixar nos conceitos abordados por Giddens. *A priori*, o que se destaca é a construção ou caracterização do *estilo de vida* considerado sertanejo: perspectivas forjadas pelas influências sociais externas, capitalistas, que são incorporadas por uma classe com voz social suprimida, e que acaba, no processo reflexivo, contribuindo para que essa identidade se consolide cada vez mais. *A posteriori*, os meios de comunicação são inseridos nesse processo ao reafirmar essas identidades e ao teatralizarem o discurso sobre o sertão/sertanejo, tornando-o universalizante e produzindo uma possível inversão da realidade, já que o sertanejo em si não é convidado a participar dessa construção. O que se sugere dentro desse contexto é que o estilo de vida urbano é transmitido pela mídia como legítimo, e aceito como tal pelo sertanejo, uma via de mão única, ao que se parece, já que o discurso sobre o estilo de vida sertanejo não é transmitido da mesma maneira.

Em uma visão mais culturalista, Nestor Garcia Canclini (2003) discute a questão identitária na modernidade em uma análise voltada para a reconfiguração das tradições populares e do patrimônio histórico, no intuito de mostrar as amarras políticas e sociais que usam esses conceitos para forjar a construção de identidades entre povos e nações.

O autor considera que a definição de identidade na sociedade moderna, em especial na sociedade latino-americana, seria traduzida em uma *entidade* de um





determinado local ou região, em que “tudo o que é compartilhado pelos que habitam esse lugar se torna idêntico ou intercambiável”, e os que não compartilham do território, dos objetos e símbolos são os “outros, os diferentes” (CANCLINI, 2003, p.190).

Partindo dessa análise, Canclini discorre sobre o que ele intitula de *teatralização do poder*, processo ou *ritual* pelo qual as tradições e o patrimônio servem como elementos de legitimação da identidade. Essa construção identitária seria, portanto, uma estratégia usada por todo grupo no intuito de se diferenciar e se afirmar como tal, fazendo “uso tácito ou hermético de códigos de identificação fundamentais para a coesão interna e para proteger-se frente a estranhos” (CANCLINI, 2003, p. 190). O autor afirma ainda que a teatralização consiste em simular que há uma origem, uma substância fundadora que serviria como liga para unir os indivíduos em torno de uma mesma idéia construída.

No caso em estudo, da formação identitária do sertanejo, o uso das tradições e do patrimônio é evidente e se constrói como um *rito*, uma vez que os dois conceitos são deliberadamente utilizados como elementos de coesão para manter o estereótipo de um povo *tradicional*. As músicas nordestinas, a comida típica, as vestimentas, os festejos regionais, as relações sociais de compadrio e de confiança e as próprias imagens do sertão seco ou do cangaceiro, são elementos retratados incansavelmente pela mídia, que tem papel de legitimar a identidade construída politicamente. O autor afirma ainda, que o *rito* se diferencia de outras práticas exatamente porque não é questionado ou discutido, e que sua função pré-formativa se sustenta na afirmação “*transforma-te no que tu és*”. O indivíduo, afinal, recebe a cultura - e conseqüentemente uma identidade – como uma herança e a toma como algo natural, impassível de mudanças, processo pelo qual os sertanejos parecem passar. (CANCLINI, 2003).

Ampliando a visão de Giddens sobre as desigualdades e as diferenciações geradas pela sociedade moderna, Canclini propõe que a própria modernidade pode ser encarada como uma máscara, um simulacro tramado pelas elites. Ele considera que as oligarquias liberais do final do século XIX e início do século XX, apenas organizaram alguns setores da sociedade para originar um desenvolvimento subordinado, enquanto fingiam que fomentavam o Estado. E nesse processo mal acabado, de tentar formar culturas nacionais, no qual a própria elite mal se sustentou, enormes populações indígenas e camponesas foram deixadas de fora, evidenciando a sua exclusão em revoltas e na migração que acabou causando o inchaço dos grandes centros urbanos. O autor conclui afirmando que “os populismos fizeram de conta que incorporavam esses





setores excluídos, mas sua política igualitária na economia e na cultura, sem mudanças estruturais, foi revertida em poucos anos ou se diluiu em clientelismos demagógicos” (CANLINI, 2003, p.25)

## **5 - Identidade e Folclore: local do popular no mundo moderno**

As construções identitárias do sertão e do sertanejo ilustram notadamente as concepções apresentadas por Canclini ao analisar o papel do popular no mundo moderno. O autor faz conexões entre conceitos antagônicos como *tradição/modernidade*, *local/global*, *rural/urbano*, para explicar como o popular se encontra enraizado ao folclore e como se opõe ao conceito de *culto*, especialmente analisando as sociedades latino-americanas.

Inicialmente, o autor pontua que ao popular foi destinado o papel de excluído, traduzindo e abarcando “aqueles que não têm patrimônio ou que não conseguem que ele seja reconhecido e conservado” (Canclini, 2003, p. 205). Os setores populares se encontrariam sempre no final dos processos de produção dos bens culturais tidos como “legítimos”: meros destinatários ou espectadores, obrigados a representar sempre o mesmo papel e reafirmar o ciclo ideológico dos dominadores, considerados *cultos*.

A principal tradução do popular estaria hoje concentrada no folclore, considerado por Canclini uma *invenção melancólica das tradições*, já que nele está representado o saudosismo que o leva a definir-se como tradicional. O autor afirma que “a especificidade da cultura popular reside em sua fidelidade ao mundo rural” (CANCLINI, 2003, p. 210) e que o popular estaria resumido a “uma propriedade de grupos indígenas ou camponeses isolados e autossuficientes, cujas técnicas simples e a pouca diferenciação social os preservaria de ameaças modernas” (CANCLINI, 2003, p. 211).

É interessante discorrer nesse ponto sobre a Carta do Folclore Americano, apresentada por Canclini como uma síntese global da ideologia de trabalhos, estudos e políticas culturais referentes ao folclore. O documento oferece as seguintes definições: o folclore seria constituído por um conjunto de bens e formas culturais tradicionais, principalmente de caráter oral e local, sempre inalteráveis, o que levaria a uma tentativa constante por parte dos pesquisadores e especialistas de não desvirtuá-lo, já que não é ponderada nenhuma razão para alterar a ordem em que é considerado; por ser entendido dessa maneira, o folclore constitui a essência da identidade e do patrimônio cultural de cada país; os meios de comunicação modernos, bem como o progresso, estariam, enfim,



acelerando o processo de desaparecimento do folclore, fazendo com o patrimônio seja desintegrado e com que os povos americanos percam sua identidade. (CANCLINI, 2003, p. 213-214)

Fica claro, portanto, que o folclore está associado à melancolia e a nostalgia de uma época no passado, e que é lá, no pretérito, que devem continuar os seus produtores e atores principais. Canclini afirma que o folclore suscita à profundidade da vida camponesa, que estaria perdida se entrassem em contanto com a tecnologia e o mundo moderno. O popular parece então estar sempre preso nesse passado mágico, arraigado a uma época arcaica, exatamente o que aparenta ocorrer com o sertão nordestino. A lógica culta dominadora folcloriza o sertanejo, fazendo-o parecer uma figura parada no tempo, alheia às novas tecnologias e aos avanços da modernidade, um indivíduo quase caricaturado a quem cabe o papel de produzir artesanato e perpetuar rituais. O seu contanto com a modernidade macularia a sua tradição, poria em risco toda a sua cultura associada à vida simples do campo.

Canclini também afirma que os próprios bens culturais produzidos pelo popular, como as lendas, as músicas e as danças acabam interessando mais do que os agentes que os geram, e que esse descaso destinado aos indivíduos, e a fascinação pelo objeto, apenas fomenta ainda mais a sua repetição, ao invés de pensar na transformação. Essa afirmativa reitera, então, o que aqui já foi posto sobre o sertanejo: estaria fadado a viver no estereótipo constante de uma repetição do passado.

Avançando um pouco mais na discussão, o autor apresenta possíveis caminhos para contornar o processo de letargia em que se encontram as culturas populares, admitindo que é possível construir um novo horizonte de análise do tradicional, que a reprodução do popular e do folclore não exige fechar-se à modernização, e que o destino dos grupos tradicionais não é fatalmente ficar de fora da modernidade.

Em linhas gerais, o que Canclini propõe é que as camadas populares não estão inertes. É a tentativa de empregar uma nova visão, principalmente a historiadores, antropólogos, comunicadores e folcloristas, que os incite a esclarecer quais os processos de mudança que ocorreram e ocorrem no *tradicional*, e que demonstre que a idéia de manutenção do “original” não é a melhor forma para reelaborar a situação. Ao contrário, deve-se fomentar a mudança para que a tradição seja também moderna, para que o camponês mantenha seus costumes, mas que também tenha o acesso reconhecido à tecnologia, para o que os antagonismos do *rural/urbano*, *local/global* e *culto/popular* já não sejam tão opositivos assim.



Por fim, o autor afirma que trata-se de averiguar se “manter as tradições ou participar da modernidade tem para os setores populares o sentido que tradicionalistas e modernizadores vêm imaginando” (CANCLINI, 2003, p.240), e que enquanto a proposta de reestruturação oficial vem sendo produzida, o popular já adapta os seus hábitos e saberes tradicionais à modernidade. Essa adaptação, finalmente, se traduz nas novas gerações, produzindo uma “reestruturação radical dos vínculos entre o tradicional e o moderno, o popular e o culto, o local e o estrangeiro” (CANCLINI, 2003, p.241).

## 6 - Conclusão

O que pode ser considerado, por tanto, é que a identidade sertaneja foi construída sobre bases arbitrárias e ainda continua acreditada num imaginário social, através dos rituais que insistem em reafirmar a sua “unidade” e importância, preconizados e difundidos pelos meios de comunicação. As representações mais visíveis sobre o ambiente sertão, a de terra seca e improdutiva, ajudam a reforçar a imagem de “vítima” atribuída ao sertanejo, forma como a qual ele é tratado pela sociedade. Como afirma Claval (1999, p.16), “os problemas do território e a questão da identidade estão indissociavelmente ligados. [...] Uma e outra, estas categorias são produtos da cultura, em um certo momento, num certo ambiente”. O que se propõe pensar, então, é que essas mesmas categorias poderiam definir, na mesma situação, outras significações: justamente por serem construções, elas podem ser colocadas em questão.

No caso do sertanejo, essa parece ser uma ressignificação emergente, uma vez que continuar mantendo e fomentando essa identidade, pode implicar, no mínimo, em uma desvalorização do que seria a verdadeira cultura do povo do sertão. Cabe aos meios de comunicação, por conseguinte, dar voz a essa população, através de uma análise comprometida dos hábitos culturais que realmente pertencem ao sertanejo, e que indague sobre que patrimônios e rituais que realmente produzem significado para eles.

Enquanto a mídia alimentar a folclorização que é mantida sobre o sertão e sua população, estará somente reafirmando que o *popular* está subjugado ao *culto* na modernidade. Para Canclini “o patrimônio histórico e as culturas tradicionais revelam suas funções contemporâneas quando, da perspectiva da sociologia política, indagam de que modo um poder duvidoso ou ferido teatraliza e celebra o passo para reafirma-se no presente” (CANCLINI, 2003, p.25).

O sertão, afinal, encontra-se desfalcado de uma identidade coerente com o seu contexto real, e desvalorizado no que se refere aos seus bens culturais. As classes



hegemônicas, consideradas *cultas*, e que muitas vezes são responsáveis pelos meios de comunicação proclamam superiores regiões, objetos e saberes e depreciam aquilo que não lhes parece ser de interesse: o *popular*.

### **Referências Bibliográficas:**

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. *A invenção do nordeste e outras artes*. 4. Ed. rev. São Paulo: Cortes, 2009.

AMADO, Janaína. *Região, Sertão, Nação. Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, 1995.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. Ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

CLAVAL, Paul. *O território na transição da pós-modernidade*. In: *Geographia*, 1(2), 1999.

COELHO, Lílian Reichert; SANTOS, Lourivânia Soares. *Representação social e discurso sobre o sertão nos jornais de Salvador*. Salvador. 2006

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GUARESCHI, Pedrinho A. (org.). *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

LIMA, Maria M. *Considerações em torno do conceito de estereótipo: uma dupla abordagem*. Revista da Universidade de Aveiro, 1997.

LINDOSO, Ester. *Identidade Nordestina: de imaginários, estereótipos e humor*. Revista Labirinto. UFRO, 2005.

LIPPMANN, Walter. *Estereótipos*. In: STEINBERG, C.S. (org.). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.

LITTLE, Paul E.. *Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: por uma antropologia da territorialidade*. Brasília, 2002.

MARTINS, José de Souza. *Os camponeses e a política no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1983

MORIGI, Valdir José. *Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos*. Disponível em: <<http://www.assimcomunicacao.com.br/revista/documentos/MORIGI.pdf>> Acessado em: 12 set 2008

PAIVA, Raquel; HERSCH, Manoel.; FREIRE FILHO, Manoel. *Rio de Janeiro: Estereótipos e representações midiáticas*. Disponível em: <<http://www.assimcomunicacao.com.br/revista/documentos/RAQUEL,JOÃO%20FREIRE%20E53CCF.pdf>> Acessado em: 12 set 2008