
Análise do Discurso e Mídia: nas trilhas da identidade nordestina

Maria Regina Baracuhy (UFPB)

RESUMO: Este artigo objetiva discutir e analisar como a mídia constrói identidades para o homem e o espaço nordestinos. Inicialmente, teceremos algumas considerações epistemológicas sobre a Análise do Discurso, nosso aporte teórico. Na segunda parte, discutiremos a identidade. Em interface com os Estudos Culturais, a AD vai propor estudar a identidade como uma “construção discursiva, histórica, sempre múltipla, heterogênea, instável”. A terceira seção focaliza a análise de textos, a fim de explicitar o trabalho discursivo da mídia na produção de identidades para o Nordeste, a partir da repetição incessante de imagens simbólicas. Na quarta seção, exporemos algumas conclusões.

Palavras-chave: Análise do Discurso; mídia ; identidade; imagem

I. Considerações sobre o campo teórico da Análise do Discurso

Embora para alguns leitores, as considerações epistemológicas feitas sobre a Análise do Discurso (AD) possam parecer um “*déjà vu*”, achamos importante realçar, na primeira parte deste artigo, algumas contribuições desse campo do saber para as ciências da linguagem, sobretudo para a Linguística, ressaltando algumas “fronteiras e limites”, uma vez que as pesquisas que vêm sendo realizadas na área de AD no Brasil ainda são recentes, se comparadas com a história secular da ciência linguística.

No contexto histórico francês dos fins da década de 1960, em pleno auge do Estruturalismo de base saussureana, foi fundada por Michel Pêcheux, a Análise do Discurso.

No clássico artigo escrito com Catherine Fuchs em 1975, Pêcheux definiu o quadro epistemológico da fundação da AD, propondo a articulação entre três regiões do conhecimento:

- o **materialismo histórico** como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
- a **lingüística**, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo;
- a **teoria do discurso** como teoria da determinação histórica dos processos semânticos

[...] essas três regiões são atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade (de natureza psicanalítica).
(PÊCHEUX e FUCHS, 1997, p. 163-164)

Ao se propor fazer uma releitura da “Tríplice Entente”: Saussure, Marx e Freud, Pêcheux constrói o arcabouço teórico da AD, a partir de relações de vizinhanças com a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise, pólos de tensões e de afrontamentos.

Adentrar no campo da Linguística - assim como articular uma teoria histórica a uma teoria psicanalítica - nunca significou “aplicar” conceitos de qualquer um desses campos à análise de discursos. A AD não é uma “Linguística Aplicada”. Trata-se, antes de tudo, de problematizar e de reinventar os conceitos a fim de que funcionem no interior de um campo em que a *prática discursiva* é pensada como sendo da ordem do lingüístico, do inconsciente, do social e do histórico. “Ser da ordem de” significa que tudo isso funciona ao mesmo tempo na produção discursiva.

Por não ser uma “Linguística Aplicada”, a Análise do Discurso relaciona-se com a Linguística de forma polêmica, uma vez que lhe coloca problemas. Como bem resume Ferreira (2007: p.19) “há contatos, mas não pertencimento”. Principalmente no tocante à Semântica, a AD provoca rupturas, uma vez que as análises discursivas ultrapassam a ordem do lingüístico, pois para Pêcheux, “o sentido é da ordem do histórico” e assim sendo, é preciso trabalhar conjuntamente com essas duas ordens constitutivas do discurso: a da língua e da história.

Ao operar “o corte” entre *língua* (sistema de regras, abstrato e social) e *fala* (concretização das regras, realizada por um sujeito individual) e estabelecer que o objeto da Linguística é a língua, Saussure elide a possibilidade de abordar a discursividade. Segundo Pêcheux (1997: p.71), para construir esse novo objeto – o discurso - é necessário retificar duas grandes exclusões saussureanas: a exclusão da fala e a exclusão das instituições não semiológicas (políticas, sociais, jurídicas etc.) para fora da zona de pertinência da ciência linguística.

Para realizar essas retificações, Pêcheux (1998: p.14) afirma que é necessária uma *mudança de terreno* que faça intervir conceitos exteriores ao campo da Linguística, a fim de entender **a língua como base para processos discursivos ligados a condições de produção sócio-históricas**. É preciso, portanto, articular a língua às práticas sociais e políticas. Por isso, na Análise do Discurso, a língua aparece não mais como centro, objeto de estudo, como na Linguística saussureana, mas como pressuposto. Do ponto de vista da relação entre linguagem e discurso, a língua é pensada, na AD, como “lugar material onde se realizam os efeitos de sentido” (PÊCHEUX e FUCHS, 1997, p. 172). É na língua que se manifestam as piadas, jogos de palavras com e sobre a língua, evidenciando sua natureza heterogênea, possível de falhas e equívocos. Em suma, na perspectiva da AD, a língua é concebida como materialidade, que é de natureza lingüística e histórica simultaneamente.

A Análise do Discurso rediscute a noção de sujeito, trazendo-a de volta para o centro das discussões sobre a linguagem. Ao elaborar uma teoria não-subjetiva, Pêcheux entende o sujeito, não como indivíduo empírico, mas como um sujeito social construído no universo discursivo. Para ele, “o sujeito não é dono de seu discurso”, portanto, a AD rejeita a idéia de um sujeito estrategista, intencional, que tem a liberdade de falar o que quer; ao contrário, para o campo de saber em questão, o discurso do sujeito é pautado tanto pela ordem da língua como pela ordem sócio-histórico-ideológica. Seus dizeres são controlados, selecionados e organizados por vários procedimentos de controle social.

Além disso, o sujeito não tem plena consciência do seu dizer, seu discurso é atravessado por duas ilusões necessárias: a de que ele é fonte, origem de seu dizer e de

que os sentidos são transparentes, estão óbvios na materialidade dos textos, portanto, são facilmente entendidos pelo outro. A partir dessas ilusões subjetivas necessárias, a AD vai afirmar que o sujeito não está na origem dos seus dizeres, porque não há o sentido original, os sentidos são históricos; logo, são sempre atravessados por outras vozes que os constituem, assim como os sentidos são constitutivamente opacos, por isso a língua é o lugar do jogo com os sentidos.

Ao contestar a transparência dos sentidos e a evidência da linguagem, a Análise do Discurso afasta a idéia de intenção, estratégia, liberdade no uso que os sujeitos fazem da língua e articula a noção de sujeito a uma base psicanalítica.

Em sua interface com a Lingüística, a Análise do Discurso propõe trazer para as análises do texto e do discurso, as questões sócio-históricas, não como algo exterior ao discursivo, mas entendendo o sócio-histórico como uma dimensão constitutiva do discurso.

A partir da década de 80, o discurso será pensado por Michel Pêcheux como “estrutura e acontecimento”. Esse conceito evidencia a sistematicidade e a historicidade do discurso. Dizer que o discurso é um acontecimento significa que a irrupção de um enunciado – seu acontecimento – o insere, necessariamente, em uma rede de outros enunciados, com os quais ele estabelece relações de paráfrases e de deslocamentos. Não há, assim, enunciado livre, neutro, independente das redes de formulações nos quais ele se insere; ele faz sempre parte de uma série; ele se integra, sempre, em um jogo enunciativo (FOUCAULT, 1987, p. 14). Ao emergir como um acontecimento, o discurso ao mesmo tempo que retoma formulações anteriores abre a possibilidade de que outros discursos sejam formulados a partir dele.

Há, em todo discurso, um jogo entre a historicidade e a materialidade, entre a descontinuidade do histórico e a regularidade da linguagem. É nesse encontro entre a ordem da língua e a ordem da história, nos seus entrecruzamentos, que se produzem os jogos: nas regras e com as regras.

A produção do sentido se dá, portanto, em uma tensão dialética entre dispersão e regularidade, entre repetição e deslocamentos. Esse caráter heterogêneo do discurso leva à necessidade de se pensar na interdiscursividade, de tomar como objeto de análise as relações entre o intradiscurso e o interdiscurso, a fim de compreender as inter-relações entre a estrutura e o acontecimento.

Um outro ponto metodológico importante diz respeito ao fato de que *a descrição e a interpretação não são dois momentos separados* da análise. Elas são, nas palavras de Pêcheux (1997) um *batimento*, já que o discurso é estrutura e acontecimento e, por isso, o histórico está amalgamado nos implícitos, nas elipses, nas diversas formas marcadas na materialidade discursiva.

Além disso, a AD não trabalha com modelos prontos de análise, pois entende que um modelo analítico não é capaz de dar conta do discurso em toda sua complexidade. Sobre o método da teoria em questão, Ferreira (2007: p.16) afirma que

Esse método não é ‘modelo’ para a compreensão e interpretação dos discursos; ele não existe pronto, pré-fabricado, não aceita ‘encomendas’. Ele precisa ser, a cada procedimento de análise, construído, trabalhado, em parceria indissociável com a teoria crítica onde é forjado.

A discursividade é um *acontecimento* que nem a linguagem nem a história podem esgotar inteiramente – haverá sempre espaço para outro sentido, para outro discurso. Haverá sempre incompletude e, portanto, é necessário pensar a estrutura como o lugar da falta, da falha, do equívoco.

Se, em alguns gêneros, os sentidos podem parecer mais estabilizados (por exemplo, no esforço do enunciador em produzir inequivocidade no discurso científico), é porque isso diz respeito à natureza desse funcionamento, em que momentaneamente se produz a estabilização de um universo discursivo. É preciso, portanto, atentar para o fato de que a determinação do gênero também faz parte do regime de enunciabilidade; pensar tanto a estrutura quanto o acontecimento como instâncias em que haverá sempre o jogo entre regulação e desregulação. Como há sempre *pontos de deriva* nos sentidos, a estrutura e o acontecimento se entrecruzam, articulando repetição e descontinuidade.

Outro viés importante que a Análise do Discurso possibilita, no campo linguístico, é de se trabalhar com todos os discursos sociais, a partir das mais diversas materialidades nas quais eles circulam. Se no projeto inicial da AD, a ênfase era nos discursos institucionalizados escritos, como o político (daí Análise do Discurso), o pedagógico, o religioso, a partir dos anos 80, quando Pêcheux fez várias reformulações em seu projeto teórico, houve uma abertura dos corpora discursivos e o foco voltou-se para os discursos do cotidiano, o que levou Pêcheux a substituir a expressão Análise do Discurso por Análise de Discurso. Essa mudança de foco foi bastante influenciada pelas leituras que Pêcheux fez de Michel Foucault, de Michel de Certeau, assim como dos teóricos da chamada Nova História, como Pierre Nora, Jacques Le Goff, dentre outros. O que se busca, na análise desses discursos do cotidiano, em suas diferentes materialidades, é compreender as relações entre os discursos, a História, a memória e os poderes (incluindo aí as resistências). (GREGOLIN: 2004)

A análise de imagens, tão profícua nos trabalhos realizados no terreno da AD Francesa feita no Brasil hoje, é outra perspectiva que se abre para os estudos linguísticos, no que respeita à materialidade não-verbal do texto e do discurso. Ressalte-se, sobretudo, as análises de textos midiáticos, essencialmente imagéticos. Estamos vivendo, como diz Zygmunt Bauman, em tempos de “modernidade líquida” (2001), em que tudo é efêmero, principalmente na nossa sociedade midiática, em que os valores, as escolhas modificam-se com extrema rapidez, devido a fenômenos como a globalização, a desterritorialização, tornando as categorias de pertencimento e de identidade, fluidas, instáveis, provisórias, descartáveis.

A Análise do Discurso tem discutido bastante como ocorre a produção de sentidos na mídia. É sobre a relação discurso, mídia e identidade que pretendemos nos deter no tópico seguinte.

II. AD, Mídia e Identidade nordestina: “puxando a brasa para a minha sardinha”.

O que significa *ser nordestino*? Existe a identidade tipicamente paraibana? Como a mídia brasileira em particular, a nordestina, discursiviza isso? Quais os efeitos de sentido que essas construções identitárias produzem? Quais as relações de poder que se estabelecem no embate entre a manutenção, a transformação e redefinição de identidades no contexto nordestino-paraibano?

Essas são questões que nos propomos discutir em nossas pesquisas. A mídia é hoje uma das maiores produtoras de identidade para os sujeitos sociais. Por isso, os eixos sobre os quais se apóiam nossos trabalhos são Sujeito, Discurso, Mídia, Identidade e Sentido.

O problema com o qual nos deparamos e que nos intriga ao mesmo tempo, é o seguinte: **sendo a identidade uma construção fragmentária e cambiante, construída nos vários discursos sociais, como é que estão sendo produzidos os processos de**

identidade nordestina nos vários gêneros discursivos que circulam em nossa sociedade?

Nossa hipótese de trabalho é que **os processos de construção da identidade nordestina, que circulam em vários gêneros discursivos, são pautados em estereótipos e silenciamentos.**

Estudar o processo de construção da identidade nordestina do ponto de vista discursivo é algo motivador e desafiador. Motivador, porque estamos tratando de algo que nos atinge particularmente, pelo fato de o nosso objeto de estudo nos ajudar, inclusive, a compreender melhor o que significa *ser nordestino, ser sertanejo* em oposição a ser sulista ou nortista. A nossa identidade nos representa enquanto indivíduo social inserido em um dado momento histórico, ela é, portanto, fruto das relações sociais e culturais existentes na sociedade.

Para discutirmos questões relacionadas ao sujeito, ao discurso e à identidade, nosso aporte teórico é o da AD em interface com os Estudos Culturais.

O elo que relaciona a AD e os Estudos Culturais é o fato de ambas entenderem a **identidade** como uma **construção discursiva** situada em um dado momento histórico. Isso significa dizer que ela só adquire sentido nos discursos sociais em que são produzidas, assim como mostra sua indissociável relação com a História. Por isso, Hall (2001: p.109) afirma que preciso compreender as identidades “*como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas*”.

Ao tratar da produção de identidades, os teóricos dos Estudos Culturais também vão focar o sujeito como na ótica da Análise do Discurso, ou seja, vão tratá-lo, não na esfera do individual, como um ser empírico, mas como sendo “um ser do discurso”, constitutivamente disperso, fragmentado, múltiplo, (HALL, 2001, pp.34-38), assim como suas identidades. Não há identidade sem sujeito e também não existe sujeito sem discurso.

A tessitura de um lugar para si se institui na diferença com o outro, por isso a identidade é relacional, sendo formada a partir do que “não se é”. Ao dizer “sou nordestino”, estou dizendo também “não sou sulista”, “não sou europeu” e assim por diante. Para SILVA (2003), a identidade se constitui pela diferença, sendo esta, pois, a condição de existência daquela. Silva acrescenta que as identidades não existem espontaneamente no mundo cultural, mas a identidade e a diferença são produtos sociais, “fabricados” pela /na linguagem. De acordo com ele:

A identidade e a diferença não podem ser compreendidas, pois, fora dos sistemas de significação nos quais adquirem sentido. Não são seres da natureza, mas da cultura e dos sistemas simbólicos que a compõem. (...) Somos nós que as fabricamos no contexto de relações culturais e sociais. (2003: 76 -78)

Além disso, não há mais, na sociedade contemporânea, uma identidade fixa, única, as identidades são cambiantes, estando em permanente *movimento*. Para o sociólogo Bauman (2005: p. 96), nosso mundo fluido exige que as identidades não sejam permanentes. Essa é uma condição da vida moderna. Não é mais bem visto socialmente a pessoa ter uma única identidade a vida inteira. Na atualidade, a mulher pode ser, por exemplo, brasileira, advogada, mãe, esposa, fotógrafa, professora, etc., tudo ao mesmo tempo. A identidade é sempre plural. Somos, segundo o teórico em pauta, consumidores de identidades.

Como sentimos falta das redes seguras (parentesco, amizade, irmandade de destino), somos levados a buscar redes virtuais a fim de escapar das interações complexas. Tais redes promovem a “descartabilidade” (basta deletar um amigo virtual de sua rede no Facebook). Surgem, a todo momento, novas identidades, grupos virtuais (possibilitados pelas mídias digitais) efêmeros, que criam um “sentimento de nós”, uma ilusão de intimidade, um simulacro de comunidade.

A modernidade tardia caracteriza-se pelas identidades móveis. A globalização cria uma verdadeira indústria de identidades (descartáveis, flutuantes) e faz parecer a cada indivíduo que ele deve “capturá-las em pleno vôo, usando seus próprios recursos e ferramentas.” (Bauman, 2005: p. 35)

Desse modo, para se responder à questão: *o que é ser paraibano?*, é preciso colocá-la em uma rede de outros enunciados, como o que é ser nordestino, o que é ser brasileiro, posto que não há uma identidade única, fixa, delimitada, mas processos identitários, que se constroem por meio de sistemas simbólicos culturais e sociais.

III. O trabalho discursivo da mídia: em cena, o chapéu de couro

Em se tratando da construção de identidades para o espaço nordestino, o trabalho incessante de repetição e circulação de imagens que a mídia produz, em vários gêneros discursivos, pauta-se em representações e símbolos culturais, que reiteram estereótipos e impõem maneiras de pensar e de agir. Segundo Silva (2003), todo processo identitário se constrói vinculado a uma rede de memórias que o ancora e o legitima. As identidades só existem no interior das instituições sociais, estando ligadas à cultura e ao imaginário social, de onde elas (as identidades) retiram seus símbolos e representações. A identidade é, portanto, uma construção sócio-cultural.

O Nordeste brasileiro é representado através de vários símbolos culturais que compõem sua identidade, tais como: o cacto, que representa o Sertão (muitas vezes utilizado como símbolo da seca, pobreza nordestinas); a cachaça e a tapioca (símbolos gastronômicos); o chapéu de couro, dentre outros.



"Uma gripe, num cabra mofino, ele fica de cama; num cabra macho, ele vai trabalhar e não perde uma hora de serviço."

O presidente **Lula**, mostrando que crise e vírus se combatem com macheza
(Revista **Veja**. Seção *Veja Essa*. Edição 2106. 1º de abril de 2009)

Figura I

Em quais redes de memória se insere esta imagem do Lula? Como se articula a materialidade discursiva desse gênero aos efeitos identitários que ela provoca? Como a mídia constrói identidades para o espaço e o povo nordestinos em vários gêneros discursivos?

Pautaremos nossa análise nessas três questões essenciais.

Todo enunciado se insere em uma rede de memórias que lhe confere sentido e legitimidade. No caso da imagem caricatural de Lula, há três elementos que se

sobressaem: o chapéu de couro, a peixeira e a expressão raivosa. Essa materialidade imagética se articula à materialidade linguística (prosódico-léxico-sintática) para produzir sentidos e reafirmar identidades.

A imagem de Lula remete à uma memória histórica, social, ao movimento ocorrido no Nordeste brasileiro de meados do século XIX ao início do século XX denominado **Cangaço ou Banditismo**.

O cangaço tem suas origens em questões sociais e fundiárias do Nordeste brasileiro, caracterizando-se por ações violentas dos “cangaceiros” que assaltavam fazendas, sequestravam coronéis (grandes fazendeiros) e saqueavam comboios e armazéns. Não tinham moradia fixa: viviam perambulando pelo Sertão praticando tais crimes, fugindo e se escondendo. O cangaceiro mais famoso foi Virgulino Ferreira da Silva, o “Lampião”, denominado “Senhor do Sertão” e “Rei do Cangaço”. Era conhecido por sua verve vingativa e sanguinária. Esse fenômeno social foi minuciosamente discursivizado pelo cinema nacional (**Deus e o Diabo na Terra do Sol** (1964); **Baile Perfumado** (1997), pela música e literatura (**Lampião Falou**, música cantada por Luiz Gonzaga, **Monólogo ao Pé do Ouvido** (1994) de Chico Science; o romance **Cangaceiros** de José Lins do Rego, dentre muitos outros exemplos). Segundo Albuquerque Jr. (2001: p. 124-125):

as façanhas dos cangaceiros ... são apresentadas com um misto de fascínio, admiração e medo pelas narrativas populares. (...) O cangaceiro era alguém que aspirava ao poder e à glória. Seus crimes deveriam ser praticados e narrados, queriam ser fotografados e queriam seus bilhetes atrevidos às autoridades divulgados pelos jornais. Estas inúmeras versões sobre cada crime e cada cangaceiro ajudarão a compor uma figura mítica, complexa, múltipla, cuja identidade dilacerada entre Deus e o Diabo será tomada como emblema de uma sociedade que se degenerava e precisava ser socorrida por quem de direito.

Na vestimenta do cangaceiro, havia o chapéu de couro (para proteger do sol inclemente do Sertão) e a peixeira (tipo de faca fina, longa e afiada usada para torturar ou cortar a garganta das vítimas). O cangaceiro foi incorporado ao imaginário social brasileiro como sinônimo de bandido e herói, dependendo da perspectiva ideológica. O chapéu de couro, a peixeira e o cacto tornaram-se “vestígios da memória” desses tempos de violência no Sertão nordestino. Muitas vezes, a mídia deles se apropria para associá-los à imagem do cangaceiro, homem sertanejo, sem instrução, rústico e violento que metonimicamente (parte pelo todo) passou a identificar o nordestino em geral.

Na década de 40, Luiz Gonzaga, o “rei do Baião”, famoso cantador nordestino, usava o chapéu de couro, traço marcante de sua vestimenta. Também o utilizavam, em suas apresentações artísticas, Jackson do Pandeiro e Dominginhos, ambos cantores e compositores nordestinos do forró, que é um ritmo tipicamente nordestino. O chapéu de couro funcionava como símbolo de nordestinidade.



Figura II

A mídia, ao retrabalhar símbolos que retomam a memória social do cangaço (Lula com o chapéu de couro e a peixeira), produz uma regularização dessa memória pela repetição, ao mesmo tempo que a desestabiliza, reatualizando-a, através de um novo acontecimento discursivo (Lula discursando sobre o vírus da gripe A, que provocou epidemia no Brasil e no mundo) e deslocando sentidos. Se por um lado, a imagem da Revista **Veja** adquire legitimidade porque remete a uma memória histórica; por outro lado, reitera estereótipos e preconceitos, ou seja, ratifica uma construção identitária do cangaceiro nordestino, violento, rústico e sem educação, que ecoa em vários gêneros discursivos da mídia. Também a materialidade verbal (conjunto de enunciados) que se associa à imagem caricatural de Lula, reafirma essa construção.

Saliente-se o uso dos regionalismos “mofino”, “cabra”, que não somente apontam para a região do sujeito social em pauta (Lula), mas enfatiza sua origem pelo uso dialetal da língua portuguesa. “Cabra macho” em oposição à “cabra mofino” nos faz lembrar o enunciado-fundador¹ de Euclides da Cunha no clássico “**Os Sertões**”: “o nordestino é antes de tudo um forte”. Entretanto, essa faceta identitária do sertanejo-nordestino como homem forte, lutador, produz efeitos de sentidos que se poderiam atribuir à fala de Lula, mas ao mesmo tempo, ela é desconstruída através da imagem de um sujeito agressivo, de perna e boca abertas, que vocifera o enunciado.

A mídia joga com múltiplos sentidos e múltiplas construções identitárias para manipular os gestos de interpretação dos seus leitores.

Os enunciados midiáticos se inserem em redes de memória que estabelecem um permanente diálogo interdiscursivo, através de representações, símbolos e imagens constituintes do imaginário social, utilizados ora para fixar, ora para desconstruir identidades.

Sendo assim, o chapéu de couro - um dos símbolos identitários regionais que aparece em várias esferas discursivas, como vimos, na música, na literatura, no cinema -, é usado para fixar uma determinada construção identitária do homem nordestino, porém é uma construção redutora, parcial, que toma o todo pela parte e estereotipa o sertanejo/nordestino. No entanto, sendo as identidades sempre plurais, heterogêneas, há outras construções identitárias para o Nordeste, que a mídia faz circular em outros gêneros. Como os sujeitos são sociais e os sentidos são históricos, os discursos se confrontam, se digladiam, envolvem-se em batalhas, expressando as lutas em torno de dispositivos identitários

Vejamos como o chapéu de couro é ressignificado na propaganda turística sobre o Nordeste.

Para “vender” o espaço nordestino, ou seja, seus atrativos turísticos, a mídia oferece uma identidade multifacetada, com base no diferencial turístico que cada estado oferece para o turista. Essa identidade espacial fragmentada é cultural e simbólica, visto que é produzida pela repetição de temas que fazem parte da cultura da região (o forró, a quadrilha) e através de uma rede de símbolos imagéticos, dentre os quais (re)encontramos o chapéu de couro, o cacto, o sol.

Na “ordem do discurso publicitário”, a memória discursiva da seca como representação de fome e miséria é interdita, silenciada. Assim, para tornar possível a

¹ O termo enunciado-fundador está utilizado, neste artigo, no sentido que Michel Foucault (1999) atribui a **fundador**. Neste caso, «o sertanejo é antes de tudo um forte» é fundador, porque ele tem sido incessantemente, ao longo da história, repetido, parafraseado, de forma infinita. A partir do incessante movimento de reprodução-transformação desse enunciado na história, ele vai se constituindo como parte integrante da memória discursiva de um povo.

circulação dos discursos sobre o Sertão nos textos de propaganda, foi preciso haver uma reconfiguração dessa memória social. Neste processo, dizeres foram ocultados, outros retomados, a fim de realçar as características positivas do espaço sertanejo, posto que para a propaganda, interessa tornar esse “produto” um bem de consumo.

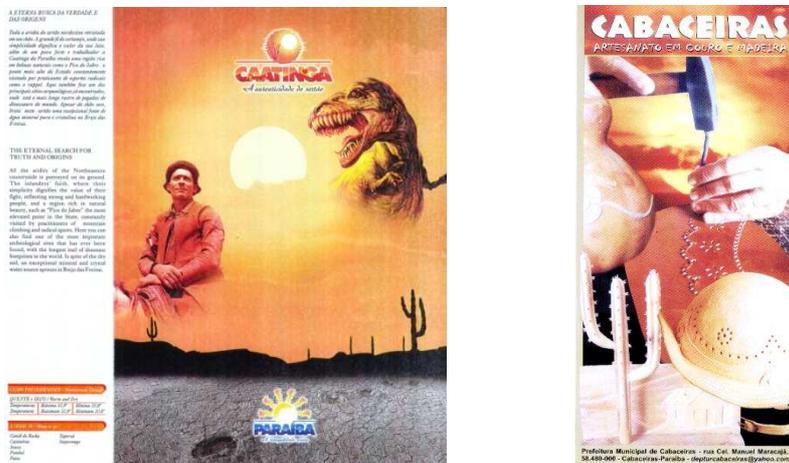


Figura III

Nesses *folderes* de propaganda turística do estado da Paraíba, a identidade é produzida através de imagens constituídas por símbolos. Segundo Jean Jacques-Courtine² (apud Milanez: 2006: 165-166),

Toda imagem se inscreve em uma cultura visual e essa cultura visual supõe a existência para o indivíduo de uma memória visual, de uma memória das imagens. **Toda imagem tem um eco (...)**

Esse “eco” de imagens simbólicas, que perpassa toda a produção identitária sobre o Nordeste feita pela mídia nacional/regional, estabelece modos de pensar e de agir baseados em estereótipos e silenciamentos. Os silenciamentos das rotas e dos atrativos turísticos mostram as relações de poder que perpassam as práticas discursivas e não-discursivas do turismo no Nordeste. Já os estereótipos, revelados pela linguagem regional e pelos símbolos como o sol, o cacto e chapéu de couro nas propagandas sobre os espaços interioranos, sejam sertanejos ou não, criam um efeito de homogeneização da identidade regional, através da cristalização de uma memória social.

IV. “Para encerrar a conversa, vamos dar um efeito de fim...”

As questões sobre identidade têm despertado interesse em estudiosos de vários campos do saber, como a Psicanálise, a Sociologia, a Antropologia, os Estudos

² Jean Jacques-Courtine é professor na Universidade de Sorbonne Nouvelle Paris III, onde atua na área de Antropologia Cultural. Trabalhou durante anos com Michel Pêcheux e foi o responsável pelo conceito de memória discursiva, um dos conceitos-chave no campo da Análise do Discurso. Atualmente escreve nas áreas de Análise do Discurso, História Cultural e é analista da mídia, tendo publicado **Histoire du Corps** (2006), em três volumes, que trata da evolução cultural do corpo na sociedade ocidental.

Culturais. Na Linguística, a identidade tem sido discutida pela Análise do Discurso como uma “construção discursiva, histórica, sempre múltipla, heterogênea, instável”, assim como os sujeitos que as (des)vestem.

Em se tratando de produção de identidades para o Nordeste pela mídia, as imagens atuam como "operadores de memória", pois estão sempre retomando temas inscritos em uma rede de memórias e reatualizando-os, redefinindo-os na memória do presente. É através dessa constante retomada de imagens e enunciados verbais que se produzem as identidades. Para Pêcheux (1999):

A imagem seria um operador de memória social, comportando no interior dela mesma um programa de leitura, um percurso escrito discursivamente em outro lugar: tocamos aqui o efeito de repetição e de reconhecimento que faz da imagem como que a recitação de um mito.

A Análise do Discurso, como teoria de interpretação dos discursos sociais, nos oferece uma “caixa de ferramentas”, de que podemos dispor para analisar os textos midiáticos, onde estrutura e acontecimento se fundem numa materialidade constitutivamente sincrética.

SUMMARY: This article aims to discuss and analyze the way how media builds up identities to the Northeast people and region. We will start first, by presenting some epistemological considerations based on Discourse Analysis, which is our theoretical approach. Secondly, we will discuss about identity. Discourse Analysis interfacing with the Cultural Studies, presents identity as “a construction made inside social discourses, historical, always multiple, heterogeneous and unstable”. The third section focuses on the analyses of texts, in order to clarify the production of identities to the Northeast by the Media, from the incessant repetition of symbolic images. In the fourth section, we will present some conclusions.

Key-words: Discourse Analysis. Media. Identity . Image

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE JR. , D. M. *A invenção do Nordeste e outras artes*. 2 ed., São Paulo: Cortez, 2001.

BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Trad. bras. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. *Identidade. Entrevista a Benedetto Vecchi*. Trad. bras. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. dos. (orgs.) *Percursos da Análise do Discurso no Brasil*. São Carlos: Claraluz, 2007.

FONSECA-SILVA, M; POSSENTI, S. (orgs.) *Mídia e Rede de Memória*. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007

FOUCAULT, M. *A Arqueologia do Saber*. 3 ed., Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

- _____. *A ordem do discurso*. 5 ed., São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- GREGOLIN, M. *Foucault e Pecheux na análise do discurso: diálogos & duelos*. São Carlos, SP: Claraluz, 2004.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 5 ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- MILANEZ, N. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In: NAVARRO, Pedro (org.) *Estudos do Texto e do Discurso: mapeando conceitos e métodos*. São Carlos, SP: Claraluz, 2006. p.p.153-179.
- PÊCHEUX, M. *Análise Automática do Discurso (AAD-69)*. In: GADET, F.; HAK, T. (org). *Por uma análise automática do discurso. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- _____. *Papel da Memória*. In: ACHARD, Pierre et al. *Papel da Memória*. Campinas, SP: Pontes, 1999. pp.49-58.
- _____ & GADET, Françoise. *Y-a-t-il une voie pour la Linguistique hors Du Logicisme et Sociologisme?. Equivalences*, n.2-3, Bruxelles, 1977, p.133-146. Trad.bras.
- ORLANDI, E. Há uma via para a Linguística fora do Logicismo e do Sociologismo? IN: *Escritos*. n.3.Campinas: LABEURB/NUDECRI, nov.1998. pp.5-16
- _____. Sur la (dé) construction des théories linguistiques. *DRLAV*, 27, 1982, p. 1-24. Trad. bras. ORLANDI, E. Sobre a (Des)-construção das Teorias Linguísticas. IN: *Linguas e Instrumentos Lingüísticos*. n.2. Campinas: Pontes, 1999.
- _____. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 2006.
- _____; FUCHS, C. *À propósito da AAD: atualização e perspectivas*. In: GADET, F.;
- HAK, T. (org). *Por uma análise automática do discurso. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- _____; GADET, F.A *língua inatingível. O discurso na história da Lingüística*. Campinas: Pontes, 2004
- SILVA, T. T. (org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 2 ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

RECEBIDO EM 05/04/10 – APROVADO EM 08/07/10