

Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo

Alexandre Barbalho

Terra e país são tudo o mesmo, Não são, podemos
não conhecer o nosso país, mas conhecemos a nossa terra.
José Saramago, *A jangada de pedra*.

Uma região não é uma delimitação natural, baseada em critérios objetivos fornecidos por uma geografia física, nem uma essência cultural definida pela geografia humana. Uma região é, antes, uma construção resultado de interesses – alguns convergentes, outros divergentes – e agentes diversos (sociólogos, geógrafos, etnólogos, economistas, políticos, artistas...) que disputam e/ou tecem alianças entre si para conquistar o poder de di-visão de um espaço atribuindo-lhe identidade(s).

Como situa Pierre Bourdieu (1989: 112), os “critérios objetivos” de definição de uma identidade regional (ou de qualquer outro tipo de identidade) na prática social são objetos de representação, sejam mentais (percepções e apreciações, conhecimentos e reconhecimentos, objetos de investimentos dos interesses e pressupostos dos agentes sociais), sejam objectais (coisas ou ações estratégicas interessadas de manipulação simbólica que objetivam “determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores”).

Importa perceber que o conceito de representação não se refere à “cópia do real” ou à “reprodução do real”, significando algo descolado do concreto e próprio à esfera das idéias. Aqui se entende as representações como partes integrantes do real, como seu instituinte. As representações fazem ver e crer, conhecer e reconhecer, e na luta em torno delas, da capacidade de elaborá-las e impô-las ao coletivo, está em jogo a capacidade de impor um sentido consensual ao grupo, seu sentimento de unidade e de identidade.

Percebendo a região como construção¹, Durval Albuquerque Júnior (1999) escreveu um belo livro sobre a invenção do Nordeste. Seu estudo fez uma arque-

ologia, no sentido foucaultiano, das práticas discursivas e não-discursivas (que podemos aproximar das representações mentais e objectais de Bourdieu) que a partir dos anos 1910 deram lugar, paulatinamente, a uma visibilidade e uma dizibilidade nordestinas. Uma vez que, até então, o Brasil dividia-se entre Norte e Sul. Como se vê, o Nordeste é uma criação recente; uma tradição inventada há pouco.

I. As indústrias culturais e a invenção do Nordeste

Na emergência do discurso regionalista, entendido como dispositivo de poder, que desde a primeira década do século XX vai instaurando a imagem do Nordeste, Albuquerque destaca o discurso acadêmico-científico, o artístico e o midiático. Mas podemos dizer que os dois primeiros devem grande parte de sua efetividade ao desenvolvimento, a partir dos anos 1930, de diversas indústrias culturais no país².

Como separar a força das idéias do sociólogo Gilberto Freyre, para tomar um exemplo de discurso científico, da estruturação de uma indústria editorial, bem como da divulgação e diluição de suas teses nos jornais e revistas, nos documentários cinematográficos e nos programas radiofônicos? O mesmo acontece com os escritores de um modo geral. Em relação aos músicos, como pensar seu sucesso não só regional, mas nacional, sem a indústria fonográfica, os programas de auditório das rádios, os filmes musicais? Isso sem falar na televisão, a partir da década de 1950. Mas não vamos colocar o carro na frente dos bois...

Em relação ao discurso midiático, é interessante perceber como ele ajuda a fixar a idéia de Nordeste não só a partir das representações de si, mas também e até principalmente, daquelas produzidas pelo Outro, no caso, a imprensa sulista, em especial a paulista. Aqui o sinal da relação da identidade e da diferença entre o Eu e o Outro, onde o primeiro costuma ter mais poder, encontra-se invertido. Se a identidade não existe sem a alteridade, pois uma determina a outra e vice-versa, nesta relação de força, o peso das representações elaboradas no Sul são tão mais fortes que acabam sendo incorporadas pelos discursos que pleiteiam a nordestinidade.

As imagens discursivas sobre o Nordeste, postas em ação pela imprensa paulista nas primeiras décadas do século XX, em especial pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, qualificam a região como atrasada, rural, bárbara, assolada permanentemente pela seca, servil, ignorante. Em contraposição, o Sul do país (da Bahia ao Rio Grande do Sul) é a terra da abundância, do progresso, de uma geografia humana e física generosa.

Tomemos como exemplos desta cobertura da imprensa sulista sobre o que hoje se configura como região Nordeste as matérias sobre a seca de 1877 no Ceará, sobre o movimento de Canudos na Bahia e o fenômeno religioso em torno do Padre Cícero, em Juazeiro do Norte.

A cobertura da imprensa sobre a seca de 1877-79, considerada a pior do século, deu uma visibilidade ao fenômeno nunca alcançada anteriormente. Por exemplo, o jornal carioca *Gazeta de Notícias* enviou em 1878 Joaquim Nabuco para cobrir

a seca na província do Ceará. De lá, além das matérias para a *Gazeta*, Nabuco enviou fotografias para a revista *O Bezouro* que serviram de base para as ilustrações litográficas de Rafael Bordalo. A idéia era que as fotografias funcionassem como provas verídicas do estado de calamidade no qual se encontrava o Norte do país e sensibilizassem a autoridade imperial para que tomasse providências no sentido de minimizar os sofrimentos daquela população³.

Nas matérias sobre Canudos e Padre Cícero, ambas publicadas pelo *O Estado de S. Paulo*, a primeira escrita por Euclides da Cunha, a segunda por Lourenço Filho, sobressaem as figuras do místico, do beato, do cangaceiro, do coronel, relacionadas, algumas vezes à pobreza da região causada pelas secas, ou a manifestações de uma natureza violenta e fanática das populações nortistas.

De todo modo, como afirma Albuquerque Jr. (1998: 61), essas imagens “impregnam o próprio Nordeste em construção” e, ao mesmo tempo, o Sul, em uma afirmação pela oposição: aquilo era tudo o que os sulistas não deveriam ser. Seu destino era o da civilização, da riqueza, do progresso. Por outro lado, o discurso da seca unificou as decadentes elites nordestinas em torno de reivindicações de investimentos na região por parte do governo federal. Era o início, naqueles anos, da indústria da seca⁴.

Nos anos 1920, o processo de construção discursiva do Nordeste ganhou reforço com o movimento regionalista sediado em Recife e comandado por Gilberto Freyre. Mais uma vez, a mídia, no caso a nordestina, desempenhou um papel fundamental divulgando o movimento. Exemplar foi a participação do *Diário de Pernambuco*, que, em comemoração de seu centenário, publicou *O Livro do Nordeste*, destacando a cultura e a arte da região, vistas sob um olhar tradicionalista e saudoso.

Aliás, como demonstra Albuquerque Jr., a saudade e a tradição foram os elementos que deram substância ao discurso regionalista, no momento em que os elementos mais dinâmicos do capitalismo se instalavam no Sul do país, em especial em São Paulo. Com uma economia em decadência, restava às elites nordestinas evocar um passado glorioso e inventar uma tradição que resguardasse elementos positivos de identificação. O Nordeste, supostamente por não estar corrompido pelos valores efêmeros da modernidade, abrigaria aquilo que um dia foi a essência do povo brasileiro. Era a grande cartada para a manutenção de privilégios alcançados ainda em uma sociedade rural, escravocrata e pré-capitalista.

As tradições e a saudade de tempos de ouro passados marcaram, por exemplo, a escrita dos “romancistas de trinta” como Raquel de Queiroz, José Lins do Rego e José Américo de Almeida, cujos livros foram sucesso de público, principalmente entre a classe média urbana interessada em conhecer o exotismo do “Brasil profundo”, a dramaturgia de Ariano Suassuna, que teve várias de suas peças transformadas em filmes e produtos televisivos, e as músicas de Luiz Gonzaga, sucesso da indústria fonográfica nacional nos anos 1940 e 1950.

Mas é possível identificar outra matriz discursiva e unificadora do Nordeste que, baseada nas mesmas figuras tipificadas (o cangaceiro, o coronel, o beato, o crente...), vai inverter os pólos e ver nas relações estabelecidas entre elas não a cordialidade adotada pela economia do açúcar, mas locais de conflito, onde o cangaceiro e o beato são elevados à categoria de heróis de um povo lutador, o nordestino.

Inversão que encontramos nos romancistas filiados ou simpatizantes do Partido Comunista, como Graciliano Ramos e Jorge Amado (que, com seus *best sellers* incorporou a Bahia ao Nordeste, junto com os sucessos musicais de Dorival Caymmi), nas imagens de denúncia pintadas por Cândido Portinari e nos primeiros filmes de Glauber Rocha (que se contrapunham à visão submissa dos tipos nordestinos presentes nas chanchadas da Atlântida ou nos filmes “sérios” da Vera Cruz, como *O Cangaceiro* de Lima Barreto).

Estas foram algumas matrizes discursivas que inventaram e reforçaram determinada visão do Nordeste entre os anos 1910 e os anos 1960 do século passado. Do conjunto de textos das mais diversas naturezas discutidos no trabalho de Albuquerque Jr., destaquei aqueles que eram produzidos pelas indústrias culturais e pela mídia, de acordo com suas lógicas específicas.

As questões que se colocam, a partir deste material analisado, são: como se perpetua este Nordeste inventado há tantos anos? É possível identificarmos, nos dias de hoje, continuidades ou rupturas em relação àqueles discursos fundadores? E como elas, continuidades e rupturas, se conformam? Certamente as possibilidades de resposta exigem um volume de pesquisas e análises que transcende em muito os limites deste artigo. Aqui gostaria de fazer um recorte e observar como o Estado interfere nestas relações. Para ser mais preciso, como as políticas culturais do Ceará, de Pernambuco e da Bahia, os três estados mais ricos e populosos do Nordeste, lidaram com a questão da identidade regional e se relacionaram com as indústrias culturais nos anos 1990.

Albuquerque Jr. não chegou a tratar diretamente desta máquina discursiva que é o Estado, apesar de reconhecer seu papel privilegiado no espaço de lutas regionais. Lembrando Bourdieu (1996), quando este afirma que o Estado é detentor de um metacapital que reúne capitais simbólico, social, econômico, político e cultural, ao analisar as políticas de cultura propostas pelos governos estaduais, estaremos observando discursos altamente legitimados e de grande força legitimadora na definição identitária. Creio, dessa forma, que este olhar pode agregar elementos preciosos ao projeto de desconstrução do Nordeste.

2. Bahia: cultura para gringo ver

No momento em que a Bahia foi incorporada ao Nordeste, foram fundamentais as obras literárias de Jorge Amado e as músicas de Dorival Caymmi. Em ambas,

temos a afirmação de uma baianidade, que será agregada à nordestinidade, baseada no povo e na cultura do Recôncavo Baiano – marcados por elementos das culturas africanas trazidas pela diáspora negra promovida pelo comércio de escravos.

As marcas africanas na cultura produzida na Bahia, traduzidas em afro-baianidade, bem como o patrimônio histórico e artístico que remete aos tempos áureos da colônia, quando Salvador era a capital do Brasil, tais substratos foram agenciados e privilegiados pelo poder público para afirmar uma identidade baiana na contemporaneidade e uma política cultural correspondente.

Por sua vez, em contraposição às alegorias críticas produzidas pelos artistas baianos vinculados ao Tropicalismo, a condição tropical será tomada como essência da Bahia, onde se agregam elementos naturais (a praia, a vegetação, o clima, a raça) e culturais (a afro-baianidade). Para transitar, sem maiores questionamentos, entre estes dois elementos, o poder público achou mais vantajoso instituir um mesmo órgão para as questões turísticas e as culturais.

A Secretaria de Cultura e Turismo (SCT) foi criada em 1995, com a finalidade expressa de “executar a política governamental destinada a apoiar a cultura e preservar a memória e o patrimônio cultural do Estado e promover o desenvolvimento do turismo e do lazer”. Há, portanto, a opção institucional de trabalhar conjuntamente cultura-memória-turismo/lazer sob a hegemonia do terceiro vetor – vetor dinâmico da economia contemporânea, voltada cada vez mais para o setor de serviço.

O fato do primeiro Secretário, Paulo Gaudenzi, ter vindo da Bahiatur, empresa governamental de turismo, sinaliza a hegemonia dos interesses do setor sobre os demais. Em seu texto, “Bahia – segundo pólo turístico do Brasil”, Gaudenzi defende a Bahia como destino privilegiado do turismo nacional e internacional por oferecer “natureza preservada, cenários exóticos e diversificados, oportunidades de convívio com populações de culturas diferentes, novas experiências e emoções”⁵. A Bahia (sua gente, sua cultura, sua natureza) é apresentada dessa forma como um produto, e dos melhores, no mercado do turismo globalizado.

O tom mercadológico permanece mesmo quando o discurso oficial se refere mais diretamente à cultura. O investimento no setor se justifica por seu retorno econômico. É o que podemos deduzir do “Relatório 1995-1998” produzido pela STC. O texto de abertura do documento intitula-se “Cultura na Bahia. Cultura – também um fator econômico”. Aí podemos ler que o incentivo governamental à produção e à criação cultural, bem como à preservação do patrimônio, “contribuiu decisivamente para que, hoje, a Bahia seja reconhecida como um dos maiores pólos exportadores de cultura do país”. De modo que a cultura e o turismo são “dois dos mais ativos setores do desenvolvimento econômico e social da Bahia, cujo desempenho tem apresentado excepcionais resultados para o Estado, em termos de imagem e geração de emprego e renda”⁶.

O discurso institucional da SCT transcende os limites do estado e conforma a visão que os de fora têm sobre os baianos. Em outro artigo de Gaudenzi, “Bahia, paraíso do ócio produtivo”, publicado em *O Estado de S.Paulo*, a referência indireta no título ao pensamento do teórico italiano Domenico De Masi se reforça com a citação textual de uma frase sua na qual teria afirmado que “todo mundo deveria passar um dia por semana na Bahia, um dos lugares na Terra que mais se assemelha ao paraíso e onde o ócio criativo é praticado ‘full time’”⁷.

A revista *Rumos* de setembro de 1998 traz uma longa matéria intitulada “Festa Baiana S.A.. Alegria que dá lucro”. O argumento central do texto é mostrar como os baianos, seja por meio da iniciativa privada, seja por meio dos poderes públicos, ou no esforço conjunto entre os dois, transformaram suas festas tradicionais em grandes oportunidades de negócio. O destaque é o carnaval baiano que movimentou em 1998 US\$ 230 milhões⁸, afora o carnaval fora de época, as Micaretas, exportadas para vários estados brasileiros⁹.

Essa movimentação acontece porque o carnaval baiano contemporâneo, na avaliação de Paulo Miguez (2003: 266), “qualifica-se como um megaprojeto capaz de gerar, transformar e realizar seus múltiplos produtos (...), articulando-se, de forma multifacetada, com a indústria cultural e seus aparatos”. Em outras palavras, porque a festa baiana conjuga aspectos de sua tradição com elementos contemporâneos, ditados por uma economia de serviço, que tem na cultura consumida como lazer um de seus pontos de apoio.

3. Pernambuco: a cultura popular e outras essências mais

Um dos discursos inventores do Nordeste foi o produzido pelo escritor Ariano Suassuna. Sua dramaturgia e o Movimento Armorial que coordenou nos anos 1970 tornaram-se poderosas máquinas discursivas e de subjetivação da nordestinidade. As peças de Suassuna, encenadas, lidas, estudadas, televisionadas e filmadas, vêm afirmando a tradição como elemento identitário privilegiado da região.

Esta visão de mundo ampliou-se quando extravasou para a música, as artes cênicas e as artes plásticas, originando uma estética do armorial que buscava resgatar e resguardar as fontes ibéricas da cultura popular nordestina. Naqueles anos, o Movimento Armorial encontrou um espaço nos interesses de integração e segurança nacional e de elaboração de uma identidade brasileira promovida pelo regime militar. O que lhe valeu apoio por parte do Governo Federal¹⁰.

Pois bem, esta imagem do Nordeste ibero-barroco traçada, divulgada e valorizada por Suassuna atravessa os anos, chega à década de 1990 e se institucionaliza como política pública com a nomeação do escritor ao cargo de Secretário de Cultura de Pernambuco (1995-98). Se Albuquerque Jr. falava de regimes discursivos dispersos que aos poucos iam conformando as subjetividades com determinada identidade nor-

destina, agora este importante dispositivo discursivo (o pensamento de Suassuna) se oficializa e incorpora o metacapital estatal, potencializando sua linha de força.

Ficaram bastante conhecidas as declarações de Suassuna à imprensa regional e nacional desqualificando os produtos da indústria cultural, identificada por ele ao imperialismo americano. Ou defendendo uma suposta cultura brasileira, com destaque para a popular, dos efeitos da cultura massificada. Nestas falas, o escritor reprovava movimentos artísticos fundamentais como a Bossa Nova, por ser influenciada pelo *jazz*, o Tropicalismo, por importar a contracultura norte-americana, e o Manguebeat, por fundir o maracatu ao *rock*.

Em entrevista à revista *Continente Multicultural*, Suassuna qualifica a cultura dos meios de comunicação de massa como cultura do “gosto médio”. Na sua opinião, “antes o mau gosto de Balzac ou de Shakespeare do que esse gosto médio. Inclusive, às vezes, nem no gosto médio fica. Ficar no gosto médio já é ruim, mas, às vezes, resvala até para o mau gosto, dessa vez sem gênio”¹¹.

Em artigo publicado no jornal *Folha de S.Paulo* em junho de 2000, intitulado “Mocinha”, Suassuna recorda de sua posse na Academia Brasileira de Letras quando quis estar o mais próximo possível dos “rituais de festa do nosso povo”. Para tanto mandou confeccionar seu uniforme de acadêmico com uma costureira popular e sua espada e colar com um artesão. Artistas populares animaram a festa em comemoração à sua posse ocorrida no Palácio Campo das Princesas, sede do Governo Estadual de Pernambuco.

Com toda esta movimentação, Suassuna procurava “mostrar, do modo canhestro, simbólico e precário que me é possível, que, apesar de nascido e criado no Brasil oficial, procuro sempre não esquecer que existe o Brasil real e é a seu lado que me alinho em todas as circunstâncias da minha vida”. Este Brasil real seria simbolizado por dois personagens: Chico Ambrósio, “cabreiro do sertão da Paraíba”, e a violeira Mocinha de Passira. O que o escritor desejava era que o país olhasse para essas figuras emblemáticas “para seguir e aprofundar (no campo social, político e econômico) o caminho indicado por Antônio Conselheiro – aquele socialismo-de-pobre que, para nós, foi uma picada aberta em direção ao sol de Deus”¹².

Não é de se estranhar, portanto, que quando Secretário da Cultura, Suassuna defendesse nos jornais que, dispondo de um orçamento reduzido, não patrocinaria artistas ligados à arte massificada, pois estes deveriam se organizar com o mercado. Sua prioridade seria a cultura popular, ligada ao povo, e ameaçada de extinção pela industrial cultural e de entretenimento.

Instigado por esses posicionamentos do Secretário de Cultura, Michel Zaidan Filho (2001: 21-24) questiona as implicações de tal visão de mundo e aponta dois de seus elementos.

Primeiro, a cultura popular contemplada no discurso de Suassuna não seria necessariamente aquela produzida pelo povo, mas uma reelaboração erudita dos

traços tipificados do nordestino por um “mandarinato cultural”, administrador de um “latifúndio simbólico”, e encarregado de definir a “alma do povo”, trazendo para fins do século XX o ideal romântico dos Novecentos.

Segundo, tal política cultural baseava-se em práticas paternalistas e populistas, preocupadas em “proteger”, “assistir” e “auxiliar” a cultura popular. Na avaliação de Zaidan, essa percepção ingênua e messiânica não permitia o exercício da crítica e da autonomia, pois resvalava para a tutela da elite sobre os saberes e fazeres das classes populares.

4. Ceará: o não-lugar ideal para a cultura mundializada

No “Plano de Desenvolvimento Cultural (1995-1996)” apresentado pela Secretaria de Cultura do Ceará (Secult) e que serviu de base de suas ações até o final da década, podemos encontrar a defesa do papel estratégico da cultura nas sociedades contemporâneas como: 1. Elemento indispensável na formação de indivíduos mais adequados à organização pós-industrial da economia; 2. Parte integrante da geração de riqueza ao se destacar no setor de serviços.

A análise de conjuntura do Plano partia do pressuposto de que o mundo estava entrando em uma outra etapa da revolução industrial, a revolução da informação. Havia uma migração da “economia baseada nos braços para uma economia baseada no cérebro”. Neste contexto, o elemento mais importante da produção tornava-se o capital intelectual ou cultural, pois na sociedade da informação “a força da cultura incide decisivamente sobre os fundamentos da organização econômica”.

Assim, “a vantagem comparativa criada pela natureza (dotação de recursos naturais) ou pela história (dotações de capital) foi substituída definitivamente” pela “capacidade competitiva em pesquisa, de infra-estrutura pública e, principalmente, de capacitação de recursos humanos”. Em uma sociedade diversificada “a economia supersimbólica serve a uma sociedade desmassificada”. E a máquina de produção supersimbólica necessitava de pessoas com “um ritmo mais rápido de mudanças” que pudessem dar conta das transformações incessantes dos estilos de vida, das tecnologias, dos meios de comunicação.

O Plano defendia que o Brasil, para sobreviver, deveria conquistar seu papel neste jogo mundial – tarefa a ser assumida por todos, inclusive pelos governos estaduais. Fazia-se necessário que o poder público estadual elaborasse políticas que preparassem seus “exércitos de mão-de-obra” para enfrentar a nova realidade.

Como se traduzia esta análise especificamente em relação ao Ceará? Para responder satisfatoriamente estas questões, as políticas públicas passariam necessariamente pelo investimento na indústria e no serviço culturais, incentivando sua demanda e sua oferta. Para o Plano, não havia dúvida de que o objetivo da política cultural cearense devia ser o de “acelerar o deslocamento do trabalho para a indústria cultural, cuja capacidade empregadora é simplesmente inesgotável”.

A proposta do Plano se afina com as matrizes discursivas que podem ser reunidas sob o rótulo geral de “teoria da sociedade da informação”. Diante desse contexto informacional, a Secult avaliava que o Ceará, estado de colonização recente e de pouca tradição se comparado a estados como Pernambuco e Bahia, se colocava em uma posição privilegiada. Pois não carregando o peso de um passado tradicional, o estado estaria mais apto a adequar-se às novas configurações da economia mundial. O conhecimento exigido pela economia da informação é profundamente antiburocrático e somente a derrubada de “esquemas aristocráticos de informações culturais cria um salto para frente”.

O então Secretário Paulo Linhares procurava se contrapor aos entraves da identidade nordestina. Uma política cultural para o Nordeste deveria, na sua visão, abarcar desde os vestígios da cultura popular até a implantação de uma indústria cultural “capaz de competir com as máquinas de fora e as máquinas de centralização do Sul”. Linhares lembrava a sua formação de publicitário para justificar sua falta de preconceito com a cultura de massa capaz de gerar tanto produtos ruins quanto geniais.

Na avaliação do Secretário, o dado técnico da cultura não podia ser evitado. Em artigo publicado no jornal *O Povo* Linhares defendeu que “pensar o mundo sem aceitar a reprodutibilidade técnica é ficar imaginando um passado que não sei se volta mais”. Além do mais, o Ceará não tem “um passado colonial de glórias para ficarmos falando disso indefinidamente. A gente é muito mais solto, mais livre”¹³.

Em outras palavras, por sua identidade cultural mais recente e flexível, o Ceará se encontraria na dianteira da disputa por um lugar privilegiado dentro do espaço produtivo globalizado. Na avaliação do Plano, a “transformação societária dos estilos de vida (a forte urbanização), os novos modos de trabalho, o consumo de comunicação e lazer conduzem hoje a uma recomposição dos pólos da nossa vida cultural e exigem a reinvenção das políticas públicas no setor”. E estas deveriam se concentrar na promoção de uma indústria cultural cearense integrada ao circuito da cultura mundializada.

Podemos entender a lógica da política cultural cearense seguindo as indicações de Alain Herscovici (1995) quando observa que, em uma era ditada pela economia da diferenciação, as políticas públicas de cultura, enquanto produtoras de um efeito de imagem, “vendem’ a coletividade em relação ao exterior” e a cultura passa a diferenciar os espaços geográficos. Por sua vez, a cultura e o espaço locais não podem fugir de contextos maiores, como o nacional e o mundial, dos quais é dependente.

Como revela Milton Santos (1993), o espaço (poderíamos dizer a produção da cultura contemporânea) se atualiza e se adapta à nova era da globalização. O que significa incorporar elementos passíveis de transformar um espaço (ou uma cultura) em local de produção e de troca de “alto nível” e, por isso, mundial.

5. Breves anotações conclusivas

Se é possível afirmar que a identidade nordestina construída entre os anos 1910 e 1950 permanece muito forte, ainda hoje, nas construções discursivas das indústrias culturais e da mídia, informando e formando subjetividades, não é menos correto dizer que esta construção identitária pautou, de modos diferentes, as políticas culturais contemporâneas implementadas na região.

A partir dos casos exemplares do Ceará, da Bahia e de Pernambuco, podemos observar que as Secretarias de Cultura destes estados lidaram com e reforçaram aquela versão da nordestinidade gestada há mais de cinquenta anos. Esta invenção identitária é tomada como pressuposto, como dado apriorístico, como natureza revelada e inquestionável.

Independente se procuraram mantê-la tal e qual, como foi o caso de Pernambuco, se adaptaram-na a novos elementos ditados pelos interesses do turismo, como aconteceu na Bahia, ou se tentaram renegá-la, para afirmar uma não-identidade, como ocorreu no Ceará, o Nordeste em seus tipos se apresenta e se solidifica no imaginário nacional como o espaço da tradição. Ou, como diria Stuart Hall (2003: 259) como essência; como dado fixo; como determinação; como “mera persistência das velhas formas”.

Por outro lado, independente das práticas discursivas e não-discursivas promovidas pelo Estado, os artistas atuantes no Nordeste vão produzindo seus trabalhos na contra-mão desta rigidez identitária; vão construindo uma rede discursiva onde cada nó relativiza o sentido de nordestinidade. Mesmo sendo tema para outro trabalho, vale lembrar estas linhas de força que fogem do hegemônico e apontam para outras políticas de cultura.

Por meio destas políticas culturais, como identificou Moacir dos Anjos (2000: 54), “a cultura regionalista se amolece e se redefine como o conjunto de modos individuais de enunciar embates e negociações entre lugares simbólicos diversos que se comunicam e se tocam”. E no lugar do Nordeste tradicional emergem os nordestes de vários tempos e espaços.

Alexandre Barbalho
Professor da UECE
barbalho@secrel.com.br

Notas

1. Reveladora é a etimologia da palavra região que se refere tanto à noção militar de comando (*regere*), quanto ao ato mágico (*régio*) de delimitar o espaço sagrado do espaço profano. Ambos os sentidos apontam para o arbitrário da demarcação da fronteira e da identidade correspondente. Sobre a noção de *regere* ver Foucault (1990) e sobre a noção de *régio* ver Bourdieu (1989).

2. A relação indústria cultural-identidade regional não ocorreu (e não continua ocorrendo) só no Nordeste. Ver, por exemplo, o caso gaúcho, outro pólo de identidade forte no país, estudado por Nilda Jacks (1998).
3. Ver Andrade (2001).
4. Estas imagens da mídia sobre o Nordeste chegam quase sem transformações aos dias de hoje, como demonstra o trabalho de Maria Amélia Mamede (1996).
5. Texto disponível no site <http://www.sct.ba.gov.br/>. Acessado em 30/09/2003.
6. Texto disponível no site <http://www.sct.ba.gov.br/>. Acessado em 30/09/2003.
7. Disponível em: <http://www.estado.estadao.com.br/suplementos/viag/2003/08/12/viag026.html>. Acessado em 30/09/2003.
8. O carnaval baiano é animado pela *Axé Music* que rendeu em 1998 US\$ 120 milhões para a indústria fonográfica só com a venda de discos.
9. Chegou-se a realizar, inclusive, uma Micareta em Miami promovida pela empresa cearense Clic Produção, a mesma que realiza o Fortal, em Fortaleza, considerado o maior carnaval fora de época do país.
10. Ver Didier (2000).
11. Disponível no site: <http://www.continentemulticultural.com.br/revista020/materia.asp?m=Especial&s=1>. Acessado em 30/09/2003.
12. Disponível no site <http://www.academia.org.br/2000/artigo31.htm>. Acessado em 30/09/2003.
13. “Contra a cultura da miséria” (*O Povo*, Fortaleza, 11 de março de 1997).

Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo: Cortez, 1999.
- ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. Notícias da seca do Ceará de 1877-78 n’*O Besouro* – primórdios da reportagem fotográfica no Brasil. In: 10º. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. *Anais...* CD-ROM. Brasília, 2001.
- ANJOS, Moacir dos. Desmanche de bordas: notas sobre a identidade cultural no nordeste do Brasil. In: HOLLANDA, H. B.; RESENDE., B. (orgs.). *Artelatina*. Cultura, globalização e identidade. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000, pp. 45-59.
- BOURDIEU, Pierre. Espírito de Estado. Gênese e estrutura do campo burocrático. In: *Razões práticas. Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996, pp. 91-124.
- _____. A identidade e a representação. Elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região. In: *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989, pp. 107-132.
- DIDIER, Maria Thereza. *Emblemas da sagração armorial. Ariano Suassuna e o Movimento Armorial (1970/76)*. Recife: UFPE, 2000.
- FOUCAULT, Michael. Sobre a geografia. In: *Microfísica do poder*. 9ª edição. Rio de Janeiro: Graal, 1990, pp. 153-166.
- HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do “popular”. In: *Da diáspora. Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003, pp. 247-264.

HERSCOVICI, Alain. *Economia da cultura e da comunicação*. Vitória: UFES, 1995.

JACKS, Nilda. *Mídia nativa. Indústria cultural e cultura regional*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

MAMEDE, Maria Amélia. *A construção do Nordeste pela mídia*. Fortaleza: Secult, 1996.

MIGUEZ, Paulo. Algumas notas sobre as relações entre o carnaval e a contemporaneidade cultural de Salvador. In: LEITÃO, Cláudia (orga.). *Gestão cultural. Significados e dilemas na contemporaneidade*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003, pp. 255-270.

SANTOS, Milton. A aceleração contemporânea: tempo mundo e espaço mundo. In: ARROYO, M. *et all.* (orgs.). *Fim de século e globalização*. São Paulo: Hucitec, 1993, pp. 15-22.

ZAIDAN FILHO, Michel. *O fim do Nordeste & outros mitos*. São Paulo: Cortez, 2001.

Resumo

Este artigo discute a instituição de uma identidade nordestina através das máquinas discursivas da mídia e do Estado, por meio de suas políticas de cultura. Em um primeiro momento analisa a criação da nordestinidade entre os anos 1910 e 1960 a partir da imprensa e dos produtos da indústria cultural. Na parte seguinte, analisa a permanência desta construção identitária nas políticas culturais implementadas nos anos 1990 pelos governos da Bahia, de Pernambuco e do Ceará.

Palavras-chave

Estado, mídia, identidade, política cultural.

Abstract

This article discuss the institution of a north-eastern identity through the media and state discursive machine. At first moment analyze the creation of “nordestinidade” by press and mass culture at beginning of the XX century. At second part analyze the permanence of that construction of identity in the cultural politics of Bahia, Pernambuco and Ceará.

Key-words

State, media, identity, cultural politics.