

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE
SANTANA**

Departamento de Letras e Artes

**Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e
Interatividade**



PAULA BOMFIM PEIXOTO LEITE

**REPRESENTAÇÃO DO SUJEITO NORDESTINO/SERTANEJO EM VÍDEOS DA
TV OLHOS D'ÁGUA: UM ESTUDO SOBRE DISCURSO E IMAGEM**

**FEIRA DE SANTANA – BAHIA
2026**

PAULA BOMFIM PEIXOTO LEITE

**REPRESENTAÇÃO DO SUJEITO NORDESTINO/SERTANEJO EM VÍ-
DEOS DA TV OLHOS D'ÁGUA: UM ESTUDO SOBRE DISCURSO E
IMAGEM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade (PPGDCI) da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), como exigência para a obtenção do título de Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade

Área de Concentração: Desenho, Registro e Memória Visual.

Linha de Pesquisa: Estudos Interdisciplinares em Desenho.

Orientadora: Profa. Dra. Palmira Virgínia Bahia Heine Alvarez.

Coorientador: Prof. Dr. Carlos Augusto Lima Ferreira

**FEIRA DE SANTANA – BAHIA
2026**

Ficha Catalográfica - Biblioteca Central Julieta Carteado - UEFS

L555

Leite, Paula Bomfim Peixoto

Representação do sujeito nordestino/sertanejo em vídeos da tv olhos d'água: um estudo sobre discurso e imagem / Paula Bomfim Peixoto Leite. – 2026.

123 f.: il.

Orientadora: Palmira Virgínia Bahia Heine Alvarez

Coorientador: Carlos Augusto Lima Ferreira

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Feira de Santana, Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade, Feira de Santana, 2026.

1.Linguística. 2.Análise de discurso. 3.Pêcheux.. 4.Nordestino. 5.Sertanejo. 6. TV Olhos D'Água. I. Alvarez, Palmira Virgínia Bahia Heine, orient. II. Ferreira, Carlos Augusto Lima, coorient. III. Universidade Estadual de Feira de Santana. IV. Título.

CDU 801.83(814.22)

FOLHA DE APROVAÇÃO

PAULA BOMFIM PEIXOTO LEITE

**REPRESENTAÇÃO DO SUJEITO NORDESTINO/SERTANEJO EM VÍDEOS DA
TV OLHOS D'ÁGUA: UM ESTUDO SOBRE DISCURSO E IMAGEM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade, avaliada pela Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

BANCA EXAMINADORA



PALMIRA VIRGINIA BAHIA HEINE ALVAREZ
Data: 11/04/2026 20:34:06-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Palmira Virgínia Bahia Heine Alvarez

PPGDCI / UEFS (Orientadora)

Documento assinado digitalmente



GLAUCIA MARIA COSTA TRINCHAO PAULO
Data: 10/04/2026 13:21:49-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Dra. Gláucia Maria Costa Trinchão Paulo

PPGDCI / UEFS

Documento assinado digitalmente



GIRLEIDE RIBEIRO SANTOS CUNHA
Data: 09/04/2026 23:05:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr.^a Girleide Ribeiro Santos Cunha

UNEB

Aprovada em: 05 de março de 2026

**FEIRA DE SANTANA – BAHIA
2026**

A todas as pessoas que sonham e realizam a
Comunicação Pública nas Televisões
Universitárias.

AGRADECIMENTOS

Finalizar o presente trabalho significa uma etapa cumprida com muita dedicação, enfrentando desafios pessoais e profissionais. Que bom que eu acreditei no meu potencial e continuei a escrita da dissertação, apesar das dificuldades.

Primeiramente, quero agradecer a minha orientadora Profa. Dra. Palmira Heine, que me incentivou e que sempre esteve presente, sendo uma guia pelo caminho, com profissionalismo e afeto.

Quero agradecer, também, à minha família. Meu esposo e filhos pelo amor recebido e pela compreensão dessa minha jornada. Aos meus irmãos, pai e mãe que são pessoas que sempre acreditaram nos estudos, sendo exemplos para mim. Fonte primária de muito amor que recebi e que guardo no meu coração.

Aos meus amigos e amigas que trouxeram alegria, para os momentos da vida serem mais leves e agradáveis.

Aos colegas de turma do PPGDCI 2024.1, por estarmos juntos em muitas conquistas acadêmicas, e aos colegas do trabalho, da TV Olhos D'Água, por serem compreensivos e entusiastas do meu crescimento profissional.

Aos pesquisadores do GEPEAD, grupo de pesquisa que contribuiu para a minha formação, discutindo e estudando textos de autores da Análise do Discurso.

À Profa. Dr. Dr^a. Carla Luzia Carneiro Borges e à Profa. Dr^a. Girleide Ribeiro Santos Cunha pelo encorajamento e pelas sugestões dadas na banca de qualificação.

A todos os profissionais que sonham e fazem acontecer as Televisões Universitárias pelo Brasil, apesar da falta de incentivo e de financiamento. Nossas TVs são o resultado de esforços coletivos, vontade de realizar e de um otimismo admirável.

Aos sertanejos e sertanejas, que levam em seus corações o sertão para o mundo, deixo o meu sincero agradecimento.

O dizer não é propriedade particular.

As palavras não são só nossas.

(Eni Orlandi, 2015)

RESUMO

A pesquisa analisou discursos sobre o sujeito nordestino/sertanejo veiculados pela TV Olhos D'Água, TV Universitária da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), utilizando a abordagem da análise do discurso pecheutiana. Foram selecionados quatro vídeos, entre os mais assistidos do canal YouTube desta TV, com o objetivo de analisar como o sujeito nordestino/sertanejo é discursivizado através de imagens e enunciados. Nossos gestos de interpretação indicam que o sujeito nordestino/sertanejo, nos vídeos, é representado através de práticas sociais como a lida com os animais, a culinária, a música e as festas populares. Os discursos dos vídeos representam a cidade de Feira de Santana como uma cidade sertaneja, e reforçam aspectos históricos e sociais de um sertão marcado discursivamente pelas ideologias patriarcal e regionalista.

Palavras-chave: Nordestino; Sertanejo; TV Olhos D'Água; Análise de Discurso; Pêcheux.

ABSTRACT

The research analyzed discourses about the northeastern/sertanejo subject broadcast by TV Olhos D'Água, the university television channel of the State University of Feira de Santana (UEFS), using the Pecheutian discourse analysis approach. Four of the most viewed videos on the channel's YouTube page were selected with the aim of analyzing how the northeastern/sertanejo subject is discursively constructed through images and utterances. Our interpretive gestures indicate that the northeastern/sertanejo subject, in the videos, is represented through social practices such as working with animals, cooking, music, and popular festivals. The discourses in the videos portray the city of Feira de Santana as a sertanejo city and reinforce historical and social aspects of a backlands region discursively marked by patriarchal and regionalist ideologies.

Keywords: Northeastern; Sertanejo; TV Olhos D'Água; Discourse Analysis; Pêcheux.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Sertão nas novelas	57
Figura 2 – Sertão da seca no telejornalismo	59
Figura 3 – Sertão da ciência no telejornalismo	60
Figura 4 - SDI 01: Campo do Gado	74
Figura 5 – SDI 02: Aurino Filho ADAB	76
Figura 6 – SDI 03: Valdemiro Moreira comerciante	77
Figura 7 – SDI 04: Nerivaldo de Jesus comerciante	77
Figura 8 – SDI 05: José Antônio comerciante	78
Figura 9 – SDI 06: Centro de Abastecimento	79
Figura 10 – SDI 07: Repórter Beto Souza	80
Figura 11 – SDI 08: Vaqueiro Joaquim Santos	82
Figura 12 – SDI 09: Vaqueiro Celso Vítório	83
Figura 13 – SDI 10: Vendedor Jailson Gomes	85
Figura 14 – SDI 11: Comerciante Helder Alves	85
Figura 15 – SDI 12: Senador Otto Alencar	87
Figura 16 – SDI 13: Veterinário Fabrício Queiroz	88
Figura 17 – SDI 14: Locutor Feinho	88
Figura 18 – SDI 15: Repórter Joaquim Neto	90
Figura 19 - SDI 16: Público vaquejada	91
Figura 20 – SDI 17: Valeu boi	92
Figura 21 – SDI 18: O sanfoneiro nordestino/sertanejo	96
Figura 22 - SDI 19: O chapéu de couro	98
Figura 23 - SDI 20: Dono de restaurante Joel Lima	106
Figura 24 - SDI 21: Restaurante com cadeiras plásticas	107
Figura 25 – SDI 22: Repórter Bruna Evangelho	108
Figura 26 - SDI 23: Preparo da carne de bode	110
Figura 27 - SDI 24: Criação de bode na Caatinga	111

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Constituição do <i>corpus</i> (Vídeos)	65
Quadro 2 - Constituição das sequências discursivas imagéticas (SDI)	66
Quadro 3 - Constituição das sequências discursivas verbais (SDV)	70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABTU	Associação Brasileira de Televisão Universitária
AD	Análise do Discurso
ADAB	Agência Estadual de Defesa Agropecuária da Bahia
AIE	Aparelhos Ideológicos do Estado
FD	Formação Discursiva
FI	Formação Ideológica
GEPEAD	Grupo de Estudos e Pesquisa em Análise do Discurso
PPGDCI	Programa de Pós-graduação em Desenho, Cultura e Interatividade
SDI	Sequência Discursiva Imagética
SDV	Sequência Discursiva Verbal
TVOD	TV Olhos D'Água
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UEFS	Universidade Estadual de Feira de Santana
WEB	Word Wide Web (Rede Mundial de Computadores)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE MATERIALISTA DO DISCURSO	16
2.1	DISCURSO E MATERIALIDADE	21
2.2	IDEOLOGIA E SUJEITO	25
2.3	INTERDISCURSO E INTERICONICIDADE	29
2.4	SILÊNCIO	32
2.5	DISCURSO MIDIÁTICO	36
3	SERTÃO, DISCURSO E MÍDIA	43
3.1	DISCURSO E IMAGEM DO SERTÃO E DO NORDESTE	43
3.2	NORDESTINO/SERTANEJO: REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE	47
3.3	TELEVISÃO: PRODUÇÃO E REPRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE O SERTÃO	54
4	ASPECTOS METODOLÓGICOS NA AD MATERIALISTA	62
4.1	CONSTITUIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	65
5	ANÁLISE DOS DADOS: O NORDESTINO/SERTANEJO NAS IMAGENS DA TV OLHOS D'ÁGUA	73
5.1	VÍDEO 1: CAMPO DO GADO DE FEIRA DE SANTANA	73
5.2	VÍDEO 2: NOS BASTIDORES DA VAQUEJADA	81
5.3	VÍDEO 3: NENÉM DO ACORDEON REVELA OS SEGREDOS DE UM BOM SANFONEIRO	94
5.4	VÍDEO 4: SABORES DE FEIRA: CARNE DE BODE	105
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
	REFERÊNCIAS	117

1 INTRODUÇÃO

Diante dos adventos tecnológicos, que mobilizam diversas semioses, dos diferentes gêneros textuais e das diversas formas de comunicação, a imagem não pode ser colocada de modo secundário. O sujeito pós-moderno convive com as imagens, interage através das imagens, significa através das imagens, de modo que não se pode mais pensá-las como um complemento secundário da linguagem verbal. A imagem tem historicidade, é atravessada por ideologias, refrata a realidade, constitui-se também como elemento de discurso.

Como profissional do campo da comunicação, atuando em uma TV Universitária, despertou-me o interesse em pesquisar as relações entre imagem e discurso, compreendendo como esses elementos se articulam para a produção de sentidos. Diante deste interesse, ingressei como pesquisadora no Programa de Pós-graduação em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade estadual de Feira de Santana (PPGDCI/UEFS) e ao Grupo de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso (GEPEAD).

A nossa pesquisa se insere nos estudos do Desenho, entendido de modo amplo, como uma forma de representação do mundo, estando inseridas aí as imagens. Assim, concordando com Peixoto, (2013, p,57): “a linguagem que nos interessa aqui é a do desenho, entendido como uma linguagem visual, como uma imagem que representa algo, uma pessoa, um objeto, uma paisagem, ou ainda, um elemento abstrato, um sentimento, um conceito, algo não visível.”

Pensar o Desenho é compreender que existem múltiplas abordagens possíveis, que vão além da técnica ou da representação visual. Trata-se de um campo amplo, que pode ser entendido como expressão subjetiva, ferramenta de comunicação, processo cognitivo, processo discursivo etc. Essa amplitude permite que ele transite entre o fazer artístico, o científico, o educativo, o comunicativo etc., revelando que desenhar para além de traçar linhas, criar figuras ou imagens, também é construção de sentidos. Como defende Ferreira (2010, p. 17) “perceber o Desenho no contexto da comunicação humana é, neste âmbito, compreender a modelagem de ideias por meio das distintas representações gráficas.”

A imagem pode ser compreendida como um Desenho, pois nasce com o mesmo objetivo de representar, comunicar ou expressar algo visualmente. Toda imagem carrega traços, composições e escolhas relacionados a sujeitos. Assim, pensar a imagem como Desenho é reconhecer que ela faz parte da memória e da história dos sujeitos e que é passível de inegotáveis gestos de interpretação.

“O desenho é uma das formas de expressão humana que melhor permite a

representação das coisas concretas e abstratas que compõem o mundo natural ou artificial em que vivemos. O exercício sistemático deste tipo de expressão nos dá condições de discernir e expandir o conhecimento e a consciência crítica sobre, por exemplo, a qualidade, a funcionalidade e a estética dos ambientes que nos abrigam, dos artefactos que nos servem e das mensagens com que nos comunicamos” (Gomes, 1996, p. 13).

Defendemos também a ideia de que imagem é discurso e, deste modo, a relação dos sujeitos com as imagens, bem como a produção de sentidos são afetadas pelo avanço das tecnologias de recursos visuais. Quem atualmente pensaria em trabalhar, estudar, relacionar-se sem utilização da Internet, por exemplo? Torna-se cada vez mais difícil imaginar um mundo sem estes tipos de interações tecnológicas que acontecem através do uso das imagens. E é neste contexto tecnológico, das comunicações, que as imagens figuram como elementos de destaque. Dos *outdoors* aos dispositivos móveis, imagens chegam a muitos olhares e produzem sentidos.

Concordando com Orlandi (2015), entendemos que as imagens não são neutras nem a-históricas. Elas podem significar de diversas maneiras, dependendo da relação do sujeito com o seu ambiente social e com a memória (histórica, individual e/ou coletiva) que é acessada quando uma imagem captura a atenção do sujeito, quando ela o afeta ainda que de forma inconsciente. Quais discursos estão presentes nas imagens? Quais ideologias as atravessam? Quais aspectos foram silenciados? Essas e outras perguntas podem ser apresentadas quando as imagens são analisadas.

Martine Joly (2007), como semiologista, defende que a imagem dependerá da produção de um sujeito, ela sempre vai passar por alguém que a produza ou a reconheça. Afirma, ainda, que a imagem se tornou “sinônimo de televisão e de publicidade” (Joly, 2007, p. 14), tamanha a exposição dos sujeitos aos produtos disseminados por estes meios. “O uso contemporâneo da palavra imagem remete a maior parte das vezes para a imagem mediática. A imagem invasora, a imagem onipresente, aquela que criticamos e que faz ao mesmo tempo parte da vida quotidiana de cada um, é a imagem mediática” (Joly, 2007, p. 14).

Para Vilém Flusser (2009, p. 8), pesquisador do campo da filosofia da comunicação, “imagens oferecem a seus receptores um espaço interpretativo” e os sujeitos seriam dotados de “imaginação”, recurso pelo qual seriam capazes de criar e de decifrar as imagens.

Da mesma maneira que Joly e Flusser, entendemos que as imagens são produzidas pelos sujeitos e que eles também as interpretam. Tomamos como ponto de partida a condição de que as imagens não são um conjunto de elementos com significados fixos e determinados. Muitos fatores estão se relacionando no processo de significação das imagens pelos sujeitos (história, memória, identidade, ideologia entre outros). Entendemos que a análise das imagens ocorre de

maneira complexa, observando as possibilidades que se apresentam no espaço interpretativo para o analista.

Partindo para a perspectiva da análise do discurso francesa, de vertente pecheutiana, que foi a abordagem teórico-metodológica escolhida para este trabalho, imagem é discurso. Há muitas possibilidades de produção de sentidos através das imagens, pois elas se formam através de “processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (Orlandi, 2015, p. 19).

O que os estudiosos citados anteriormente (Joly, Flusser e Orlandi) argumentam em comum é que as imagens são ricas em significados, não são transparentes, não têm um sentido único. Entendemos, para esta pesquisa, que uma mesma imagem pode produzir múltiplas interpretações e “enquanto objeto simbólico que produz sentido, a imagem é discurso.” (Orlandi, 2012 *apud* Costa, 2014, p. 104).

Como citamos anteriormente, escolhemos trabalhar com a perspectiva teórico-metodológica da análise do discurso francesa, que indica que os discursos são afetados pela ideologia, possuem um caráter material e que os sujeitos são concretos e históricos. Assim, ao pensarmos a imagem como Desenho, consideramos, também, a relação entre imagem e produção de sentidos, como discurso, afetada pelo simbólico e pela história. Entendemos que os sentidos são elaborados com base em experiências anteriores dos sujeitos, pois existe uma memória que constitui os sentidos

como estruturação da materialidade discursiva complexa, entendida em uma dialética da repetição e da regulação: a memória seria aquilo que, face a um texto, [e eu acrescento, a imagem], surge como acontecimento a ler, vem reestabelecer os “implícitos” (quer dizer, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos etc.) de que sua leitura necessita (Costa, 2014, p. 105)

Observando a circulação das imagens nas mídias, trouxemos, para a nossa análise, alguns vídeos do YouTube, disponíveis na Internet, no canal da TV Olhos D’Água (TVOD), a TV universitária da Universidade Estadual de Feira de Santana na Bahia (UEFS). Elencamos quatro vídeos, tendo como principal critério de análise a representação da cultura nordestina/sertaneja nas imagens. Esta seleção de imagens dos vídeos constituem o *corpus* da nossa pesquisa. Os vídeos foram recortados em sequências discursivas imagéticas (SDI) e sequências discursivas verbais (SDV) e analisadas de acordo com fundamentos da AD.

Além da apresentação teórica inicial, sobre a abordagem de análise escolhida, a dissertação foi dividida em mais três partes principais: a constituição simbólica do sujeito

nordestino sertanejo na mídia, a metodologia empregada na pesquisa e a análise dos dados.

A primeira parte do estudo, de caráter teórico, buscou apresentar os princípios da AD pecheutiana, assim, abordamos conceitos como ideologia, sujeito, memória discursiva, formação discursiva, silêncio, intericonicidade e discurso das mídias. A segunda parte da pesquisa, ainda de caráter teórico, buscou evidenciar a constituição simbólica do sujeito nordestino/sertanejo na história e na mídia. A terceira parte, caracterizou a metodologia que foi aplicada, trazendo elementos como a descrição e a interpretação das imagens dos vídeos, na tentativa de compreender como o sujeito nordestino/sertanejo é representado através dessas materialidades. Por fim, realizamos a análise dos dados, apresentando as relações que existiam entre os vídeos, aproximações e afastamentos entre os seus discursos, com a finalidade de demonstrar de que maneira reproduzem estereótipos sobre os sujeitos nordestinos/sertanejos ou não e de como também reverberam a cultura e a identidade da região de Feira de Santana.

A análise do discurso aponta que o analista não possui a verdade em suas mãos, pois, enquanto sujeito, também é afetado pela história e pela ideologia. Ao analista cabe a busca por “pistas” expressas em materialidades que embasem a sua interpretação, sendo “tarefa do analista de discurso expor o olhar leitor à opacidade do texto” (Orlandi, 2015, p. 50). Em nosso trabalho, buscamos observar, nas materialidades audiovisuais selecionadas, como as representações a respeito do sujeito nordestino/sertanejo estavam dispostas nas imagens, evocando memórias, tecendo discursos e alinhando-se a formações discursivas e ideológicas historicamente construídas. Após análises minuciosas, apresentamos nossos principais gestos de interpretação, que compõem o resultado deste trabalho.

2 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE MATERIALISTA DO DISCURSO

A análise do discurso (AD), tem sua origem na França, na década de 1960 e pode ser compreendida a partir de um movimento filosófico de reflexão sobre a linguagem e o seu funcionamento, o que mobilizou estudos no campo da Linguística e fora dele, ampliando as relações da língua com as construções sociais. Assim, a AD considera a língua como uma das formas de materialização da ideologia. A AD é ferramenta potente para analisar não apenas a língua, como sistema relativamente autônomo, mas também a imagem como materialidade discursiva, a imagem como discurso. Assim, ao considerarmos a imagem discursivamente, e vemos o Desenho de forma ampla, como uma das formas de expressão humana, nessa relação entre imagem e sentido, não poderíamos fazê-lo sem recorrer a uma teoria do discurso que embase nossas afirmações. Para tanto, iremos abordar os principais conceitos teóricos que nos guiarão nesta dissertação.

Há algumas diferentes abordagens e formas de compreender o discurso. Neste trabalho, adotamos a abordagem teórico-metodológica pecheutiana, análise do discurso que relaciona a ideologia a um processo que interpela indivíduos em sujeitos e que compreende a existência de materialidades discursivas. “Essa vertente de estudos da linguagem corresponde a uma disciplina de entremeio que se inscreve entre a Linguística, o Materialismo Histórico e a Psicanálise” (Souza, 2022, p. 48).

A AD pecheutiana, como indica Orlandi (2015), introduz, na reflexão sobre a linguagem, a história e o sujeito tomados pela ideologia, questionando a transparência da linguagem e dos sujeitos. Dessa maneira, não se pode pensar o sujeito como um indivíduo alheio às condições sociais e históricas que o circundam. Há um ambiente de significação que leva o sujeito a um ato de interpretação constante da realidade, pois o sujeito é uma construção sócio histórica, uma posição social, constituída ideologicamente e historicamente. O sujeito da AD não é o sujeito biológico, empírico, é uma posição constituída socialmente. O sujeito é fruto da interpelação do indivíduo pela ideologia, o que gera a forma-sujeito histórica através da qual o sujeito se individualiza. Em todas as suas experiências, será interpelado por ideologias através da família, da escola, das instituições, da sociedade, por isso, teremos um processo de assujeitamento, em que o indivíduo é interpelado, mesmo que de forma inconsciente, como um sujeito com marcas históricas. Segundo Orlandi (1999) o assujeitamento:

diz respeito à natureza da subjetividade à qualificação do sujeito pela sua relação constitutiva com o simbólico pela ideologia: se é sujeito pelo assujeitamento à língua na história. Não se pode dizer se não afetado pelo

simbólico, pelo sistema significante. Não há nem sentido nem sujeito se não houver assujeitamento à língua.

Assim, os sujeitos que nos interessam são aqueles que, assujeitados e interpelados, ocupam as posições de sanfoneiros, de vaqueiros, de comerciantes sertanejos etc. Assim, há o conceito de assujeitamento, que diz respeito ao fato de que todo sujeito é interpelado pela ideologia. Não existindo sujeitos que estejam fora da constituição ideológica, toda a posição que o sujeito ocupa é constituída ideologicamente. O sujeito não é origem do dizer, mas os sentidos se constituem a partir dos sujeitos e das posições que ocupam. Segundo Pêcheux e Fuchs:

[...] os processos discursivos, como foram aqui concebidos, não poderiam ter sua origem no sujeito. Contudo, eles se realizam necessariamente nesse mesmo sujeito. Esta aparente contradição remete na realidade à própria questão da constituição do sujeito e ao que chamamos seu assujeitamento (Pêcheux; Fuchs, 2014, p. 169).

A teoria do discurso de Pêcheux (1975) atribui um caráter material ao sentido, observando o seu modo de constituição e as formas de materialização em práticas sociais diversas, numa inter-relação entre ideologia, história, sujeito. Assim, analisar os modos de constituição do sentido de nordestino/sertanejo através de imagens retiradas de um vídeo proveniente de uma TV universitária, é observar as formas de materialização do discurso em uma prática social comum nas sociedades pós-modernas: a produção e circulação de vídeos.

Para tentar dar conta desta complexidade que se apresenta, a abordagem materialista do discurso bebe de algumas fontes, como da teoria Saussuriana, no campo da Linguística, da teoria Marxista, no campo ideológico e da teoria da Psicanálise, no campo da abordagem Lacaniana do inconsciente. Para Pêcheux (1988), o sujeito pode realizar muitas leituras da realidade, sendo que cada leitura é atravessada por múltiplos sentidos, uma vez em que afirma, em relação ao sentido de uma expressão, palavra ou proposição, que este sentido "não existe 'em si mesmo', isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante, mas é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras e expressões são produzidas" (Pêcheux, 1988, p. 160). Assim, os múltiplos sentidos produzidos ligam-se ao posicionamento ideológico dos sujeitos que interpretam o mundo de formas diferentes, porque se inserem em posições distintas.

No campo da Linguística, Pêcheux (1975), a partir dos estudos teóricos do linguista e filósofo suíço Ferdinand de Saussure, amplia o entendimento sobre o que é língua e suas

funções, sendo a língua compreendida tanto como um sistema (um sistema relativamente autônomo, pois é constituído pela historicidade), quanto como componente material em que se constituem os efeitos de sentido. Assim, a língua é o lugar material de constituição dos discursos e, conseqüentemente, carrega marcas do funcionamento das ideologias que interpelam os sujeitos.

No campo do Marxismo, Pêcheux (1975), absorve algumas ideias de Louis Althusser, filósofo francês vinculado ao pensamento do Marxismo Estrutural, como, por exemplo, as noções de ideologia e interpelação. Segundo Althusser: “a categoria de sujeito só é constitutiva de toda a ideologia na medida em que toda a ideologia tem por função (que a define) constituir os indivíduos concretos em sujeitos” (Althusser, 2025. p. 104). Desse modo, todo sujeito é interpelado ideologicamente. Para a AD, não existe sujeito alheio à ideologia, e a interpelação do indivíduo em sujeito ocorre através de um movimento inconsciente pois, ideologia e inconsciente são dois lados de uma mesma moeda, já que o processo de interpelação recruta sujeitos dentre os indivíduos, de modo que todos os sujeitos se constituem ideologicamente. Segundo Althusser: “a existência da ideologia e a interpelação dos indivíduos como sujeitos são uma única e mesma coisa” (Althusser, 1970, p. 100).

No campo da Psicanálise, Pêcheux (1975), associa seu pensamento às ideias de Jacques Lacan, trazendo, para a análise do discurso, o entendimento de que existe um sujeito dividido entre o consciente e o inconsciente, e corroborando com a tese althusseriana de que a interpelação é um processo automático e inconsciente, de modo que o sujeito não se dá conta que está sendo interpelado ideologicamente e acredita ser a origem do dizer. O discurso se situa na relação entre o dito, o já-dito, o não-dito, o esquecido e o silenciado.

Além de apresentar a importância da ideologia e da historicidade para os estudos do discurso, o autor postula a respeito do lugar que ocupa o sujeito diante desta construção. O sujeito da análise de discurso não é o sujeito empírico, ser no mundo, mas o sujeito ideológico, sócio-histórico que ocupa uma posição no discurso. O lugar do sujeito não seria um lugar vazio, já que a posição-sujeito se constitui a partir de condições históricas, dos contextos sociais, econômicos, políticos. Se por um lado a ideologia interpela indivíduo em sujeito, por outro lado, este sujeito, que está em movimento na história, ele pode se identificar, contraidentificar ou se desidentificar com algumas ideologias que o circundam.

A ideologia, dentro da perspectiva da AD possui papel de destaque, pois é ela quem interpela o indivíduo em sujeito e, a partir da interpelação é que se constitui o sentido. São diversas as ideologias que podem afetar os sujeitos, que se movimentam entre as diversas formações ideológicas, como numa dança, em que se fazem movimentos de ir e vir, identificar-

se ou desidentificar-se. Como não existe sujeito fora da ideologia, infere-se que não há discurso que não seja ideológico, ou seja, o sujeito está sempre dançando a dança da ideologia, se constituindo como sujeito ideológico. A ideologia tem uma existência material e se materializa nas práticas sociais. “Em outros termos, a ideologia se materializa nos atos concretos, assumindo com essa objetivação um caráter moldador das ações”. (Brandão, 2012, p. 25).

Para Orlandi (2017) o discurso “é um elemento particular da materialidade ideológica.” Afirma ainda que “a materialidade específica (particular) da ideologia é o discurso, e a materialidade específica (de base) do discurso é a língua” (Orlandi, 2017, p. 45). No caso da nossa pesquisa, a língua precisa ser compreendida de uma forma mais abrangente, não reduzida ao linguístico, pois a AD trabalha com a língua e sua relação com o simbólico e com a historicidade.

Outro conceito importante da abordagem teórica da AD é o de formação discursiva (FD), aquela que determina o que pode ou não ser dito, o que deve ou não ser dito. A formação discursiva está ligada a uma formação ideológica, uma vez que não existe discurso fora da ideologia. De acordo com Orlandi (2015) “A formação discursiva se define como aquilo que em uma formação ideológica dada [...] determina o que pode e deve ser dito.” Complementa, ainda, afirmando que as formações discursivas podem ser consideradas como “configurações específicas dos discursos em suas relações” (Orlandi, 2015, p. 41)

Pêcheux (1975) traz também o conceito de forma-sujeito do discurso, que indica o modo de constituição histórica e ideológica do sujeito, ligada a uma certa formação discursiva. A forma-sujeito diz respeito ao sujeito do saber de uma formação discursiva.

A FD, portanto, constitui uma forma-sujeito (PÊCHEUX, 2014b [1975]) com a qual o sujeito enunciativo deve se identificar para poder, então, construir “seu” discurso sob uma pretensa autonomia. Em outros termos, sujeito e sentido se constituem mutuamente (ORLANDI, 2007) pela identificação com uma FD. As FDs, porém, não são blocos monolíticos, pois também estão abertas à transformação, à contradição, ao atravessamento de outras matrizes de sentidos (PÊCHEUX, 2014b [1975]) - e isso assinala a dinâmica dos sentidos (Costa, 2022, p. 159).

Desse modo, o sujeito movimenta-se entre diversas formações discursivas, que estão em disputa no contexto social, identificando-se, contraidentificando-se, desidentificando-se. Como sujeito e sentido se constituem simultaneamente, pode-se dizer que o sentido passa pelo filtro da formação discursiva, inserida, por sua vez, em uma formação ideológica predominante. O

que pode ou não ser dito está circunscrito pela ideologia, e é assim que se estabelecem as relações entre as formações discursivas e ideológicas.

Como já abordamos anteriormente, a história e a ideologia afetam o sujeito. Isso implica dizer que o sujeito assume uma forma histórica, através da qual se apresenta. Nem os sentidos nem os sujeitos estão prontos, completos. Há uma incompletude que faz mover e deslizar. O ato do dizer também transita entre o que pode ser dito ou não, moldado por condições sócio-históricas.

Ao dizer, o sujeito significa em condições determinadas, impelido, de um lado, pela língua e, de outro, pelo mundo, pela sua experiência, por fatos que reclamam sentidos, e também por sua memória discursiva, por um saber/poder/dever/dizer, em que os fatos fazem sentido por se inscreverem em formações discursivas que representam no discurso as injunções ideológicas (Orlandi, 2015, p. 50).

O sujeito produz sentido e esse último é constituído por uma memória e, quando falamos em memória, não nos referimos a uma memória cognitiva, a uma memória pessoal, mas fazemos referência a uma memória histórica, a uma memória discursiva que constitui o dizer, uma vez que todo o dizer carrega já-ditos, remete-se a muitos discursos que vieram antes e que influenciam o dizer. Na AD, essa memória discursiva é trabalhada na relação entre o interdiscurso e o intradiscurso, em que todo discurso, inevitavelmente, surge através de um trabalho sobre outros discursos.

Diferentemente da memória cognitiva ou pessoal, a memória discursiva não pertence a um sujeito. Ela é uma memória histórica e coletiva consubstanciada nas palavras e enunciados. Assim, quando se fala de memória em Análise de Discurso não se faz referência à memória no sentido psicológico do dizer, mas à memória histórica, na qual as palavras e enunciados são constituídos (Alvarez; Peixoto, 2022, p. 232).

Partindo-se do entendimento de que a ideologia possui uma existência material, é possível para a AD, através da criação de um dispositivo de análise, utilizar um determinado objeto simbólico (como um vídeo, por exemplo, ou uma tirinha, ou uma charge) como materialidade para ser analisada, em busca dos sentidos que produz, na inter-relação entre história, memória e ideologia. Assim, como argumenta (Brandão, 2012, p. 103) “o desafio a que a Análise do Discurso se propõe é o de realizar leituras críticas e reflexivas que não reduzam o discurso a análises de aspectos puramente linguísticos.”

Neste sentido, nosso trabalho se debruça, metodologicamente, sobre algumas materialidades que circulam na TV Olhos D'Água, a TV universitária da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). Desse modo, como composição do *corpus* de pesquisa, foram selecionados os vídeos: **1) Campo do Gado de Feira de Santana; 2) Nos bastidores da vaquejada; 3) Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro; 4) Sabores de Feira: Carne de bode;** e, a partir deles, foram selecionadas sequências discursivas imagéticas e verbais, que apresentam o sujeito nordestino/sertanejo através das lentes da mídia. Assim, os vídeos foram recortados, selecionando-se deles as partes que mais interessavam aos nossos objetivos de pesquisa, as imagens foram printadas e analisadas constituindo-se como sequências discursivo-imagéticas, os enunciados transcritos e analisados, constituindo-se como sequências discursivas verbais.

Cabe ressaltar que a TV Olhos D'água é um canal de TV universitária, que se situa na cidade de Feira de Santana, na Bahia, grande expoente do sertão baiano, sendo nomeada popularmente, também, como cidade “Princesa do Sertão” e “Portal do Sertão”. Assim, é de interesse dessa TV a representação do nordestino/sertanejo através de diversas vertentes, apresentando, em seus vídeos, os sujeitos e a cultura local.

Através da abordagem da AD pecheutiana, buscamos identificar e compreender os sentidos atribuídos aos sujeitos nordestinos/sertanejos presentes em sequências de imagens recortadas dos vídeos, que possibilitaram gestos de interpretação a respeito da representação destes sujeitos na mídia.

2.1 DISCURSO E MATERIALIDADE

A análise do discurso, segundo Courtine e Marandin (2016, p. 33) é uma disciplina “inquieta com seu objeto”. Esta inquietude advém da natureza do próprio discurso, já que ele pode apresentar múltiplos sentidos.

O objeto da AD se materializa, ou seja, o discurso enquanto objeto, ele é “construído e observável” (Courtine e Marandin, 2016, p. 34). Os discursos, dessa maneira, estão presentes em materialidades como textos de livros, em vídeos, imagens, desenhos etc. Estas fontes materiais são produções humanas que carregam ideologia, memória e um contexto histórico de produção.

A AD apresenta que há uma exterioridade constitutiva, que existe uma historicidade inscrita no discurso. “Considera que se a situação é constitutiva, ela está atestada no próprio texto, em sua materialidade (que é de natureza histórico-social)” (Orlandi, 2023, p. 13).

Uma característica da AD é de investigar a atribuição de sentidos ao discurso (texto, imagens), pois compreende o processo discursivo de forma ampliada “procurando mostrar tanto a materialidade do sentido como os processos de constituição do sujeito”. (Orlandi, 2023, p. 13). Deste modo a AD tem como objeto o discurso e “assume a posição de que se deve pensar um objeto ao mesmo tempo social e histórico, em que se confrontam o sujeito e o sistema.” (Orlandi, 2023, p. 12).

Um discurso é elaborado com base em estruturas históricas e ideológicas. Como defende Pêcheux (2016, p. 283), “se há materialidade do discurso, é porque os discursos são tomados na materialidade histórica, no sentido de que há efeitos de determinação da estrutura histórica sobre o discursivo”.

Partindo-se dessa constatação, de que o discurso é concreto e vinculado à história, pode-se inferir que “o discurso é uma das instâncias materiais da ideologia” (Courtine e Marandin, 2016 p. 51). Trazemos então, para este estudo, sobre a imagem do sujeito nordestino/sertanejo na mídia, uma compreensão básica da teoria da AD, de que não existe discurso fora da ideologia. As imagens carregam discursos que vão constituir uma representação sobre o que é ser nordestino e sertanejo, imagens estas produzidas e disseminadas ao longo de muitos anos pela literatura, pelo cinema, pela televisão e por diversas outras mídias.

A depender das fontes materiais observadas, os efeitos discursivos podem variar. Isso quer dizer que os efeitos de sentido de uma peça publicitária podem ser diferentes daqueles relacionados a filmes ou a reportagens jornalísticas. As características do veículo e dos seus produtos também irão interferir na maneira como os sujeitos interagem com os discursos. Como apresenta Pêcheux (2016, p. 28) “os efeitos discursivos são do domínio de uma materialidade específica”, por isso, a AD pressupõe uma compreensão abrangente do discurso em suas relações, sempre retomando as condições de produção em que o discurso foi elaborado.

O discurso, muitas vezes é confundido com a língua ou com o texto, mas não ocorre desta maneira, as imagens, por exemplo, também constituem discursos. O discurso “implica uma exterioridade à língua, encontra-se no social e envolve questões de natureza não estritamente linguística” (Fernandes, 2007, p. 10).

Adotamos este entendimento, e, na nossa pesquisa, buscamos perceber as imagens como significação que se insere na historicidade, como Desenho no sentido amplo do termo, que também materializa discursos. Desse modo, concordamos com Ernst-Pereira e Quevedo (2013, p. 267) que afirmam: “consideramos rechaçado o mal disfarçado pressuposto neopositivista de uma imagem neutra anterior à divisão do trabalho de leitura, à qual se sobreporiam opacidades temporãs”. Não existem imagens neutras, as imagens são sempre cheias de sentido, cheias de

ideologia e de historicidade. A imagem do sujeito nordestino/sertanejo, por exemplo, é travessada por uma memória histórica, uma historicidade que tem sido discursivizada, ao longo da história, através de produções como novelas, filmes, charges, clipes de música, reportagens jornalísticas etc.

Analisar o discurso implica interpretar o sujeito falando, tendo a produção de sentidos como parte integrante de suas atividades sociais. A ideologia materializa-se no discurso que, por sua vez, é materializado pela linguagem em forma de texto; e/ou pela linguagem não verbal, em forma de imagens (Fernandes, 2007, p. 12).

A noção de discurso compreende, também, a noção de sentido, que são produzidos a depender dos espaços ocupados pelos sujeitos discursivos. Os discursos, assim como os sentidos e como os sujeitos estão sempre se movendo e sofrem transformações. “Para falarmos em discurso, precisamos considerar os elementos que têm existência no social, as ideologias, a História” (Fernandes, 2007, p. 11).

O sujeito, inserido socialmente, desde o seu nascimento, tem contato com vários discursos sobre a constituição do homem nordestino/sertanejo. Através dos discursos das mídias, da família, da igreja e da escola, por exemplo, existe a circulação de uma memória que é discursiva, em constante transformação.

Os discursos afetam os sujeitos, pois como já foi dito anteriormente, são marcados pela ideologia. Desta maneira, a AD apresenta a noção de *pré-construído* que atribui à memória um caráter discursivo, em que “algo fala antes, alhures e independentemente”. (Pêcheux, 1975, p. 88). Sob esta perspectiva, de que sempre há algo que já foi dito e que é retomado nos discursos, eles nunca serão inéditos, mas construídos ao longo do processo histórico. A abordagem materialista na AD considera que:

vale a pena refletir sobre esses processos ideologicamente heterogêneos, contraditórios, assimétricos e deslocadores, considerando-os relacionados a transformações práticas, que aparecem perante os nossos olhos nas formas sócio-históricas da subjetividade, nos métodos organizacionais das lutas, na percepção dos acontecimentos e nos registros da discursividade (Pêcheux, 2014, p. 119).

A AD considera que existem elementos do discurso em repetição, que abarcam outros tantos discursos que vieram antes, assim, “quando pensamos discursivamente a linguagem, é difícil traçar limites estritos entre o mesmo e o diferente” (Orlandi, 2015, p. 34). Para a abordagem pecheutiana, será sempre necessário observar os processos parafrásticos e

polissêmicos nos discursos.

A paráfrase seria observada nos processos referentes à memória, que retomam discursos anteriores. “A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado” (Orlandi, 2015, p. 34).

A polissemia, diferentemente, estaria ligada a rupturas, deslocamentos e ao equívoco. Se a paráfrase se remete ao já-dito, a polissemia liga-se ao que que ainda será dito. “E é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente [...] que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam” (Orlandi, 2015, p. 35).

A transformação social, e consecutivamente dos discursos, é possível, justamente, porque há um horizonte para rupturas e mudanças. “Se os discursos são repetidos, eles não são retomados “termo a termo”, “ao pé da letra” [...] não são nem formulações literais nem recriações ao acaso” (Courtine; Marandin, 2016, p. 46).

Os discursos não são herméticos, fechados em um sentido único, uníssonos, pois há a presença da tensão polissêmica. “a incompletude é a condição da linguagem: nem os sujeitos nem os sentidos, logo, nem o discurso, já estão prontos e acabados. Eles estão sempre se fazendo” (Orlandi, 2015, p. 35).

Partimos, então, de uma compreensão de que existe uma materialidade discursiva, de que os discursos se materializam, já que são históricos e ideológicos, “materialidades que em suas composições apresentam elementos que convocam o sujeito-leitor a recuperar outros eventos históricos e que trazem para a atualidade de um dado acontecimento uma memória já estabilizada socialmente” (Sousa, 2022, p. 58).

Essa materialidade precisa ser compreendida e analisada levando em consideração as condições de produção (CP), que “compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação”, sendo que as CP “incluem o contexto sócio-histórico, ideológico” (Orlandi, 2015, p. 29). Assim, ao analisarmos vídeos sobre o sujeito nordestino/sertanejo, produzidos pela TVOD, faz-se necessário, por exemplo, verificar em que ano o vídeo foi produzido, em que condições se produziram os discursos à época, se estes discursos se modificaram ao longo do tempo, o que há de memória histórica e discursiva que podem ser retomadas nos discursos das imagens selecionadas.

O trabalho do analista do discurso pressupõe, então, compreender a materialidade discursiva em análise, evidenciar os sentidos dos discursos e identificar as condições ideológicas e sócio históricas de produção.

as características dos mecanismos discursivos, esses efeitos e articulações

devem estar presentes no modo como o analista constrói o seu dispositivo de modo que o deslocamento produzido pelo dispositivo em seu olhar leitor trabalhe a interpretação enquanto exposição do sujeito à historicidade (ao equívoco, à ideologia) na sua relação com o simbólico (Bozelli, 2005, p. 80).

A ideologia materializa-se no discurso e sendo este o objeto da AD, ao analisá-lo é preciso interpretar a produção de sentidos, compreendendo como a historicidade funciona na e pela língua, e, no caso deste trabalho, como a historicidade e a ideologia funcionam na e pela imagem. “A ideologia materializa-se no discurso que, por sua vez, é materializado na linguagem em forma de texto; e/ou pela linguagem não verbal, em forma de imagens” (Fernandes, 2007, p. 12).

2.2 IDEOLOGIA E SUJEITO

A ideologia é um conceito fundamental considerado pela AD materialista como o cerne para a compreensão dos discursos. E a imagem, enquanto materialidade discursiva, não está de fora do funcionamento ideológico. A teoria está alicerçada no entendimento de que não existe sujeito sem ideologia, assim, qualquer ação humana, inclusive a produção de discursos, é afetada ideologicamente. Segundo Althusser (1970, p. 94) “a ideologia é a representação das relações imaginárias do indivíduo com suas condições reais de existência”. Isso quer dizer que não existe realidade sem ideologia, a realidade (condições reais de existência) é, desde sempre moldada ideologicamente.

Os sujeitos nascem já em contato com a ideologia e constituem discursos influenciados por ela. Como já foi citado anteriormente, há possibilidade de rupturas pois o ritual ideológico é um ritual com falhas. Um sujeito pode não mais se identificar com uma ideologia, entretanto, ao movimentar-se, rompendo totalmente ou parcialmente com uma ideologia x, automaticamente estaria migrando para uma outra ideologia y, ou seja, estaria sempre em estado de assujeitamento e interpelação ideológica. A noção de assujeitamento não corresponde à ideia de passividade. Pelo contrário, é pelo assujeitamento que o sujeito se constitui, pois não existe sujeito fora da ideologia.

Assim, a ideia de assujeitamento como sinônimo de inércia ou passividade é fruto de uma interpretação perigosa da noção de interpelação, trazida pelo filósofo francês Althusser de quem Pêcheux bebeu na fonte para costurar a noção sujeito de discurso (Alvarez, 2024, p. 2).

Perguntamos, então: como o sujeito, interpelado ideologicamente como sertanejo, nordestino é constituído e representado pelas imagens retiradas dos vídeos da TVOD? “Esse é

o paradoxo pelo qual o sujeito é chamado à existência: sua interpelação pela ideologia” (Orlandi, 2015, p. 44).

Nesse contexto, o sujeito, que é afetado ideologicamente, também precisa ser considerado como um sujeito de discurso, que enuncia, que desenha, que produz imagens etc. Os sentidos dependerão “da inscrição ideológica da enunciação, do lugar histórico-social de onde se enuncia; logo, envolve os sujeitos em interlocução” (Fernandes, 2007, p. 15).

A AD considera que a ideologia deixa marcas nos discursos e, como eles são materiais, seria possível então o trabalho do analista, em busca de “pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos” (Orlandi, 2015, p. 28). Os discursos não seriam apenas mensagens a serem decodificadas, eles produzem sentidos que “têm a ver com o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e como o que poderia ser dito e não foi.” (*idem*, p. 28).

Assim é o funcionamento da ideologia: a todo o instante interpelando o sujeito. Na AD trabalha-se a relação “língua-discurso-ideologia. [...] o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (Orlandi, 2015, p. 15).

Quando falamos em ideologia, precisamos destacar que há ideologias dominantes. Uma vida em sociedade, que pressupõe regras, modos de existência, de organização política, econômica, religiosa, etc. tem seu funcionamento estabelecido através de hierarquias. Assim, há ideologias dominantes que vão sustentar discursos e sedimentar alguns sentidos, prioritariamente, em detrimento de outros, ao longo da história.

Os discursos sobre a região Nordeste e sobre o sertão, por exemplo, podem variar a depender do contexto dos sujeitos e da relação que eles estabelecem com as formações discursivas e ideológicas. Há uma memória discursiva que liga, pela repetição parafrástica, a região Nordeste e o sertanejo a sentidos de subdesenvolvimento, de pobreza, de miséria. Essa memória faz circular uma ideologia baseada no determinismo geográfico, na existência de uma relação direta e determinista entre sujeito e região geográfica. “A identificação do sujeito do discurso com a formação discursiva que o domina constitui o que Pêcheux chama de “forma-sujeito”.” (Brandão, 2012, p. 81).

O sujeito, a depender da sua inscrição em uma determinada formação discursiva, vai agir, enunciar, argumentar, baseando-se nesse conjunto de valores e crenças moldados pela ideologia a que se vincula. Essa maneira pela qual o sujeito relaciona-se com a formação discursiva, é nomeada, na teoria da AD, de forma-sujeito.

a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na

qual ele é constituído como sujeito): essa identificação fundadora da unidade (imaginária) do sujeito, apoia-se no fato de que os elementos do interdiscurso [...] que constituem, no discurso do sujeito, os traços daquilo que o determina, são reinscritos no discurso do próprio sujeito” (Pêcheux, 2014, p. 150).

O sujeito discursivo é constituído na relação com outros sujeitos em sociedade, ele “não é o centro do seu dizer, em sua voz, um conjunto de outras vozes, heterogêneas, se manifestam. O sujeito é polifônico e é constituído por uma heterogeneidade de discursos” (Fernandes, 2007, p. 18).

A ideologia, como fonte moldadora das ações dos sujeitos, incide de maneira a constituir os discursos, que demonstram e consolidam a ideologia em sua materialidade. A imagem, por sua vez, enquanto materialidade discursiva, é atravessada e constituída por ideologias que se manifestam através dos signos não verbais, das cores, da representação imagética, das identidades. O discurso funciona como uma das possibilidades de materialização da ideologia. Desse modo, o sujeito em constante movimento de interpelação ideológica, terá suas ações impactadas pelas formações discursivas às quais se vincula.

O discurso não tem sua origem no sujeito empírico, como um indivíduo que fala por si só, de maneira independente das determinações sócio históricas. “Para a Análise do Discurso, o sujeito não é concebido como fonte do sentido e não é senhor de suas escolhas. Ora é encarado como sujeito afetado ideologicamente, ora é encarado como sujeito que fala em nome de uma posição que ocupa” (Melo, 2014, p. 128).

A produção de sentidos sobre o que é ser nordestino/sertanejo poderá variar de acordo com o contexto em que o sujeito está inserido. Por esta razão, é importante considerar o sujeito do enunciado, de onde ele fala, qual o seu lugar e a sua posição no discurso. É preciso considerar de onde se enuncia e de onde se produz as imagens sobre sertanejo, neste caso, na TVOD. Como descreve Orlandi (2015, p. 37), “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz”. Esse lugar do sujeito é construído socialmente, através de relações hierarquizadas, relações de forças que delimitam o que pode ser dito, por quem pode ser dito, de que maneira pode ser dito.

Há, contudo, uma distinção entre o lugar a e posição do sujeito no discurso. Orlandi (2015) explica que o lugar seria o espaço empírico do sujeito na sociedade e a posição seria resultante da relação do sujeito do discurso com as formações imaginárias e que, por exemplo, podemos encontrar, no discurso, o operário falando do lugar do patrão. “Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições” (Orlandi, 2015, p. 38). Assim, para a análise, importa observar a posição do sujeito no discurso.

A AD, traz em sua teoria, conceitos relevantes que buscam explicitar a relação entre ideologia e sujeito. Destacamos, aqui, os conceitos de formações discursivas (FD), formações ideológicas (FI) e formações imaginárias.

As formações discursivas dizem respeito a um conjunto de enunciados marcados pelas mesmas regularidades. “A formação discursiva determina o que pode e deve ser dito a partir de um lugar social historicamente determinado” (Brandão, 2012, p. 107). Refere-se ao conjunto de regras, práticas e condições que delimitam como os discursos são produzidos, organizados e legitimados em determinado contexto social e histórico.

As formações ideológicas podem compreender várias formações discursivas interligadas. As FI são formadas por “um conjunto complexo de atitudes e representações que não são individuais nem universais” (Brandão, 2012, p. 107). No contexto da AD, as formações ideológicas influenciam diretamente as formações discursivas, já que essas últimas são componentes das primeiras. Elas definem o que é considerado "normal" ou "aceitável", criando um modelo que orienta os discursos e os sentidos produzidos. Em diferentes momentos históricos, por exemplo, ideologias específicas moldaram percepções sobre temas relacionados ao desenvolvimento econômico de regiões do Brasil, aos seus territórios, às culturas regionais e isso tem de ser considerado ao se realizar a análise do discurso.

As formações imaginárias, também estão no rol das formações que afetam os sujeitos e resultam de imagens projetadas por eles, um modo de antecipação que interfere na forma que os discursos serão produzidos e recebidos. Assim, o sujeito estaria regulando a sua argumentação em função de uma antecipação sobre o que seria a perspectiva do outro. Mesmo que seja uma projeção imaginária, tal ação interfere no discurso, porque o interlocutor, de alguma maneira, leva em consideração o que pode pensar o outro sujeito da interlocução.

os mecanismos de funcionamento do discurso repousam no que chamamos formações imaginárias. Assim não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tais, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos - para as posições dos sujeitos nos discursos. Essa é a distinção entre lugar e posição (Orlandi, 2015, p. 38).

O trabalho da ideologia deixa marcas e possibilita a criação de uma memória que é histórica e discursiva, que trataremos aqui como interdiscurso e que diz respeito a um saber discursivo que torna possível a elaboração do dizer. “O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (Orlandi, 2015, p.

29).

O interdiscurso está em constante produção e reformulação. Funciona como um conjunto de já-ditos, como uma memória que é discursiva. Esses saberes são acessados pelo sujeito e reformulados ao longo do processo discursivo. “o sujeito, estando exposto à ideologia, constrói um saber que não é ensinado, mas que está em andamento e que produz seus efeitos” (Medeiros, 2008, p. 50).

2.3 INTERDISCURSO E INTERICONICIDADE

Como já elencamos anteriormente, os discursos não são neutros, porque estão carregados de ideologia, também não são inéditos, pois, para serem formulados, dependem de outros discursos que o antecederam. As imagens também estabelecem essas relações de sentidos com imagens que as antecederam. A partir desse entendimento, podemos afirmar que os discursos se relacionam com uma memória (de palavras, enunciados, imagens, comportamentos etc.) que é discursiva e que constitui um “corpo-sócio-histórico-cultural”.

Ao falarmos sobre memória, não estamos nos referindo à memória cognitiva, à memorização de conteúdos, mas sim a uma memória histórica, à constituição histórica de sentidos que se repetem formando um espaço de memória. Os discursos exprimem uma memória coletiva na qual os sujeitos estão inscritos (Fernandes, 2007, p. 46).

Essa memória discursiva, que aqui tratamos em nossa abordagem como interdiscurso, não é uma memória individual, cognitiva, no sentido psicológico. “A memória é, por assim dizer, o que permite compreender que os sentidos são construídos numa dimensão histórica, carregam outros sentidos, trazem já-ditos” (Alvarez; Peixoto, 2022, p. 232).

Há um constante trabalho de retomada entre o que já foi dito, o que é lembrado e enunciado. A memória possui um caráter social, já que pressupõe que os sujeitos são ideológicos, em movimento na história. Esse apontamento, de que há um retorno ao que foi já-dito para a elaboração de um “novo” discurso, faz parte do modo como a AD compreende a produção discursiva.

Distanciando-se das compreensões psicologistas e historiográficas, o conceito de memória tal como desenvolvido no âmbito da Análise de Discurso não corresponde a uma memória individual, tampouco uma memória de arquivo (documental/institucional). Trabalha-se na AD, com uma concepção de memória enquanto um efeito coletivo da ordem do social, do histórico, do ideológico (Sousa, 2022, p. 49).

Para a AD, a memória não é fechada, acabada, com dimensões estabelecidas. Ela é fluida e o esquecimento é constitutivo da memória discursiva. Retoma-se algo da memória a todo o momento. É justamente por ser movente, em constante transformação que:

uma memória não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel, de divisões, de disjunções, de deslocamentos e retomadas, de conflitos de regularização... um espaço de deslocamentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos (Pêcheux, 1999, p. 57).

Podemos associar, então, a produção de sentidos ao interdiscurso, já que é pelo funcionamento dessa memória (discursiva) que os sentidos, que circulam socialmente, passam a fazer sentido para os sujeitos. Orlandi (1999, p. 64.) define que “A memória – o interdiscurso, como definimos na análise de discurso - é o saber discursivo que faz com que, ao falarmos, nossas palavras façam sentido. Ela se constitui pelo já-dito que possibilita todo dizer”.

Como a AD trabalha o discurso em sua relação com a exterioridade, não trata apenas dos aspectos linguísticos, podemos indicar que há, no interdiscurso, uma memória que diz respeito também às imagens (materialidades do campo simbólico imagético, visual, linguagem não-verbal) que afetam os sujeitos. Esse ponto nos interessa diretamente, uma vez que nossas materialidades de análise são imagéticas. Para aprofundar os estudos da imagem em nossa pesquisa, incorporamos a noção de intericonicidade à nossa análise, já que este conceito busca explorar a relação entre imagem, repetição e memória.

Desenvolvido por Jean-Jacques Courtine, a partir de 2003, o conceito de intericonicidade está inserido na análise do discurso e se baseia na ideia de memória discursiva, em que as imagens carregam traços históricos e culturais. A intericonicidade funcionaria como uma espécie de arquivo mental de imagens e “isso supõe também levar em consideração todos os catálogos de memória da imagem do indivíduo” (Milanez, 2006, p. 79).

Milanez (2013, p. 347) argumenta que “A imagem não existe da mesma forma que a língua.” Dessa maneira, precisa ser compreendida através de uma noção mais ampliada, que dê conta de uma configuração específica, pois a imagem possui também uma “organização icônica que foge ao linguístico” (*idem*, p. 347). Para nossa pesquisa, partimos do entendimento de que existe um funcionamento discursivo das imagens, para além de um modelo baseado na língua e de que o olhar analítico precisa ser ampliado para abarcar as imagens e as produções de sentidos vinculados a elas nos processos discursivos.

Quando vemos, por exemplo, a imagem de um sanfoneiro, usando chapéu de couro, essa imagem pode nos remeter a outras tantas imagens que fazem parte dos nossos “catálogos de memória”. O chapéu de couro pode remeter à simbologia relacionada ao cangaço, ou ao vaqueiro encourado. Uma imagem carrega consigo outras tantas imagens associadas a ela e, essa retomada, faz com que ela signifique, no discurso, de uma maneira específica para o sujeito que a interpreta.

O sujeito em contato com as imagens, permanece um sujeito de discurso que, tanto pode produzir uma imagem quanto interpretá-la. A relação de intericonicidade entre imagens pressupõe o sujeito “não só como produtor, mas também como intérprete, e de certa maneira como suporte das imagens dessa cultura” (Milanez, 2006 *apud* Milanez, 2013, p. 346).

Se pelo interdiscurso retomamos discursos anteriores, já que “a memória discursiva foi formulada como um espaço formado pelo conjunto de saberes que são recuperados e/ou reformulados ao longo do processo discursivo” (Sousa, 2022, p. 50), pela intericonicidade o processo se dará de maneira semelhante.

As imagens dentro de mim e que são compartilhadas, modificadas, invertidas, apagadas e reinventadas pelo seio sociocultural-histórico não são somente minhas em particular, mas fazem parte da ilusão de uma coletividade que quer acreditar que elas seriam únicas (Milanez, 2013, p. 349).

A imagem pode ser “lida”. Esta afirmação pode parecer um paradoxo, à princípio, mas o que queremos pontuar é que existem propriedades da imagem que permitem que a analisemos, assim como um texto verbal, com suas características próprias, pode ser analisado. “Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade de leitura da imagem e, por outro, reafirmam o seu status de linguagem” (Souza, 2001, p. 70).

O ato de leitura modifica-se ao longo da história e vai incorporando outras maneiras de ler e interpretar imagens. Estas mudanças, exigem do sujeito o aperfeiçoamento das habilidades de leitura. Quando falamos de leitura, estamos nos referindo ao conceito amplo de ler que envolve também a leitura de imagens, a constituição de sentidos sobre o não-verbal, que, ao invés de ser apenas um item de ornamentação de um texto, é um todo de sentido, elemento que significa, que gera sentidos. A imagem só é interpretável porque há um olhar que a interpreta. É esse olhar que faz com que o sentido de uma imagem sempre possa ser outro, pois a lente que a interpreta parte de um sujeito constituído ideologicamente. “A interpretação do texto não-verbal se efetiva, então, por esse efeito de sentidos que se institui entre o olhar, a imagem e a

possibilidade do recorte, a partir das formações sociais em que se inscreve tanto o sujeito-autor do texto não-verbal, quanto o sujeito-espectador” (Souza, 1998, p. 9).

Courtine (2006) aborda o conceito de intericonicidade, ao afirmar que há uma memória das imagens, ou seja, toda imagem pressupõe uma relação de memória com outras imagens que retoma, refuta. Segundo ele:

Toda imagem se inscreve numa 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. Essa memória das imagens se chama a história das imagens vistas, mas isso poderia ser também a memória das imagens sugeridas pela percepção exterior de uma imagem. Portanto, a noção de intericonicidade é uma noção complexa, porque ela supõe a relação de uma imagem externa, mas também interna. As imagens de lembranças, as imagens de memória, as imagens de impressão visual, armazenadas pelo indivíduo. Imagens que nos façam ressurgir outras imagens, mesmo que essas imagens sejam apenas vistas ou simplesmente imaginadas (Courtine *apud* Milanez, 2006, p. 168).

Desse modo, toda a imagem faz parte de uma coletividade e supõe a existência de uma memória visual. É essa memória que Courtine (2006) chama de intericonicidade, uma vez que uma imagem retoma outra, é atravessada por outras imagens que já estão inscritas na história e indica diálogo com outras imagens que virão.

A linguagem não-verbal, imagética, tornou-se mais presente na vida dos sujeitos com o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação (TIC). Silva e Rodrigues (2020, p. 125) apontam que, na contemporaneidade, há um destaque para a “linguagem multimodal, em que palavra, imagem (estática e/ou em movimento), sons, gestos, entonações, cores, tipografia etc. dialogam na apresentação de sentidos, sendo necessária a observação do texto em suas diferentes materialidades enunciativas, inclusive imagéticas.”

A imagem, objeto simbólico, com suas características próprias de leitura, produz efeitos de sentidos, dessa maneira, a AD também se ocupa de investigá-la em funcionamento no processo discursivo. Se as imagens produzem sentido é porque “há sujeitos que, a partir de uma filiação à memória discursiva, produzem gestos de interpretação que a significam, em determinadas condições de produção” (Costa, 2014, p. 111).

O trabalho do olhar do sujeito frente à imagem é que vai trazer à tona o que será visto, enquanto outros aspectos, dessa mesma imagem, permanecerão “invisíveis”. Souza (2001, p. 72) aponta que “uma imagem não produz o visível: torna-se visível através do trabalho de interpretação e ao efeito de sentido que se institui entre a imagem e o olhar”.

Imagens carregam não-ditos, silêncios, também o que não será visto pelo sujeito leitor.

Buscamos explorar essas características da imagem no tópico seguinte, com o intuito de apresentar e fundamentar a presença do silêncio no discurso, em suas várias nuances.

2.4 SILÊNCIO

Para a AD, o que não pode ser lido/visto também faz parte do discurso. A noção de não-dito abarcaria aquilo que não está presente (no texto e/ou nas imagens), mas ao mesmo tempo está significando. Como o discurso é incompleto, inacabado, sempre em construção, há um espaço para a significação, para a produção de sentidos, que vai depender, dentre outros fatores, da relação do sujeito com a ideologia, das condições de produção, deste sujeito situado na história.

O que é dito sobre ser nordestino/sertanejo inscreve-se no discurso que, ao mesmo tempo, contempla o que não tem sido dito sobre ser nordestino/sertanejo. Se é mais comum “enxergar” este sujeito pelas lentes ideológicas que vinculam a sua imagem à pobreza e ao sofrimento, o que pode não estar sendo dito, por exemplo, é que nem todo nordestino/sertanejo é um pobre sofredor.

A AD atribui um caráter relevante e constitutivo ao não-dito no discurso e traz algumas definições próprias, que avançam nesse horizonte, para conceitos como esquecimento, implícito, silêncio, censura. O silêncio é tão importante para a AD que Orlandi (2007, p. 27) define: “No início é o silêncio. A linguagem vem depois”.

Pêcheux (2014) abre as discussões, na AD, sobre a incompletude da linguagem, através da investigação da relação entre sujeito e discurso, trazendo os conceitos de esquecimento nº 1 e esquecimento nº 2, cunhados pelo próprio autor e descritos em seu livro ‘Semântica e discurso: uma crítica a afirmação do óbvio’. O primeiro tipo de esquecimento “dá conta do fato de que o sujeito-falante não pode, por definição, se encontrar no exterior da formação discursiva que o domina” (Pêcheux, 2014, p. 162). O sujeito esquece que está sendo interpelado ideologicamente e pensa ser origem do dizer. Essa é a base do esquecimento nº 1. Já o esquecimento nº 2 seria aquele “pelo qual todo sujeito-falante seleciona no interior da formação discursiva o que domina” (Pêcheux, 2014, p. 161), assim, ao usar uma palavra, o sujeito esquece que poderia ter usado outra e assim se processa o esquecimento nº 2.

Dessa forma, o esquecimento nº 1 trata do esquecimento pela interferência da ideologia. Quando o sujeito enuncia, ele não se dá conta de que está recorrendo a discursos que já foram produzidos anteriormente e que está sendo interpelado ideologicamente. Esse esquecimento gera a falsa impressão de que os sentidos criados são inéditos e independentes, quando, na

realidade, eles derivam de um conjunto de discursos que já existiam e que se interrelacionam.

O esquecimento nº 2, por outro lado, traz à tona a ilusão da transparência do discurso. Esse conceito está ligado ao pensamento do sujeito, de que o discurso é transparente, quando, pela perspectiva da AD, o discurso é opaco. O sujeito tem a convicção de que se expressa de forma livre, sem se dar conta de que os sentidos que constrói são influenciados por componentes ideológicos e históricos. Esse esquecimento alimenta a crença de que o sujeito é o único responsável pelo sentido, desconsiderando que ele não é a origem plena do seu dizer e que não existe o sentido único, óbvio e transparente que o sujeito pensa expressar. Quando ele escolhe uma palavra para dizer, ele deixa de dizer outras, mas não se dá conta disso, pois é afetado pelo esquecimento nº 2, “esquecimento que produz no sujeito a impressão da realidade do pensamento (ilusão referencial): impressão de que *aquilo* que ele diz só pode ser *aquilo*” (Orlandi, 2007, p. 94).

O conceito de não-dito, aplicado no âmbito da análise do discurso, pode ser entendido como tudo aquilo que não é diretamente enunciado em um discurso, mas que ainda assim influencia o sentido do que é dito. O não-dito relaciona-se, em grande medida, com os implícitos, mas não se confunde com eles, pois, como explica Souza (2001, p. 75), os implícitos “permitem deixar entender sem ficar a descoberto a responsabilidade de se ter dito”, já o silêncio funciona por si mesmo, não depende da palavra para se constituir. A autora pondera que a noção de implícito não pode ser confundida com silêncio pois “Ao contrário do implícito (não-dito), que significa por referência ao que foi dito, o silêncio não precisa ser referido ao dizer para significar” (Souza, (2001, p. 75).

O silêncio significa por si só. Não é ausência, nem vazio de sentidos. Na AD, o silêncio é conceituado como um elemento constitutivo da linguagem e do discurso, não apenas como ausência de palavras, mas como algo que opera ativamente na produção de sentidos. “As palavras são cheias de sentidos a não dizer e, além disso, colocamos no silêncio muitas delas” (Orlandi, 2007, p. 14). Assim como as palavras são atravessadas por silêncios, podemos dizer o mesmo das imagens. Elas se constituem entre o dito e o não dito, entre o mostrado e o não mostrado, entre o visível e o invisível, silenciam e representam o mundo, as identidades, as realidades, a partir do olhar ideológico. Assim, a imagem “é uma imagem opaca, imagem-furo, preenchida pela memória discursiva mobilizada de modo singular em cada leitura” (Fernandes, 2017, p. 67).

Para a análise do discurso, o silêncio, em primeira instância, é o que dá origem ao discurso. O silêncio é fundador. Sem ele, o discurso não teria espaço para existir. É o silêncio fundador que estabelece as condições para que o discurso aconteça. Algo é dito sempre a partir do silêncio “que atravessa as palavras, que existe entre elas, ou que indica que o sentido pode

sempre ser outro, ou ainda que aquilo que é mais importante nunca se diz, todos esses modos de existir dos sentidos e do silêncio nos levam a colocar que o silêncio é fundante” (Orlandi, 2007, p. 14).

Orlandi (2007) avança nas investigações sobre o silêncio e indica que há formas diferentes de silêncio no movimento dos sentidos. A autora elenca que há o silêncio fundador e existem as políticas do silêncio, subdivididas em silêncio constitutivo (quando se diz algo e se silencia outra coisa) e silêncio local (censura).

Para nossa pesquisa, compreender os tipos de silêncio é muito importante, pois pretendemos analisar a imagem do sujeito nordestino/sertanejo na mídia. O que tem sido dito, sobre ser do Nordeste e do sertão, ao longo da história, na mídia, constitui discursos, que vão sendo reforçados, repetidos, retomados. Também o que não é dito, sobre estes sujeitos, nos importa em termos de análise. A tentativa de evidenciar os efeitos de sentidos entre o dizer e o não dizer é tarefa do analista diante do seu objeto.

As políticas do silêncio, ainda segundo Orlandi (2007), referem-se ao modo como o silêncio é estrategicamente organizado em relação às ideologias nos discursos. O silêncio pode não representar passividade ou neutralidade e atuar, inclusive, como forma de resistência dentro das formações discursivas. O silêncio se constitui como um gesto simbólico no processo discursivo. Em contextos de opressão e censura, por exemplo, o silêncio pode comunicar, produzir sentidos, mesmo sem o uso de palavras.

Entre as políticas do silêncio, há o silêncio constitutivo, “uma palavra apaga outras palavras (para dizer é preciso não-dizer)” (Orlandi, 2015, p. 81), pois, ao se dizer algo, outras formas de dizer ou de significar são silenciadas. E há, também, o silêncio local, que funciona como censura, “aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura” (*idem*, p. 81). O contexto em que o sujeito está inserido, vai interferir de forma imperativa e/ou punitiva, indicando expressamente o que não pode ser dito, o que precisa ser silenciado.

Assim como o texto verbal tem seus não-ditos, a imagem também possui elementos silenciados, sendo igualmente importantes para a análise dos sentidos que ela produz. A análise da imagem, na AD, busca compreender como ela organiza sentidos, legitima ideologias e se relaciona com o que é permitido ser visto em determinado contexto social. “o não ver é próprio do ver, assim como o não-dito que está em relação com o dito” (Fernandes, 2017, p. 67). Ao observarmos as sequências imagéticas dos vídeos analisados, somos levados a questionar o que elas silenciam, e como esse silenciamento constitui os sentidos de nordestino/sertanejo nas materialidades.

Se a Formação Discursiva (FD) “determina o que pode e deve ser dito” (Pêcheux, 1995, p. 160), por extensão devemos admitir que ela também determina o que pode e deve ser visto, e isso só significa pelo confronto com a presença-ausente do que ali não está, do que não pode ser visto. O que vemos funciona por aquilo que concerta com o que podemos ver, por aquilo que opõe ao que não podemos e por aquilo em cujo lugar está (Ernst-Pereira e Quevedo, 2013, p. 270).

O silêncio nas imagens pode ser compreendido pelo viés da multiplicidade da significação. Uma mesma imagem pode ser lida de maneiras completamente distintas pelos sujeitos, assim, consideramos silenciados, não apenas os elementos empíricos, que não estão presentes nas imagens, mas as possibilidades de representação que foram silenciadas. As possibilidades de significar, fazem mover o silêncio, em que, na retomada ao interdiscurso, a repetição se estabelece pelo viés do discurso dominante, imagens vem à tona pelo trabalho do olhar interpelado ideologicamente.

Um exemplo relacionado ao que falamos acima, é o fato de as mulheres não estarem presentes, da mesma maneira que os homens, em imagens que representem os sujeitos na música nordestina/sertaneja. É mais comum nos depararmos com imagens de sanfoneiros, cantadores e violeiros homens. Há um silenciamento do feminino nessas imagens, de forma empírica, pois as mulheres não estão presentes em fotografias e vídeos como protagonistas, assim como os homens estão. Para além da ausência do elemento empírico, há um percurso de análise em que se pode observar o trabalho da ideologia dominante e os traços do machismo que marcam a nossa sociedade. “há imagens que não estão visíveis, porém sugeridas, implícitas a partir de um jogo de imagens previamente oferecidas. Ou continuadas no extracampo. Outras são apagadas, silenciadas, dando lugar a um caminho aberto à significação, à interpretação do texto não-verbal” (Souza, 2001, p. 75).

Nossa pesquisa se debruça sobre a análise do discurso de imagens que circulam na mídia, em um canal de televisão universitária na Internet. Desse modo, compreender as maneiras pelas quais se constituem os discursos midiáticos (entre o que é dito/visto e o que é silenciado) é essencial, pois, concordando com Gregolin (2004, p. 2), pensamos a mídia “como um lugar de produção de tipos particulares de discurso”. Uma investigação que precisa atentar-se, dentre outros fatores, à posição da mídia no processo discursivo, ao seu caráter institucional que imprime ao discurso, por vezes, a (falsa) ideia de neutralidade e transparência.

2.5 DISCURSO MIDIÁTICO

O trabalho da ideologia pressupõe práticas que derivam de sujeitos situados sócio-historicamente. Nesse contexto, a mídia é compreendida como uma prática ideológica, sendo muito mais do que um simples veículo de informação ou entretenimento. Na mídia, circulam discursos sobre temas gestados no seio social, o que faz circular ideologias diversas, constituindo sentidos. Segundo Navarro Barbosa, a “escrita midiática promove uma descrição/interpretação dos acontecimentos” (Navarro-Barbosa, 2010, p. 80).

A mídia se estabelece como uma das mais importantes instituições cujo funcionamento se dá a partir da constituição de identidades sociais, da construção de narrativas sobre o que é bom, belo, aceitável, inaceitável.

Na sociedade contemporânea, a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tenciona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente. (Gregolin, 2007, p. 16)

Grande parte das representações do nosso imaginário simbólico passam pelas lentes da mídia, sendo, inclusive, por ela construídas, de modo que não há como negar o fato de que a mídia pressupõe uma “construção do real”, a partir de lentes ideológicas, e como afirma Gregolin (2007), a mídia modela identidades, formatando a historicidade que atravessa os sujeitos.

Assim, a mídia vai costurando ideias que são apresentadas aos sujeitos como “verdades”, e, muitas vezes, como verdades inquestionáveis. Isso quer dizer que a produção do discurso midiático não é neutra, uma vez que os veículos midiáticos constroem identidades e realidades com base em um modo de interpretação do real. Desse maneira, a ideia de neutralidade é colocada por terra, sendo possível problematizar as noções de real e de factual apresentadas pela mídia.

Segundo Charaudeau (2013) as mídias funcionam segundo uma dupla lógica: econômica e simbólica. Assim, para o autor, “para além da economia e da tecnologia, há o simbólico, essa máquina de fazer viver as comunidades sociais, que manifesta a maneira como os indivíduos, seres coletivos, regulam o sentido social ao construir sistemas de valores” (Charaudeau, 2013, p. 17).

Entendemos que a mídia, através dos seus recursos de texto, imagem, som, interatividade, atua no campo da produção simbólica, constituindo saberes, fazendo circular discursos, ideologias. Por isso é importante compreender

o espaço de circulação de objetos de saber (conhecimento), nesse caso a mídia, como lugar ideológico de representação dos padrões sociais sobre os saberes constituídos. [...] a produção e circulação do saber e o movimento dos sentidos estão relacionados a uma discursividade regida por dizeres e sentidos já postos (Medeiros, 2008, p. 52).

Um vídeo de entrevista com um sujeito nordestino/sertanejo por exemplo, pode conter elementos que o representem pela história e pela memória, sentidos já postos, de modo a reproduzir estereótipos do que é ser nordestino/sertanejo ou não, e que podem constituir a identidade dos sujeitos a partir das lentes da mídia. Por isso, em nossa pesquisa, buscamos compreender como transitam esses sentidos.

De acordo com Medeiros (2008) a mídia funciona, em nossa sociedade, como um regulador social de saberes e desempenha papel de destaque na produção, repetição e disseminação de discursos. Althusser, precursor de ideias sobre o funcionamento da ideologia, reconhece a mídia como parte de um dos principais Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE), ou seja, a mídia seria parte do Aparelho Ideológico da Comunicação, fazendo circular ideologias e constituir representações e identidades. Para este pensador, a mídia faz circular a ideologia dominante, ainda que esta disseminação não seja algo intencional, mas ela ocorre pelo modo como os sentidos circulam. Atualmente, no entanto, o monopólio midiático, antes circunscrito a restritos grupos da comunicação, foi ressignificado com a chegada da Internet e, com ela houve o fortalecimento de veículos de comunicação de diversas naturezas, como a própria TV Universitária, adaptada em canais como o YouTube. Desse modo, nos questionamos se, por ser uma TV Universitária, a TV Olhos D'Água estaria apenas reproduzindo ideologias dominantes sobre o sujeito nordestino/sertanejo ou se haveria um deslizamento de sentidos, uma polissemia em outros sentidos que podem circular.

Desse modo, a mídia se constitui moldando produções de sentido na contemporaneidade, assim “os vestígios históricos de constituição e produção sucessiva de informação na mídia, são determinantes para a formulação, circulação e manutenção do discurso que se sustenta no papel da imprensa como um regulador social de saberes” (Medeiros, 2008, p. 49)

O efeito de veracidade, no discurso da mídia, em especial da imprensa, refere-se à maneira como são construídos os discursos para que se tornem um “espelho da realidade”. Mesmo que essa veracidade seja uma construção discursiva, esse efeito é alcançado por meio de estratégias linguísticas, narrativas e visuais que buscam apresentar, para o público, o discurso como sendo factual, objetivo, transparente, uma representação fidedigna do real. Assim, o uso

que a imprensa faz da imagem “tem papel primordial de fundamentar toda uma discursividade que busca alcançar esse efeito de veracidade”. (Souza, 2001, p. 82).

Sob o manto da pressuposta neutralidade, as mídias fazem circular ideologias porque interpretam a realidade a partir de determinado prisma, realizam recortes do que deve ou não ser publicado, veiculado, postado, ordenam as informações que devem ser priorizadas ou não. A seguir, destacamos que a pretensa objetividade midiática, na verdade revela uma posição. Segundo Lage (1982):

O conceito de objetividade posto em voga consiste basicamente em descrever os fatos tal como parecem; é, na realidade, um abandono consciente das interpretações, ou do diálogo com a realidade, para extrair desta apenas o que se evidencia. A competência profissional passa apenas a medir-se pelo primor da observação exata e minuciosa dos acontecimentos do dia a dia. No entanto, ao privilegiar aparências e reordená-las num texto, incluindo algumas e suprimindo outras, colocando estas primeiro, aquelas depois, o jornalista deixa inevitavelmente interferir fatores subjetivos. A interferência da subjetividade, nas escolhas e na ordenação, será tanto maior quanto mais objetivo, ou preso às aparências, o texto pretenda ser (Lage, 1982, p. 25).

Acreditamos que a subjetividade a qual Lage (2001) se refere é, em verdade, fruto do posicionamento ideológico do sujeito jornalista que, ao noticiar algo, seleciona o que deve ser dito, prioriza elementos da imagem a ser capturada e veiculada, e o faz a partir da posição que ocupa no dizer.

Pêcheux, quando abordou a diferenciação do discurso entre estrutura ou acontecimento, entre outras definições, apresentou que “é o acontecimento jornalístico e da *mass-media* que remete a um conteúdo sócio-político ao mesmo tempo perfeitamente transparente (o veredito das cifras, a evidência das tabelas) e profundamente opaco” (Pêcheux, 2015, p. 19). A informação na mídia é representada como transparente, e, pelo trabalho da ideologia, a informação ali veiculada é revestida de um ar de objetividade e neutralidade, o que esconde a sua opacidade e historicidade. O referido autor, à época, já reconhecia, no discurso da mídia, um caráter de transparência que não lhe seria possível, já que o discurso, onde quer que se inscreva, será opaco, com possibilidade de múltiplos sentidos.

Com o avanço das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), na contemporaneidade, houve a ampliação do uso dos recursos de edição de imagem, texto e som, o que impulsionou a produção e a circulação dos discursos. Essas mudanças favorecem a percepção sobre o discurso da mídia como uma amostra fidedigna da realidade, entretanto, ainda que os discursos estejam cada vez mais aperfeiçoados tecnicamente (em termos de imagem e som, por exemplo), não existe transparência, pois o real nunca poderá ser capturado

em sua totalidade, ele sempre passará pelas lentes da interpretação, Aliás, não existe o real em si mesmo no discurso, este é sempre fruto de uma interpretação que, por sua vez, é resultado de uma ideologia. Há, então a “ficção da visibilidade, aquela que sustenta a ilusão de que é possível ver tudo. A visibilidade, na verdade, tanto pode ser construída, quanto pode ser apagada” (Souza, 2001, p. 86).

A Análise do discurso, abarca o conceito de condições de produção para explicar como os discursos são formados. Esse conceito é central para compreender que o discurso não é produzido de forma isolada, mas está sempre relacionado a fatores históricos, sociais, ideológicos. Como as imagens também são objetos de discurso, importam as condições de produção em que elas foram criadas. Uma imagem, que compõe uma matéria jornalística, pode indicar elementos das CP como: em que local foi capturada, sob quais circunstâncias, em que período, aspectos políticos, econômicos etc. “A análise do discurso procura estabelecer essa relação de forma mais imanente, considerando as condições de produção (exterioridade, processo histórico-social) como constitutivas do discurso” (Orlandi, 2023, p. 133).

No campo da análise do discurso, entende-se que o discurso da mídia não apenas transmite informações, mas estrutura as condições de produção dos discursos e interfere na interlocução. A mídia molda identidades, representa formas de leitura da realidade. Segundo Gregolin (2007, p. 16):

A criação dessa ilusão de “unidade” do sentido é um recurso discursivo que fica evidente nos textos da mídia. Como o próprio nome parece indicar, as mídias desempenham o papel de mediação entre seus leitores e a realidade. O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta.

Esta característica reflete o fato de que a mídia reproduz ideologias e estas moldam os sujeitos, assim, por ser um potente elemento do aparelho ideológico da informação e comunicação, de reprodução de discursos dominantes ou não, a mídia amplifica determinados sentidos que circulam na sociedade, enquanto mantém silenciados outros tantos.

Outra característica do discurso midiático é o de influenciar os sujeitos em seus discursos, pois cria-se uma (falsa) ideia de discurso verídico, factual. Essa ideia é fruto do funcionamento da ideologia na constituição dos sentidos de objetividade e neutralidade. O discurso da mídia recebe a alcunha de credibilidade, como se tudo que é dito/mostrado por ela, fosse o próprio real. Entendemos que o discurso da mídia possui uma função enunciativa de muito poder e que funciona através de uma materialidade de ordem institucional.

No caso do objeto de pesquisa midiático, a leitura das condições de produção deve ser entendida num sentido mais amplo, não apenas enquanto posição empírica de um sujeito que determina o seu dizer, mas como discursos que se dão na relação intra/interdiscursiva, e que devem ser entendidas como produtores de discursos (ou sentidos) para o sujeito, pois este não fala a partir de um vazio, mas a partir dos lugares historicamente construídos (Medeiros, 2008, p. 52).

O silêncio, constitutivo do processo discursivo, também reside o discurso das mídias, que pode selecionar o que será divulgado e em que termos. Ao escolher palavras, imagens, enquadramentos, formas de narrar etc. a mídia constrói sentidos e legitima determinadas ideologias. Ela também organiza alguns lugares, que os sujeitos ocupam no discurso, definindo quem pode falar, como pode falar, quando pode falar. Em uma entrevista jornalística, por exemplo, o repórter terá o microfone na mão, o cinegrafista terá a câmera. Delimita-se quem está habilitado a fazer as perguntas e quem está na cena para respondê-las. O ângulo e o enquadramento serão previamente definidos, ou seja, a mídia, em especial no jornalismo, cria modelos e estabelece formas de falar e de mostrar. O discurso é produzido de uma maneira estruturada,

se ancora no ideal em que a essência do jornalismo é a (in) formação (formação prévia): o dever de informar e o direito que os cidadãos têm de ser informados. Este ideal tem uma história e seu desenrolar é marcado por dizeres, por formas e por sentidos que não são aleatórios (Medeiros, 2008, p. 51).

Para a nossa pesquisa, buscamos elencar gestos de leitura que considerassem as condições de produção dos discursos nos quatro vídeos selecionados para a análise. Tratam-se de matérias jornalísticas, em que o repórter constrói uma narrativa (entre texto, imagem e som) para abordar um determinado assunto, entrevistando pessoas como fontes de informação. O trabalho do analista, na interpretação do discurso jornalístico exige que:

se recuperem relações com outros discursos e textos, que lhe são anteriores e exteriores, que ele repete e transforma. [...] os textos da mídia são produzidos por um emaranhado de vozes instaladas no fio do discurso e que fornecem ao leitor pistas históricas para a interpretação (Gregolin, 2004, p. 13)

O papel do analista do discurso, diante das imagens da mídia, é de investigar como sentidos são produzidos, considerando que as imagens também são elementos discursivos, inseridos em condições históricas, sociais e ideológicas. Embora o analista tenha como base um

dispositivo teórico e metodológico, que permite um certo deslocamento em relação ao objeto para analisá-lo, ele “não prescinde de ser um sujeito histórico, um sujeito de outros discursos que não apenas o da teoria, e, portanto, filiado a outros processos de produção de sentidos” (Ernst-Pereira e Quevedo, 2013, p. 285). A análise precisa ser compreendida como um processo aberto, investido de gestos de interpretação, que levam em consideração os processos discursivos atrelados à ideologia.

Para a nossa pesquisa, selecionamos uma série de imagens de vídeos da TV Olhos D’Água sobre o sujeito nordestino/sertanejo, que constituíram as sequências discursivas (SD) da nossa análise. Com o intuito de compreender melhor as condições de produção do discurso sobre o Nordeste e o sertão na mídia, buscamos investigar os principais discursos que circulam sobre essa região do Brasil ao longo da história e as marcas ideológicas que estes discursos carregam.

3 SERTÃO, DISCURSO E MÍDIA

3.1 DISCURSO E IMAGEM DO SERTÃO E DO NORDESTE

Entender o conceito de sertão nesta pesquisa é essencial, pois temos a imagem do sujeito nordestino/sertanejo como elemento principal da nossa análise. Ao buscarmos bibliografia que abordasse a construção conceitual sobre o que é sertão, nos deparamos com entendimentos diversos, não homogêneos.

O sertão pode ser compreendido através de aspectos históricos, geográficos, culturais, linguísticos etc., envolvendo estudos em várias áreas do saber, inclusive, do saber não acadêmico. Desta maneira, tentamos “definir” sertão retomando elementos da história em conexão com a análise do discurso que escolhemos. Adotamos o mesmo entendimento das autoras Moreira (2018) e Vaz (2022) que percebem o sertão (e o Nordeste) também como um território imagético e discursivo.

Moreira (2018) defende o pensamento de que é necessária uma compreensão mais ampliada do termo sertão, como um território imagético, um entendimento da “identidade nordestina como uma construção histórico-discursiva.” (Moreira, 2018, p. 27). Assim, o sertão não é apenas uma região geográfica, mas é um lugar revestido de sentidos.

Vaz (2022) afirma que sertão não é apenas um espaço físico, que pode ser cartografado, mas “o fato de as pessoas terem uma experiência com ele, dotando-o de significados, faz com que haja uma materialidade imbricada no processo que gera as imagens e os discursos.” (Vaz, 2022, p. 27). A ideologia age para naturalizar o sentido de que o sertão só existe no Nordeste. No entanto, essa região se estende a outras áreas interioranas do país. Geograficamente:

a palavra “sertão” é ainda na atualidade, usada em várias regiões brasileiras para designar áreas interioranas, sejam elas os hervaís no Planalto da Serra Geral, no oeste catarinense, como a cimeira das vertentes íngremes das áreas serranas do Sudeste brasileiro, as chapadas e cerrados do Centro-Oeste ou a região de semiaridez do Nordeste. (Filho, 2011, p. 87)

Apesar disso, historicamente, a ideia de sertão ligada à pobreza e ao subdesenvolvimento foi diretamente relacionada à região Nordeste, sendo as demais regiões silenciadas em relação a essa questão. Assim, há um discurso de que a região Nordeste é subdesenvolvida, discurso este que reduz o Nordeste ao sertão semiárido, à ideia de seca, de

pobreza, de terra rachada e, por outro lado, essas características próprias do sertão são silenciadas quando se trata de outras regiões do Brasil.

Em nossa pesquisa, trataremos de um sertão situado na região Nordeste, pela particularidade de que os vídeos, selecionados para a análise, foram produzidos por uma televisão em Feira de Santana, uma cidade baiana, portanto nordestina, e conhecida como “Princesa do Sertão”. No canal YouTube da TV Olhos D’Água, entre os vídeos mais assistidos, há destaque para temáticas vinculadas ao sertão local, que abordam, por exemplo, temas como feira de gado, sanfona, vaquejada, carne de bode, repentistas etc. O que nos interessa nesta pesquisa é analisar os discursos que circulam nas materialidade selecionadas (vídeos), na tentativa de compreender a produção de sentidos que podem se estabelecer, observando se há reprodução de sentidos históricos ligados ao nordestino/sertanejo (como, por exemplo, de ser um sujeito resiliente às mazelas da seca) ou se há ruptura desses sentidos.

Em nosso trabalho, tratamos a respeito da imagem do sujeito **nordestino/sertanejo** na mídia. Para reforçar o entendimento de que falamos de um sertão que é nordestino, e não de outras possíveis regiões, as palavras nordestino e sertanejo formam uma sentença em que estarão sempre unidas: nordestino/sertanejo.

Fizemos um apanhado introdutório sobre os significados da palavra sertão na história, para que se observem as mudanças ao longo do tempo. Destacamos três períodos: séculos XVI, XVII e XX.

O sertão do século XVI, segundo aponta Dias (2020), “era aquele que se contrapunha ao litoral, zona terrestre conquistada ou descoberta.” Ainda como descreve a autora, “o sertanejo era alguém desconhecido, provavelmente composto de povos indígenas.” (*idem*, p. 1). O sertão, a princípio, remetia a toda a vastidão do desconhecido do Brasil adentro. O que não fosse litoral colonizado, tudo mais era sertão.

A partir do século XVII, Portugal passa a investir no aumento da extensão do seu território colonizado no Brasil. Neste período, houve uma iniciativa de “‘ocupação do vazio’, ou seja, o avanço do movimento das bandeiras, responsável pelo aumento do espaço territorial da colônia”. (Dias, 2020, p. 2). Neste período, o sertão era o vazio a ser ocupado.

No século XX, principalmente até meados desse período, o sertão passa a ser um lugar de sobreviventes e o sertanejo tido como um sofredor de muitas mazelas. Essa representação do lugar do sertão, ainda ocupa o imaginário social quando há a associação do sertão com a seca, com a fome e outras condições sociais que, mesmo tendo se modificado ao longo do tempo, ainda preservam a ideia da adaptação do homem sertanejo a um ambiente hostil. Essa

repetição histórica tem sido ligada ao Nordeste e tem como objetivo relacionar a região à pobreza extrema e ao subdesenvolvimento.

Nessa argumentação, a seca e o homem estão indissociados, e a cultura do interior nordestino está diretamente relacionada aos modos de vida desdobrados da adaptação humana às condições naturais específicas e ao modelo econômico que aí se desenvolveu. (Moreira, 2018, p. 34).

Em dicionários, encontramos a palavra sertão relacionada a um território distante e pouco habitado. “o definem como terra distante das povoações ou das terras cultivadas, zona pouco povoada ou do interior semiárido das caatingas” (Borba, 2011, p. 1278; Ferreira, 1986, p. 1577; Houaiss, 2011, p. 857 *apud* Moreira, 2018, p. 31). Essas definições destacam o sertão como uma área remota, geralmente seca.

A palavra sertanejo relaciona-se com a designação dos moradores do sertão e pode assumir a função tanto de adjetivo quanto de substantivo, fazendo referência ao que é próprio ou característico do sertão ou ainda ao que é inexplorado, agreste ou rústico, ou que ou quem vive no sertão. Assim, há uma hierarquia entre as regiões, que tem como base a ideia de desenvolvimento ou subdesenvolvimento, ligada a fatores geográficos, ideia esta que silencia os aspectos identitários da formação do Brasil.

Essa supremacia buscou, e ainda busca, silenciar os lugares de fala das populações que vivenciam esses sertões, e que em meio as histórias de domínio e expansão do território, dão voz a um espaço diferente do que foi proposto pela ideia hegemônica da elite brasileira. Filho (2011) demonstra como a apropriação dos significados negativos construídos ao longo do período Colonial e Imperial, ainda perpetuaram na República e se mantiveram presentes até os dias atuais como parte integrante da identidade brasileira. Nesse sentido, a sensação de pertencimento e de identificação com o processo de formação territorial e histórico-cultural em bases sertanejas foi sucumbida pelos ideais fundamentados nas visões eurocêntricas, racistas, elitistas, sendo o mesmo responsável por uma série de comportamentos desumanos a esses povos (Fraga; Bueno, 2023, p. 35).

Em dicionários online, como Dicio, Michaelis e Priberam, consultados em 2025, as definições não variam e retomam os mesmos conceitos. Apresentam o sertão como sinônimo de vazio, de lugar remoto, seco e do interior. Pode-se verificar que há uma permanência desses sentidos, que, para a AD, irão se constituir como já-ditos, como uma memória que é histórica e que se materializa através dos discursos. No caso dos dicionários, está materializada através dos verbetes, que são definições a serem consultadas e utilizadas na língua portuguesa brasileira.

A definição de sertão, como lugar distante e vazio, remete ao período da colonização na história do Brasil. Este conceito, contudo, perdura até os dias atuais, compondo uma memória histórica, atravessada por muitos sentidos, que vão se ramificando e se transformando ao longo do tempo, mas que podem ainda guardar a essência de um discurso mais antigo, pois um discurso sempre retoma discursos anteriores.

Os mapas originários revelam que, até o início do século XIX, o conceito era a síntese do vazio da colonização europeia no Brasil, e o sertão representava a maior parte do território nacional, incluindo a Amazônia e grandes faixas litorâneas no Sudeste (Ferreira; Dantas; Simonini, 2012 *apud* Moreira, 2018, p. 36).

O sertão também é descrito nos livros didáticos, na literatura, na ficção audiovisual. No Brasil, algumas obras literárias, que tratam sobre o sertão, podem ser destacadas como: ‘Os Sertões’, de Euclides da Cunha, publicada em 1903; ‘Vidas Secas’, de Graciliano Ramos, publicada em 1938; e ‘Grande Sertão: Veredas’, de Guimarães Rosa, publicada em 1956. Tais obras contribuem para a demarcação discursiva do sertão como um território árido e hostil.

Nas telenovelas brasileiras, o sertão e os sertanejos também foram representados. Produções deste gênero contribuíram para a manutenção de uma imagem do sertão e da região Nordeste.

As obras produzidas a partir dos anos 1970 e ambientadas em espaços nordestinos, sendo a primeira *Verão vermelho* (TV Globo, 1970), buscaram referências em elementos previamente associados ao Nordeste para construir suas histórias. A familiaridade de parte do público com tais imagens possibilitou a consolidação desse recurso nas telenovelas e as representações do Nordeste herdadas do Cinema e da Literatura perpetuaram-se nas produções televisivas (Viana e Said, 2012 *apud* Gomes e Martins, 2022, p. 5).

Compreender o sertão exige de nós um entendimento mais ampliado, pois ele “não pode ser apreendido a partir de uma visão monolítica [...] sendo o sertão composto por uma infinidade de sertões que são tão diferentes como as pessoas que o habitam” (Vaz, 2022, p. 28).

Apesar de existirem discursos bastante consolidados sobre o sertão nordestino vinculando-o ao atraso social, é possível perceber que algumas mudanças já ocorreram e que influenciam na formação de novos discursos. Se no passado o sertão era apenas sinônimo de seca, hoje, ele também é nomeado como “Território de Identidade” ou como “Sertão Produtivo”. Um sertão nordestino discursivizado através de novas lentes, que buscam comunicar o desenvolvimento, a tecnologia e o crescimento econômico na região.

A autora Gislene Moreira (2018) reflete sobre os “sertões contemporâneos”, sobre o que há neles em termos de rupturas e de continuidades em relação aos “velhos sertões”.

Enquanto os mapas do passado designavam os sertões mais pelas ausências, como o vazio da ocupação portuguesa, da falta do progresso e da democracia, ou pela seca e pela fome; os novos mapas e discursos parecem apontar a uma territorialidade semiárida povoada de novidades e perspectivas (Moreira, 2018, p. 267).

Os discursos sobre a região Nordeste do Brasil e sobre o sertão são resultado de uma construção social e histórica. Eles apresentam contradições, pois como já enfatizamos, discursos são abertos e em produção, produzem múltiplos sentidos, nunca estão fechados. Enquanto alguns discursos enfatizam a riqueza cultural e a resiliência do povo nordestino/sertanejo, outros carregam estereótipos que não abarcam a complexidade da região.

Essas figuras, signos, temas que são destacados para preencher a imagem da região, impõem-se como verdades pela repetição, o que lhes dá consistência interna e faz com que tal arquivo de imagens e textos possa ser agenciado e vir a compor discursos que partem de paradigmas teóricos os mais diferenciados (Albuquerque Jr., 2011, p. 62).

A cultura nordestina/sertaneja é referenciada por sua autenticidade e pelas raízes tradicionais, no entanto, o discurso sobre essa região, muitas vezes, reforça apenas uma imagem de pobreza e seca, não apresentando a diversidade econômica, geográfica, social, cultural existente. É nessa característica do discurso que reside o silêncio, que se constitui nos textos/imagens mesmo sem estar “visível”. O que não se diz sobre o sertão também faz significar sobre este mesmo sertão. “ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada” (Orlandi, 2007, p. 73).

A construção de discursos sobre o sertão é fortemente influenciada pela história e pela memória. Neste contexto, as produções audiovisuais (no cinema, na televisão e na *Internet*) possuem importante papel na consolidação dos discursos. Assim, quando assistimos a um vídeo da TV Olhos D’Água, no YouTube, em que um sanfoneiro é entrevistado usando chapéu de couro, percebemos, nas imagens, que existe, também nelas, um sertão, que de alguma maneira se repete, através de elementos simbólicos que remetem a discursos anteriores, aos quais já tivemos acesso. Enxergamos um sanfoneiro nordestino e sertanejo, pelos seus trajes, pelo modo de falar, pelo cenário no qual está inserido. Dessa forma, podemos compreender o sertão também como um território discursivo e imagético e será por esta perspectiva que encaminharemos nossos trabalhos de pesquisa.

3.2 NORDESTINO/SERTANEJO: REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE

Para ampliar a nossa compreensão a respeito da imagem atribuída ao Nordeste e ao sertão, revisamos alguns conceitos ligados aos campos das Ciências Sociais e dos Estudos Culturais como conceitos de representação e identidade.

O conceito de representação é fundamental em diversas áreas do conhecimento como Filosofia, Comunicação, Ciências Sociais, Análise do Discurso etc. De forma mais ampliada, o conceito tenta abarcar a maneira como ideias, identidades, acontecimentos são simbolizados por meio de produções humanas como imagens, textos, práticas sociais. Trataremos aqui, então, das representações sociais, construções coletivas de conhecimento que interferem na interpretação e na produção de sentidos pelos sujeitos.

Representações Sociais é um termo filosófico que significa a reprodução de uma percepção retida na lembrança ou do conteúdo do pensamento. Nas Ciências Sociais são definidas como categorias de pensamento que expressam a realidade, explicam-na, justificando-a ou questionando-a. Enquanto material de estudo, essas percepções são consideradas consensualmente importantes, atravessando a história e as mais diferentes correntes de pensamento sobre o social (Minayo, 1995, p. 89).

O conceito de representação é abrangente e pode ser explorado sob diversas perspectivas. Pode ser vinculado a uma representação técnica, através de desenhos, plantas e projetos gráficos, por exemplo, ou, como no caso da análise do discurso, ligadas às materialidades discursivas (textos, imagens etc.) e à consequente produção de sentidos que atravessam os discursos. Para a nossa pesquisa, buscamos compreender a representação social do sujeito nordestino/sertanejo presente no discurso da mídia, principalmente, através da linguagem jornalística de televisão.

As Representações Sociais se manifestam em palavras, sentimentos e condutas e se institucionalizam, portanto, podem e devem ser analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais. Sua mediação privilegiada, porém, é a linguagem, tomada como forma de conhecimento e de interação social (Minayo, 1995, p. 91).

Partindo então da perspectiva defendida por Minayo (1995), com a qual concordamos, as representações sociais se manifestam de forma privilegiada pela linguagem, de tal maneira que podemos analisar os discursos, suas condições de produção, suas marcas históricas e ideológicas.

A atuação das mídias, em especial pelo do discurso jornalístico, funciona através de uma lógica

institucional, como uma tentativa de “representação da realidade”. Elas moldam as percepções dos sujeitos através de lentes próprias, lentes ideológicas que, pela perspectiva da AD, não são neutras e mobilizam sentidos dominantes.

As representações são formas simbólicas presentes tanto em nível individual quanto coletivo e fazem parte do dia a dia dos indivíduos, perpassando conversas e modos de agir. Conforme Guareschi (2000, p. 78), elas “[...] podem ser compreendidas como conhecimento do senso comum, socialmente construído e socialmente partilhado que se vê na mente das pessoas, na mídia, nos bares e nas esquinas, nos comentários dos rádios e das tvs (Coelho, 2008, p. 5).

Quando partimos para a compreensão das representações sociais ligadas à região Nordeste e ao sertão, conseguimos observar que, em grande medida, elas estão relacionadas à maneira como as mídias apresentam discursos sobre estes territórios. O sertão (discursivo e midiático) é frequentemente descrito como um espaço de desafios e condições adversas, e o nordestino/sertanejo como um sobrevivente a estas condições.

Pelas publicações das mídias, os sujeitos acessam discursos que vinculam, por repetição e retomada a discursos anteriores, o sertão a determinadas condições, confirmando que, no interdiscurso, há memórias consolidadas que não são desconsideradas mesmo diante das transformações sociais. O discurso sobre o sertão de hoje ainda reverbera o que foi dito sobre ele no passado. Alguns discursos permanecem, mesmo com o passar do tempo, e a mídia tem importante papel nesta perpetuação de sentidos.

A mídia funciona, neste sistema, como um elemento fundamental na representação e re-produção dos “consensos de significação” [...] Um elemento que está em jogo, portanto, é o tempo: passado e projeções de futuro se entrecruzam no cotidiano jornalístico, que vai montando e reconfigurando leituras da história e da política, na tentativa de explicar/didatizar os acontecimentos (Mariani, 1997, p. 225).

Pela perspectiva da AD, o discurso é a própria prática da linguagem. Orlandi (2015, p. 13) indica que a “Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. [...] O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana”. O que queremos dizer é que a AD situa o sujeito e as suas produções na história e que, pelos discursos materializados na linguagem, podemos capturar representações sociais, identidades, estereótipos etc. Para a AD, “a história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos)” (Orlandi, 2015, p. 18).

Como parte da nossa pesquisa, compreendemos que existe uma representação social, historicamente marcada, que delimita sentidos sobre o Nordeste e sobre o sertão. Esta

representação, concordando com Moreira (2018) perpassa pela atuação da literatura, do cinema e das mídias de massas que, a partir do século XX, fomentaram uma intensa fabricação simbólica sobre o sertão, “construíram uma representação sertaneja que atendeu à curiosidade nacional em torno deste “outro” Brasil [...] e reforçaram a construção de um imaginário em que a seca se constituiu como elemento fundador das precárias condições de vida do sertanejo” (Moreira, 2018, p. 76).

A representação do sertão nordestino ora retoma, no interdiscurso, a memória de lugar distante, como uma terra remota (séculos XVII e XVIII), ora retoma a memória de lugar da seca e das mazelas sociais (século XX). Apesar de existirem novas configurações de sertões, nos discursos contemporâneos, a representação atual do sertão ainda está fortemente marcada pela produção discursiva de períodos anteriores.

A mídia muitas vezes tem contribuído para perpetuar esse modelo estagnado de pensamento e percepção sobre o que acontece nas regiões do Nordeste, principalmente no Sertão. Parece que em muitos casos existe certo descompasso entre o que acontece de mudanças efetivas e o que é representado (Leitão; Santos, 2012).

Mais uma vez, defendemos aqui a perspectiva da AD, à qual nos filiamos, de que os sujeitos, bem como os discursos, estão vinculados à história, esta é uma relação indissociável. Um diferencial da AD, em relação a outras vertentes relacionadas aos estudos do discurso, contudo, é que ela traz um destaque para a atuação da ideologia nos processos discursivos. Então, as representações, presentes nos discursos, são moldadas socialmente, inclusive através do trabalho da ideologia sobre os sujeitos. As marcas da ideologia nos discursos são materiais e podem ser identificadas, por exemplo, nos produtos das mídias, importantes meios de produção simbólica.

Assim como encontramos, nos discursos, representações sociais, também podemos encontrar elementos que dizem respeito à constituição de identidades. O conceito de identidade é complexo e muito discutido na contemporaneidade. Podemos dizer que, de uma forma mais ampliada, o conceito envolve a forma como os sujeitos e grupos se percebem e são percebidos uns pelos outros, envolvendo aspectos da cultura, linguagem, valores etc.

Em nossa pesquisa, trouxemos conceitos sobre identidade discutidos e teorizados por Hall (2019) e Bauman (2021) que reconhecem a identidade como sendo dinâmica, fluida e construída socialmente. Eles enfatizam que a identidade não é um traço imutável, mas está constantemente sendo formada e reformulada pelas condições sociais, culturais e históricas.

Ambos destacam fatores como globalização, capitalismo, tecnologia e migrações na construção das identidades.

Para Hall (2019, p. 11), a identidade é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos apresentados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos. Não existe um “eu coerente”. O que há são sujeitos que lidam, a todo tempo, com as suas identidades contraditórias, em constantes embates e deslocamentos. O autor ainda destaca a importância das imagens da mídia no processo de constituição das identidades, em um mundo globalizado, já que as identidades não estão mais fixadas em um lugar ou em uma tradição específica.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente integrados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós) (Hall, 2019, p. 43).

O pensamento de Hall se aproxima da teoria da AD no que diz respeito à existência de um sujeito descentrado, inacabado, em constante construção, contraditório. Para a AD, contudo, a ideologia seria a força moldadora das ações dos sujeitos e das transformações sociais. O sujeito se identifica, desidentifica ou contra-identifica com ideologias nos processos discursivos. Os cenários dos embates e dos deslocamentos estão configurados ideologicamente, assim, para a AD, a identificação, passa necessariamente, por um processo de interpelação ideológica. Concordamos com Hall, de que não existe um “eu coerente” e que os sujeitos estão em movimento na história. Unimos a este pensamento as contribuições sobre o papel da ideologia na formação dos sujeitos, que são sustentadas pela análise do discurso materialista.

Bauman (2021) também traz contribuições para o entendimento do conceito de identidade. O sociólogo indica que a busca por identidade está ligada ao desejo de segurança e pertencimento dos sujeitos, contudo, essa é uma busca marcada por incertezas, já que o sujeito vive em uma sociedade globalizada e em contato com uma diversidade de identidades. Argumenta, ainda, que na sociedade contemporânea, a identidade deixou de ser algo fixo e estável, como era na “modernidade sólida”, e passou a ser fluida, mutável e constantemente reconstruída na “modernidade líquida”.

o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e renegociáveis, e de que

as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’ (Bauman, 2021, p. 17).

Aproximando estes conceitos em relação à abordagem da análise do discurso, podemos argumentar que o pertencimento e a identidade estariam ligados às formações discursivas e ideológicas a que se filiam os sujeitos. Deste modo, à medida que o sujeito se identifica com uma ideologia, constitui-se o sentido através de ações e práticas sociais, identificando-se com uma dada ideologia, e constituindo sentidos através de uma formação discursiva. Isso não quer dizer que o sujeito seguirá estagnado em uma formação discursiva apenas, ou que não poderá migrar entre as FD. Este processo é fluido, o sujeito, a todo o momento, está reconstituindo sua relação com as ideologias que o interpelam. Entendemos, da mesma forma que Hall (2019) e Bauman (2021), que o sujeito não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente, e que ele não se vincula a apenas uma, mas a várias identidades. Deste modo, analogicamente, podemos pensar a respeito da identidade do sujeito nordestino/sertanejo reproduzida pela mídia. Um exemplo que podemos trazer aqui é o da constituição identitária do sertanejo vinculada a “personagens” como o coronel, o vaqueiro e o cangaceiro, reiteradamente retratados na literatura, no cinema e na televisão brasileira.

Moreira (2018) apresenta que a agressividade masculina é um reflexo identitário fundamental da cultura sertaneja e que esses três personagens (coronel, vaqueiro e cangaceiro) “se fundiram na figura do “cabra da peste”, síntese simbólica desta “sertanidade” que se instalou no interior nordestino sob os signos da masculinidade e da violência” (Moreira, 2018, p. 41). Daí teríamos a constituição de uma das identidades possíveis para o homem sertanejo, como sendo um “cabra da peste”, resultado de uma identidade marcada pelo machismo, pelo autoritarismo e pela violência. Em nossa sociedade, existirão sujeitos que irão se identificar com esta constituição e reproduzir discursos filiados a esta ideologia.

Outra identidade que podemos apresentar é aquela atribuída ao músico nordestino/sertanejo, que carrega consigo uma série de imagens investidas de sentidos. Quando se pensa na música do sertão, há referência, por exemplo, aos sanfoneiros, paramentados com um figurino específico, habitualmente portando chapéu e outros elementos confeccionados em couro. Esse conjunto de imagens, que fazem parte da memória discursiva, está atrelado à história da música brasileira e à atuação de artistas como Luiz Gonzaga.

Conforme descreve Albuquerque Jr. (2011, p. 174) “Gonzaga resolve, em 1943, assumir a identidade de um artista regional, ser um representante do “Nordeste”, criando para isso uma indumentária típica que reunia a roupa do vaqueiro nordestino com o chapéu usado pelos

cangaceiros”. Essa imagem de Luiz Gonzaga, tocando sanfona, vestido em couro, permanece na memória (histórico-discursiva) e engendra constituições identitárias que relacionam o sertão e a música a modos de significação, sendo um deles, por exemplo, a do nordestino/sertanejo/sanfoneiro.

Diante dos exemplos anteriores, podemos dizer que os discursos sobre o sertão nordestino e sobre os seus sujeitos retomam representações construídas socialmente, também identidades e elas vão produzir sentidos.

Orlandi (2015) questiona o porquê que somos afetados por certos sentidos e não por outros. Acrescentamos, aqui, um outro questionamento adicional: Por que aderimos a certas identidades e não a outras? Acreditamos que a resposta nos aponta para a atuação da ideologia na vida social dos sujeitos. Orlandi indica que, em relação aos sentidos que nos afetam, “certamente o fazemos determinados por nossa relação com a língua e com a história, por nossa experiência simbólica e de mundo, através da ideologia” (*idem*, p. 32). A autora complementa afirmando que:

podemos dizer que a evidência do sujeito, ou melhor, a sua **identidade** (o fato de que “eu” sou “eu”), apaga o fato de que ela resulta de uma identificação: o sujeito se constitui por uma interpelação – que se dá ideologicamente pela sua inscrição em uma formação discursiva – que, em uma sociedade como a nossa, o produz sob a forma de sujeito de direito (jurídico). Esta forma-sujeito corresponde, historicamente, ao sujeito do capitalismo (Orlandi, 2015, 43, grifo nosso).

Bauman (2021) relaciona ainda a identidade dos sujeitos aos seus sentimentos de pertencimento, e este componente, em especial, é relevante para nossa pesquisa, pois, quando se fala de sertão, há, em alguma medida, a origem territorial como elemento que marca a identidade e o pertencimento dos sujeitos a lugares físicos e de memória que afetam a produção de sentidos nos discursos. O que queremos dizer é que a identidade nordestina/sertaneja perpassa por um sentimento de pertencimento dos sujeitos à história de um lugar (do sertão).

Isso pode nos indicar que, o fato de os vídeos mais assistidos da TV Olhos D’Água, no YouTube, abordarem elementos da identidade nordestina/sertaneja (vídeos com a presença de vaqueiros, sanfoneiros, repentistas etc.), pode estar relacionado ao sentimento de pertencimento dos sujeitos ao território do sertão. Os vídeos são importantes materialidades que possibilitam o acesso a esta memória, que é histórica e discursiva. “Isso quer dizer que um agente que se identifique como sertanejo participou ativamente de um processo de decisão ou adequação de um conjunto de significações e símbolos que criam e representam esta identidade (Vaz, 2022, p. 80).

Tratamos em nossa pesquisa então de uma identidade que também é regional. Como indica Vaz (2022, p. 80), ela “está relacionada à experiência dos lugares que compõem/comporão a região-vivência”. A identidade regional está ligada a um conjunto de características culturais, sociais, históricas etc. que abarcam uma região e criam um senso de pertencimento entre os sujeitos. Reforçamos, contudo, que em um mundo globalizado, as identidades estão cada vez mais “desalojadas”, a identificação e o pertencimento prescindem de uma vivência no território físico. Como já expomos, anteriormente, o sertão também é um território imagético e discursivo, assim, é possível que a identidade nordestina/sertaneja, por exemplo, encontre e afete sujeitos ao redor do planeta, não apenas na região Nordeste do Brasil. “O Nordeste, assim como o Brasil, não são recortes naturais, políticos ou econômicos apenas, mas, principalmente, construções imagético-discursivas, constelações de sentido” (Albuquerque Jr., 2011, p. 343).

Diante do exposto, podemos dizer que, através de imagens e vídeos, materializam-se discursos sobre o sertão nordestino e sobre os seus sujeitos. Estes discursos carregam uma memória histórica, com uma série de já-ditos e de silêncios. É possível observar nos discursos elementos de uma dada representação social e/ou elementos identitários, que, inevitavelmente, trazem marcas ideológicas. No contexto atual, as mídias, em especial a televisão (seja ela aberta, fechada ou pela Internet), contribuem para a produção, circulação e consolidação de alguns discursos. No caso da nossa pesquisa, examinamos, utilizando teoria e método da AD, alguns vídeos da mídia TVOD, que atua no sertão da Bahia, com o intuito de compreender a produção de sentidos sobre o sujeito nordestino/sertanejo.

3.3 TELEVISÃO: PRODUÇÃO E REPRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE O SERTÃO

Como já abordamos anteriormente, a mídia desempenha um papel fundamental na produção, reprodução e consolidação de discursos, que são capazes de moldar a percepção dos sujeitos e de reforçar ideologias. Na abordagem da AD, o discurso da mídia tem grande relevância e, desde o princípio, com Pêcheux, já era considerado para as análises. O autor associa o discurso da mídia às chamadas “línguas de vento”, que seriam capazes de anestesiar e conformar os pensamentos dos sujeitos.

Ao retomar a expressão “línguas de vento”, atribuindo-a a Régis Debray, Pêcheux ([1982] 1990) diz de um funcionamento dos discursos da/na mídia, um funcionamento linguístico-discursivo, exemplificado pela ampla circulação de discursos via transmissões radiofônicas, na Alemanha nazista, na década de 1930, e pela profusão de imagens, via transmissões televisivas,

por exemplo, na contemporaneidade. Um funcionamento linguístico que, nas transmissões midiáticas, “flutua”, como que levado pelo vento; mas capaz de, em seus efeitos de sentidos, anestesiá-lo, asfixiar, produzir o invisível (Dela-Silva; Carneiro, 2023, p. 4).

As mídias podem ser diversas e cada uma delas apresenta suas especificidades em termo de linguagem, de formatos, de recursos tecnológicos etc. Elas são utilizadas para a transmissão e comunicação de informações, ideias, conteúdos (o que entendemos como discurso pela AD) e atuam em uma ampla variedade de plataformas, desde as mais tradicionais (como jornais impressos e rádio) até os digitais (como redes sociais e streaming).

Em nossa pesquisa, tratamos, mas especificamente, do discurso da mídia vinculado à televisão e ao jornalismo, dadas as características dos vídeos selecionados, já que se tratam de matérias jornalísticas e entrevistas realizadas pela TV Olhos D’Água, a TV Universitária da Universidade Estadual de Feira de Santana, e disponibilizadas em seu canal no YouTube. Apesar de ser uma TV *web*, a TVOD adota formatos semelhantes aos das TVs abertas, utilizando, por exemplo, a linguagem jornalística para produção de seus materiais, em matérias, reportagens, entrevistas. Assim, em nosso estudo, buscamos compreender, em especial, o discurso jornalístico de televisão.

Essa transmissão de informações, pelas mídias, não ocorre de uma forma imparcial, pois, concordando com Charaudeau, (2013, p. 19) “A informação é essencialmente uma questão de linguagem, e a linguagem não é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo”. Partimos então do entendimento de que os discursos, inclusive o jornalístico de televisão, estão carregados de sentidos e que eles não são transparentes.

Assim, através do modo como a mídia combina e utiliza as suas estratégias de comunicação, podemos desvendar e compreender como se formam as estruturas, os processos internos e as dinâmicas da lógica da produção e criação dos sentidos que dão sustentação a determinadas formas de conceber o mundo, às instituições, seus discursos e suas práticas. (Morigi, 2005, p. 11).

A televisão tem sua origem ao final do século XIX e início do século XX, na Europa, quando cientistas começaram a explorar formas de transmitir imagens à distância. A origem da palavra televisão indica o interesse em ver de longe as imagens. “Televisão, literalmente, é ver de longe. A origem da palavra já mostra suas pretensões globais: é a soma das duas mais tradicionais línguas ocidentais: de tele, grega, quer dizer ao longe, e visão, da latina *visio*” (Magalhães, 2023, p. 21).

No Brasil, a primeira emissora de TV foi a TV Tupi (1950), seguida pela TV Record

(1953) e TV Rio (1955). As transmissões, à época, aconteciam no formato ao vivo, pois ainda não existia tecnologia de gravação. Ao longo das décadas seguintes, surgiram outras emissoras de TV aberta, como a TV Globo (1965), as formas de transmissão se aperfeiçoaram e aconteceu primeira transmissão em cores (1972) no país. Até a década de 1990, a TV aberta se configurou como forte meio de comunicação de massa. Também na década de 1990, houve uma forte atuação das TVs em canais fechados, por assinatura.

A partir do século XXI, no Brasil, ocorreu um movimento de digitalização da TV, processo que substituiu o sinal analógico das TVs abertas pelo sinal digital, proporcionando maior qualidade de imagem e som. Iniciado em 2007, o processo de modificação do sinal foi concluído em 2023, com o desligamento total do sinal analógico.

O avanço tecnológico proporcionou, ainda, o crescimento das TVs *web*, que realizam a transmissão de seus conteúdos audiovisuais através da Internet, prescindindo dos sinais tradicionais a cabo, por satélite e antena. As TVs *web* ganharam popularidade, junto aos usuários, pois tornaram possível assistir a programas, séries, filmes e outros conteúdos em dispositivos como *smartphones*, *tablets* e *smart TVs*, como é o caso da TV Olhos D'Água, que tem seu canal integrando a plataforma de vídeos do YouTube.

A TV Olhos D'Água, além de ser uma TV *web*, é um canal de TV universitária, que possui algumas características próprias que a distingue de outros modelos de televisão (comercial, educativa, comunitária entre outros modelos). A TV universitária, conforme descrito no site da Associação Brasileira de Televisão Universitária ¹(ABTU, 2025), deve produzir conteúdos voltados ao desenvolvimento da cidadania, à melhoria da qualidade de vida da população, ao apoio à educação, ao incremento à cultura regional e à democratização da informação e do conhecimento. “O conceito de TV Universitária é abrangente e prevê como televisão universitária a produção por Instituições de Ensino Superior que, obrigatoriamente, adotam uma pauta voltada à promoção da educação, cultura e cidadania” (Magalhães, 2023, p. 29).

Fizemos este apanhado histórico sobre a televisão no Brasil, até chegarmos à formação das TVs *web* (anos 2000), para introduzir nossas discussões sobre as condições de produção dos discursos na/pela televisão. “Segundo Pêcheux (1997a [1969], p. 74), sempre há um contexto sócio-histórico responsável por viabilizar a formulação e a compreensão do discurso, por ele denominada condições de produção” (Dela-Silva; Carneiro, 2023, p. 9).

Na AD, devemos discutir, pensar, problematizar e tentar compreender o discurso da televisão de forma que sejam possíveis as análises. Tentar sair da dicotomia crítica entre o bom

¹ Disponível em: <https://www.abtu.org.br/>. Acesso em: 23 nov.2025.

e o mau, “cessar de diabolizar e de beatificar ao mesmo tempo a televisão, e refletir sobre a produção, a circulação e a apropriação das imagens” (Courtine, 2003, p. 33).

O Nordeste e o sertão são discursivizados na televisão de várias maneiras, estereotipadas ou não; há discursos em movimento de repetição e outros em movimento de ruptura. Diante disto, a importância de serem analisados os discursos buscando elementos discursivos que se constituam como “pistas”, diante das condições de produção (história, ideologia) que marcam o discurso em sua materialidade.

O Nordeste é uma produção imagético-discursiva formada a partir de uma sensibilidade cada vez mais específica, gestada historicamente, em relação a uma dada área do país. E é tal a consequência desta formulação discursiva e imagética que dificulta, até hoje, a produção de uma nova configuração de “verdades” sobre o espaço (Albuquerque Jr., 2011, p. 62).

A televisão, enquanto meio de comunicação de massa predominante na cultura brasileira, durante muitas décadas, desde a sua implantação, até início dos anos 2000, foi um dos equipamentos midiáticos mais relevantes na disseminação de discursos sobre o Nordeste e sobre o sertão, seja através da exibição de obras ficcionais como as novelas e os filmes, seja através do telejornalismo, com a produção de matérias e reportagens, a televisão era a principal tela pela qual os sujeitos tinham acesso a discursos sobre essa região do país.

As produções audiovisuais exibidas na televisão, aqui entendidas como materialidades imagético-discursivas, podem ser “lidas” através de um efeito de intericonicidade. Algumas imagens são retomadas, associadas a outras, e acabam por sedimentar alguns sentidos, que se mantêm resistentes, tendendo a uma repetição parafrástica mesmo com o passar do tempo, mesmo com mudanças sociais e econômicas.

Figura 1 – Sertão nas novelas



Fonte: elaborado pela autora (2025).

Podemos citar algumas produções da televisão como as novelas, que trazem o sertão em imagens, como *Maria-Maria* (1978), trama que destacou as paisagens e os desafios da vida sertaneja, através das histórias de duas Marias, que eram idênticas fisicamente, mas tinham condições de vida opostas. *Mandacaru* (1997), trama que abordou o cangaço e os costumes do sertão baiano nos anos 1930, logo após a morte de Lampião e Maria Bonita. Também novelas, mais recentes, como *Cordel Encantado* (2011) que se passa na fictícia cidade de Brogodó, que remete ao sertão nordestino, com cenários que recriam a paisagem árida, além de trazer, na narrativa, o estilo poético e imagético da literatura de cordel. E a novela *Mar do Sertão* (2022), que, em sua trama, aborda temas como o poder dos coronéis e a luta pela água, recurso escasso na região. São temáticas recorrentes nas produções exibidas pela televisão: a seca, o cangaço, o coronelismo, a religiosidade, a vida dos vaqueiros, a resiliência do povo sertanejo.

Nordeste do fogo, da brasa, da cinza e do cinza, da galharia negra e morta, do céu transparente, da vegetação agressiva, espinhosa, onde só o mandacaru, o juazeiro e o papagaio são verdes. Nordeste das cobras, da luz que cega, da poeira, da terra gretada, das ossadas de boi espalhadas pelo chão, dos urubus, da loucura, da prostituição, dos retirantes puxando jumentos, das mulheres com trouxas na cabeça trazendo pela mão meninos magros e barrigudos. Nordeste da despedida dolorosa da terra, de seus animais de estimação, da antropofagia. Nordeste da miséria, da fome, da sede, da fuga (Albuquerque Jr., 2011, p. 139).

Pela perspectiva da análise do discurso, podemos perceber que há uma retomada, no interdiscurso, a algumas imagens do sertão associadas à seca e ao ambiente hostil. Isso nos

remete ao funcionamento da memória discursiva que é “pautado no mecanismo da repetição, sendo este responsável pela regularização de determinados sentidos [...] produzindo, assim, efeitos de memória em sujeitos inscritos em suas respectivas FD’s” (Sousa, 2022, p. 50).

Através do telejornalismo também se difundem discursos sobre o sertão. Diferentemente das obras ficcionais (romãs, filmes, séries etc.), as produções jornalísticas se revestem de “credibilidade”, associada aos critérios de transparência, isenção, facticidade e de instantaneidade na transmissão das informações.

A aparente instantaneidade da mídia interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da re-significação de sentidos enraizados no passado. Por isso, determinadas figuras cristalizadas na memória coletiva estão constantemente sendo recolocadas em circulação, permitindo os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos. Através desses retornos figurativos, a mídia cria representações que se tornam observáveis e tangíveis (Gregolin, 2003, p. 105).

É possível encontrar, na Internet, diversos vídeos de reportagens jornalísticas que tratam sobre o sertão nordestino. Como um exemplo, trouxemos aqui, uma produção da TV Globo, exibida no seu telejornal de maior audiência, o Jornal Nacional (JN), em dezembro de 2015. A reportagem “Expulsos pela seca ainda acreditam que é possível viver no sertão do CE”² faz parte da série “O Quinze: Travessia, inspirada no livro de Rachel de Queiroz”. Neste episódio, que é o último da série de três reportagens, os jornalistas contam histórias de homens e mulheres que foram “expulsos pela seca, mas que ainda acreditam que é possível viver no sertão”. Podemos observar, então, que os discursos relacionados à seca, ao sofrimento, à retirância do povo sertanejo, também fazem parte dos discursos na/pela televisão, só que, no caso da reportagem jornalística e da sua narratividade, eles se revestem de sentidos de credibilidade e de transparência.

Chamamos de narratividade o processo que atua junto à memória discursiva, engendrando na memória a ilusão da completude. [...] A narratividade possibilita a reorganização imaginária do movimento histórico [...] é o efeito que permite o contar uma história coerente, sem falhas, com estruturação temporal, com encadeamento de causas e consequências, com personagens e cenários explicativos (Mariani, 1997, p. 231).

Figura 2 – Sertão da seca no telejornalismo

² Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/12/expulsos-pela-seca-ainda-acreditam-que-e-possivel-viver-no-sertao.html>. Acesso em: 23 nov.2025.



Fonte: G1.globo.com (2025).²

Em contraposição ao discurso pautado exclusivamente na seca e no sofrimento, já que podem existir muitos outros discursos sobre o sertão, trouxemos o exemplo de uma reportagem que enaltece a região, apresentando uma maior diversidade de imagens (que não apenas da vegetação e da terra secas) e que aponta o potencial do bioma da Caatinga, na pesquisa de medicamentos, além de apresentar detalhes da fauna e da flora da região. Produzida pela TV Brasil, em fevereiro de 2022, a reportagem “Caatinga: coração do sertão nordestino”³ faz parte de uma série de reportagens sobre os biomas brasileiros.

Figura 3 – Sertão da ciência no telejornalismo



Fonte: YouTube (2025).³

Partindo para a análise das imagens, tomando como materialidades vídeos da TV Olhos

³ Disponível em: <https://youtu.be/xjRWPFhxzIA?si=w912U5LJAiCnIRY8>. Acesso em: 23 nov.2025.

D'Água, pudemos observar que a temática nordestina/sertaneja está entre as preferidas do público do canal. A TV universitária, que produz matérias e reportagens não apenas sobre a UEFS, mas também sobre a região de Feira de Santana (Portal do Sertão), apresenta uma diversidade de conteúdos, dos quais se destacam vídeos sobre venda de gado, vaquejada, sanfoneiro, carne de bode como assuntos mais procurados e assistidos pelo público.

A TV Olhos D'Água,⁴ descreve-se como uma TV pública universitária mantida pela Universidade Estadual de Feira de Santana. Fundada em 1997, passou a atuar exclusivamente pela Internet desde 2009 e segue com o canal ativo. Com mais de 87 mil inscritos em seu canal, a TVOD realiza publicações diárias, intercalando notícias e matérias sobre a Universidade com produções que abordam a cultura da região.

Nos capítulos que seguem, explicamos a metodologia empregada em nossa pesquisa e realizamos a análise de quatro vídeos da TVOD. Buscamos compreender os discursos sobre o sujeito nordestino/sertanejo produzidos por esta TV universitária, de que modo eles retomam discursos anteriores, se repetem ou estabelecem estereótipos, se estão vinculados a representações sociais e/ou a identidades.

4 Disponível em: <https://tv.ucfs.br/>. Acesso em: 23 nov.2025.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS NA AD MATERIALISTA

A análise do discurso, desenvolvida por Michel Pêcheux, é uma abordagem teórico-metodológica que examina a relação entre linguagem, historicidade e ideologia. Pode ser aplicada através de um método próprio, seguindo alguns estágios como: delimitação do *corpus*, seleção da sequência discursiva/imagética, descrição das materialidades além de explicitar os gestos de interpretação do analista.

Nesta perspectiva, é importante que o analista do discurso busque alinhar o método à teoria, retomando, em suas análises e interpretações, conceitos da AD.

neste campo disciplinar, teoria e metodologia são indissociáveis, ou seja, só é possível se falar em metodologia envolvendo elementos teóricos, a partir de alguns conceitos próprios à Análise do Discurso. [...] o objeto tomado para análise também pede a teoria, faz com que o analista recorra a conceitos ou busque esclarecimentos teóricos para sua compreensão e análise (Fernandes, 2007, p. 60, grifo nosso).

A princípio, o analista deve delimitar o *corpus*, e aí ocorre um primeiro recorte do arquivo, que tem como foco o olhar do pesquisador, ao selecionar as materialidades que, de fato, serão analisadas. Essa delimitação já apresenta um gesto de interpretação do pesquisador, que observa e recorta as sequências discursivas imagéticas e discursivas verbais que irão compor o corpus da pesquisa, tendo como foco os aspectos que constituem as imagens e os enunciados. “A delimitação do corpus não segue critérios empíricos (positivistas) mas teóricos. [...] Quanto à natureza da linguagem, devemos dizer que a análise de discurso se interessa por práticas discursivas de diferentes naturezas: imagem, som, letra, etc.” (Orlandi, 2015, p. 60).

Em nossa pesquisa, o *corpus* é composto predominantemente por recortes de imagens oriundas de quatro vídeos do canal da TV Olhos D’Água no YouTube. O critério para a escolha dos vídeos baseou-se em dois aspectos: estar entre os vídeos mais assistidos do canal da TVOD e relacionar-se com a temática da identidade nordestina/sertaneja. Deste modo, foram selecionados, para a análise neste trabalho, os seguintes vídeos: **a) Campo do Gado de Feira de Santana; b) Nos bastidores da vaquejada; c) Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro; d) Sabores de Feira: Carne de bode.**

Orlandi (2015) indica que a análise é um processo que tem início pelo estabelecimento do corpus, que resulta de uma construção do próprio analista face à natureza das materialidades e em relação com a pergunta da pesquisa que o organiza, e que o analista deve sair da superfície linguística para chegar até o processo discursivo, onde serão observados o funcionamento da

ideologia, do interdiscurso, dos efeitos de sentido.

Ao observarmos o canal da TV Olhos D'Água, nos deparamos com uma série de vídeos com temáticas regionais e elementos da identidade nordestina/sertaneja. Tais vídeos se destacavam entre os conteúdos mais assistidos do canal e chamaram a nossa atenção. Como a AD leva em consideração, no seu método, as condições de produção, a história e a memória discursiva, em seu conjunto de já-ditos, os vídeos da TVOD nos interessaram, porque entendemos que seria possível realizar uma análise consistente sobre estas materialidades.

O recorte escolhido sobre a representação do sujeito nordestino/sertanejo ocorreu por uma característica relevante do objeto (discurso) veiculado pela TVOD. Assim, percebemos que tais características já sinalizavam caminhos de investigação, relacionando a TV como a propagação, reprodução e/ou consolidação de discursos sobre os sujeitos do sertão nordestino.

Como os métodos vinculados à AD são de caráter interpretativos, o que mais interessa é a qualidade da análise. Desse modo, a AD afasta-se dos critérios quantitativos, pois não é a quantidade de objetos analisados que irá auxiliar na apuração dos dados da investigação, mas o trabalho minucioso do analista em explorar as materialidades pesquisadas. Partindo deste entendimento, consideramos que a seleção de quatro vídeos foi suficiente para a análise a que nos propusemos, compondo a pesquisa e a escrita da dissertação.

Estabelecidas as materialidades, com suas características, buscamos destacar as sequências discursivas verbais e imagéticas. Selecionamos um conjunto de imagens pertencentes aos vídeos, que representassem os aspectos imagéticos que iriam compor a análise. Assim, elementos que se repetem nas imagens que indicam a representação do sujeito nordestino/sertanejo, a exemplo do uso do chapéu de couro pelos personagens dos vídeos, foram apresentados como elementos discursivos, que produzem sentidos a respeito do sujeito nordestino/sertanejo.

Buscamos, deste modo, construir o nosso dispositivo de análise, composto por sequências discursivas verbais e imagéticas, que apresentaram elementos de discurso sobre a representação do sujeito nordestino/sertanejo nos vídeos. Além das imagens, que compuseram as sequências discursivas imagéticas, foram analisados enunciados, como os títulos dos vídeos, formando uma composição de sequências discursivas verbais, entendidas como produtoras de sentidos.

O analista deve poder explicitar os processos de identificação pela sua análise: falamos a mesma língua, mas falamos diferente. Se assim é, o dispositivo que ele constrói deve ser capaz de mostrar isso, de lidar com isso. Esse dispositivo deve poder levar em conta ideologia e inconsciente assim considerados

(Orlandi, 2015, p. 58).

A nossa proposta foi a de realizar uma análise observando elementos verbais e não verbais que compunham as materialidades selecionadas. Assim, nos interessaram tanto os enunciados, textos escritos/falados (elementos verbais) quanto as imagens (elementos não verbais) nos vídeos. Tomamos, prioritariamente, as imagens como elementos de discurso, que são atravessadas por ideologias, dotadas de opacidade e de silêncios. Desse modo, ao observamos as imagens, o fazemos a partir do olhar para seu funcionamento discursivo, de modo a considerá-las como elementos que materializam ideologias. “a evidência primeira de um enunciado é a sua forma material, materialidade linguística verbal e/ou não-verbal, uma vez que o enunciado pode também ser uma imagem, ou o uso de cores” (Fernandes, 2007, p. 64).

Como explica Orlandi (2015), “a análise de discurso tem um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise.” Dessa maneira, nossa análise buscou descrever e analisar as materialidades através de elementos teóricos, numa costura entre teoria e análise, a partir de elementos que se destacavam na produção de sentidos. Compreender os discursos e os atravessamentos ideológicos, evidenciar as relações entre os sujeitos e os sentidos, elencar formações discursivas, imaginárias, ideológicas, os silêncios que também fazem significar no discurso entre outros elementos oriundos da teoria da AD que embasaram a análise a que nos propusemos.

Como o sentido pode ser sempre outro e nunca é único, o analista do discurso não consegue esgotar a interpretação através das suas análises, já que o discurso é dotado de incompletude. Também entendemos que o analista não trabalha em uma posição neutra, não se encontra fora da história e não deixa de ser interpelado pela ideologia. Em seu trabalho, deve buscar se colocar “em uma posição deslocada que lhe permita contemplar o processo de produção de sentidos em suas condições” (Orlandi, 2015, p. 59) e tentar atravessar “o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito” (Idem, p. 59).

Nossa metodologia guiou-se por caminhos estruturados pela abordagem da AD materialista. Aplicamos, assim, o método sempre recorrendo à teoria e a seus conceitos principais. Como destacamos, algumas etapas são consideradas essenciais para o percurso metodológico como: a delimitação do corpus com a definição das sequências discursivas verbais e imagéticas, a descrição das materialidades e, por fim, buscamos elencar nossos gestos de interpretação sobre os discursos pesquisados, saindo da superfície linguística e chegando ao processo discursivo.

Para análise dos dados, utilizamos, prioritariamente, algumas categorias teórico-metodológicas, quais sejam: a) ideologia; b) memória discursiva; c) intericonicidade; d) silêncio. Através dessa delimitação, buscamos destacar, nas materialidades selecionadas, a presença desses elementos nos discursos sobre o nordestino/sertanejo.

Para realizar a análise das imagens, dividimos o corpus em sequências discursivas imagéticas. Trata-se do recorte das imagens que mais representam os objetivos desse trabalho. Os recortes, vistos como elementos de discurso, já constituem um gesto de interpretação do pesquisador sobre a materialidade. Após recortarmos e selecionarmos as sequências imagéticas, buscamos analisá-las usando as categorias anteriormente mencionadas, colocando o dito em relação ao não dito, questionando o atravessamento da ideologia e da historicidade que as constituem. Partimos do princípio de que “toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo o lugar da interpretação. É nesse espaço que pretende trabalhar a análise de discurso” (Pêcheux, 2015, p. 53).

4.1 CONSTITUIÇÃO DO *CORPUS*

Foram selecionados quatro vídeos da TV Olhos D’Água que coadunavam com o interesse de nossa pesquisa, trazendo temáticas sobre o sertão e o nordestino/sertanejo. Devido à extensão do trabalho da pesquisa e do planejamento do tempo para a escrita da dissertação em até 12 meses, nosso *corpus* ficou constituído por quatro vídeos. Reforçamos que, para a análise do discurso, mais importa a qualidade e o aprofundamento das análises do que a quantidade de dados, justamente por aderir a uma perspectiva interpretativa. Os vídeos selecionados para a pesquisa estão relacionados no quadro abaixo.

Quadro 1 – Constituição do *corpus* (vídeos).

VÍDEO	ANO	VISUALIZAÇÕES	LINK DO VÍDEO
Campo do Gado de Feira de Santana	2012	Acima de 1.600.000	https://youtu.be/28PYcVpJ_ts?si=iXaJJq8YV5fG7nJt
Nos bastidores da vaquejada	2017	Acima de 170.000	https://youtu.be/l09ArW-r1u8?si=J3KFdDEGau4QRgwa
Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro	2013	Acima de 94.000	https://youtu.be/KawaGMMjBhk?si=i7lmIgvOL2RmckoW

Sabores de Feira: Carne de bode	2017	Acima de 39.000	https://youtu.be/KnM_IzMBTQA?si=g5TW6v_5iefe4NhM
--	------	-----------------	---

Fonte: elaborado pela autora (2025).

O critério de seleção dos vídeos foi baseado em dois pontos quais sejam: a) quantidade de visualizações; b) temática nordestina/sertaneja. A quantidade de visualizações foi um critério norteador sobre os conteúdos mais buscados e acessados no canal da TVOD pelo público; a temática nordestina/sertaneja foi um critério que se baseou no destaque que essas produções possuem no canal, estando entre as temáticas mais recorrentes entre os vídeos assistidos.

Após a seleção dos vídeos, foram recortadas sequências discursivas imagéticas (SDI), imagens que constituíam sentido sobre o nordestino/sertanejo. Assim, para este trabalho, elencamos as seguintes sequências imagéticas que serão analisadas:

Quadro 2 – Constituição das sequências discursivas imagéticas (SDI).

SDI	IMAGEM
<p>SDI 01 - Campo do Gado Minuto: 0:21</p>	
<p>SDI 02 – Aurino Filho ADAB Minuto: 2:44</p>	
<p>SDI 03 - Valdemiro Moreira comerciante Minuto: 1:38</p>	
<p>SDI 04 – Nerivaldo de Jesus comerciante Minuto: 2:03</p>	

<p>SDI 05 - José Antônio comerciante Minuto: 5:09</p>	
<p>SDI 06 - Centro de Abastecimento Minuto: 5:00</p>	
<p>SDI 07 - Repórter Beto Souza Minuto: 1:14</p>	
<p>SDI 08 - Vaqueiro Joaquim Santos Minuto: 0:35</p>	
<p>SDI 09 - Vaqueiro Celso Vitório Minuto: 1:10</p>	
<p>SDI 10 – Vendedor Jailson Gomes Minuto: 1:47</p>	

SDI 11 – Comerciante Helder Alves
Minuto: 1:59



SDI 12 – Senador Otto Alencar
Minuto: 2:08



SDI 13 – Veterinário Fabrício
Minuto: 2:44



SDI 14 – Locutor Feinho
Minuto: 2:54



SDI 15 – Repórter Joaquim Neto
Minuto: 3:09



SDI 16 – Público vaquejada

Minuto: 3:16

**SDI 17 – Valeu boi**

Minuto: 3:52

**SDI 18 – O sanfoneiro nordestino/sertanejo**

Minuto: 0:44

**SDI 19 – O chapéu de couro**

Minuto: 0:23

**SDI 20 – Dono de restaurante Joel Lima**

Minuto: 0:55



<p>SDI 21 – Restaurante com cadeiras plásticas Minuto: 3:11</p>	
<p>SDI 22 – Repórter Bruna Evangelho Minuto: 0:08</p>	
<p>SDI 23 – Preparo da carne de bode Minuto: 1:51</p>	
<p>SDI 24 – Criação de bode na Caatinga Minuto: 2:11</p>	

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Além disso, também foram analisadas sequências discursivas verbais (SDV), como os títulos dos vídeos e falas dos entrevistados, que compõem o *corpus* selecionado. Assim, retiramos, dos vídeos, alguns enunciados representativos para o objetivo da nossa pesquisa. A seguir, elencamos as sequências discursivas verbais que foram analisadas:

Quadro 3 – Constituição das sequências discursivas verbais (SDV).

SDV	ENUNCIADO
SDV 01 - Título do vídeo	Campo do Gado de Feira de Santana

SDV 02 - Fala de Aurino Filho representante da ADAB Minuto: 2:53	“animais vendidos para o abate onde são transformados em carne de charque”
SDV 03 - Título do vídeo	Nos bastidores da vaquejada
SDV 04 - Fala do vendedor Jailson Gomes Minuto: 1:52	“todo mundo me ajuda, porque eu sou um cara trabalhador, direito e digno do meu trabalho”
SDV 05 - Fala do comerciante Helder Alves Minuto: 1:58	“dobra o quadro de funcionários na época da vaquejada”
SDV 06 - Fala do senador Otto Alencar Minuto: 2:14	“eu não podia deixar um milhão de pessoas que vivem da vaquejada desempregadas”
SDV 07 - Fala do veterinário Fabrício Queiroz Minuto: 2:42	“tudo que estamos fazendo é para melhorar o bem-estar do equino, do bovino e também para os profissionais que estão correndo”
SDV 08 - Fala do locutor Feinho Minuto: 3:02	“passar a emoção da carreira do boi”
SDV 09 - Fala do repórter Joaquim Neto Minuto: 3:04	“Considerada como uma prática desportiva e cultural, a vaquejada, além de ser um esporte, é também a festa mais tradicional do povo nordestino.”
SDV 10 - Título do vídeo	Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro
SDV 11 - Fala de Neném do Acordeon Minuto: 2:31	“Se não gostar de Luiz Gonzaga, não vai ser um bom sanfoneiro.”
SDV 12 - Título do vídeo	Sabores de Feira: Carne de bode
SDV 13 - Fala do dono de restaurante Joel Lima Minuto: 2:23	“tem o bode da Caatinga e tem o bode de semiconfinamento. O bode da Caatinga dá mais cheiro de bode mesmo. E o bode criado em semiconfinamento, ele não dá muito cheiro de carne de bode. É uma carne mais molinha, enquanto o bode da Caatinga tem uma carne mais dura.”
SDV 14 - Fala da repórter Bruna Evangelho Minuto: 0:15	“que tal se deliciar com um bom bode na brasa?”
SDV 15 - Fala do consumidor José de Oliveira Minuto: 3:23	“a carne de bode é uma carne saudável, é uma carne maravilhosa, muito boa”

Fonte: elaborado pela autora (2025).

Como já selecionamos o *corpus* da pesquisa, elencamos as sequências discursivas

imagéticas (SDI) e as sequências discursivas verbais (SDV), seguimos para as análises dos discursos. Como já dito anteriormente, o discurso é o nosso objeto de pesquisa, pois, para a AD, não há outro objeto que não seja o próprio discurso. Após concluirmos as etapas metodológicas citadas, partimos, então, para as práticas interpretativas. Trouxemos, no capítulo que segue, alguns dos nossos gestos de interpretação sobre a representação do sujeito nordestino/sertanejo na mídia da TV Olhos D'Água, analisando os discursos que se apresentam através das imagens e enunciados.

5 ANÁLISE DOS DADOS: O NORDESTINO/SERTANEJO NAS IMAGENS DA TV OLHOS D'ÁGUA

As materialidades produzidas pela mídia, como os vídeos, carregam sentidos e, dessa forma, podem ser objetos de análise. Nesse sentido, seguimos a indicação de Orlandi (2015, p. 15), para quem “a materialidade específica da ideologia é o discurso”, de modo que a nossa investigação buscou observar, prioritariamente, o modo como a ideologia se manifesta nos discursos selecionados, tomando-os como espaços privilegiados de produção e circulação de sentidos.

Além disso, apoiamo-nos na concepção da AD que entende o discurso como “efeito de sentidos entre locutores” (Orlandi, 2015, p. 20). Essa perspectiva nos orientou a interpretar o discurso como algo inacabado, em constante movimento, marcado por sua historicidade e por sua dimensão ideológica. Dessa forma, o discurso é visto dentro de um processo dinâmico de construção de sentidos, sempre aberto a novas interpretações e a deslocamentos.

Nos tópicos a seguir, elencamos as análises que realizamos sobre quatro vídeos da TV Olhos D'Água. Esses vídeos têm em comum a característica de apresentarem parte da cultura nordestina/sertaneja para o público de inscritos da TVOD no YouTube. Buscamos analisar, nos vídeos, elementos da representação e da identidade sertaneja, de forma a compreender como essa mídia participa no processo de produção e reprodução de sentidos sobre o sertão.

5.1 VÍDEO 1: CAMPO DO GADO DE FEIRA DE SANTANA

O vídeo *Campo do Gado de Feira de Santana*, produzido pela TVOD, em 2012, possui mais de 1.6 milhões de visualizações e é o segundo vídeo mais assistido do canal. Trata-se de uma matéria jornalística sobre o Campo de Gado da cidade onde são comercializados animais equinos e muares. A matéria aborda, também, a comercialização da carne destes animais nas feiras livres e no Centro de Abastecimento de Feira de Santana.

Para a AD, o sentido não ocorre por um efeito de transparência, mas pela opacidade que o constitui. Deste modo, podemos observar discursos que produzem sentidos sobre o sertão, seus sujeitos e suas práticas no vídeo analisado. Esses sentidos são influenciados pelas formações discursivas e ideológicas em que os sujeitos e instituições estão inseridos. Enquanto materialidade que traz cargas identitárias e representativas de um sertão imagético e discursivo, o vídeo sobre o Campo do Gado de Feira de Santana (SDV 01) pode chegar a muitos sujeitos, pela Internet, interessados em um tema em comum que, neste caso, diz respeito à

comercialização de animais no sertão.

A análise discursiva do vídeo permite observar como alguns sentidos sobre o sertão estão ideologicamente em destaque. O sertão não é apenas um espaço geográfico, é também um espaço discursivo, imagético, atravessado por ideologias, por práticas culturais e por relações hierárquicas. Os sujeitos que ali falam, os corpos que ali circulam, os saberes que ali se legitimam, tudo isso compõe uma rede de sentidos, uma memória histórica e social sobre o sertão.

Ao realizarmos nossas análises, inicialmente, observamos que a constituição dos sujeitos no vídeo é marcada por uma predominância masculina. São homens que falam, que explicam, que negociam, que opinam. Essa presença majoritária revela uma formação discursiva que associa o saber e a autoridade no espaço sertanejo ao homem. Como aponta Orlandi (2007), o que não está dito, ou o que não é mostrado, significa também no discurso, “o silêncio não é mero complemento de linguagem. Ele tem significância própria” (Orlandi, 2007, p. 23). A mulher sertaneja, embora presente no cotidiano das feiras e das lidas com os animais, não aparece como produtora de saber ou como interlocutora legítima no vídeo analisado. As mulheres estão ausentes, o que nos leva a observação de que falar de sertão é ao mesmo tempo não falar das mulheres sertanejas.

Figura 4 - SDI 01: Campo do Gado



Fonte: YouTube (2025).

Isso não quer dizer, necessariamente, que a TVOD excluiu, de forma deliberada, as falas femininas, mas que existe uma estrutura social e material, marcadamente patriarcal, que influenciou, ao longo da história, a constituição dos lugares das mulheres ligados a espaços subalternos e de pouca representatividade. Assim, o repórter, ao buscar fontes para a matéria, depara-se com homens comerciantes, tratadores de animais, veterinários que têm suas imagens

e suas falas legitimadas também através do discurso das mídias.

A identidade sertaneja apresentada no vídeo é marcada por elementos simbólicos que remetem ao saber tradicional, à rusticidade e à simplicidade. Os animais, cavalos, jegues, mulas e burros, são também protagonistas nas imagens, compondo um cenário que remete ao trabalho, ao transporte rudimentar e à cultura do sertão que tanto utiliza esses animais no cotidiano da vida no campo. Esses elementos significam, produzem sentidos sobre o que é ser sertanejo, sobre como é viver e trabalhar no sertão. Como aponta Orlandi (2015, p. 71) “o discurso não tem como função constituir a representação de uma realidade. No entanto, ele funciona de modo a assegurar a permanência de uma certa representação”.

O espaço físico do Campo do Gado (SDI 01), enquanto cenário de fundo, em parte do vídeo, apresenta-se através de um aspecto funcional e rústico. Compõem o cenário estruturas simples, chão batido, cercas de madeira. A materialidade do espaço também é discursiva, pois constrói sentidos sobre o sertão como lugar de trabalho, de resistência e de rusticidade. Ao focar em parte do sertão, como o Campo de gado, cria-se um efeito de sentido de que toda a região sertaneja, conforme retratada no vídeo, tem essas características. Assim, a imagem, constituída ideologicamente, constrói um efeito de evidência do sentido: no sertão só pode ter chão batido, cercas de madeira, animais como cavalos, jegues, mulas e burros. O efeito de evidência se dá a partir da homogeneização do sentido, como se ele não pudesse ser outro, como se não houvesse furo na ideologia. O mesmo ocorre com a representação majoritária de homens na imagem. Essa representação gera um efeito de apagamento e silenciamento das mulheres sertanejas que não são representadas na materialidade em análise SDI01. O fato de não aparecerem gera um efeito de homogeneidade, como se apenas os homens fossem os trabalhadores e contribuíssem para a economia da região.

A exposição de carnes no Centro de Abastecimento (SDI 06), em bancas e ganchos, reforça essa ambivalência entre a riqueza da tradição sertaneja e a sua simplicidade estrutural. Através dos fundamentos da AD, podemos perceber que o discurso, em sua materialidade, não está presente apenas nas palavras, também perpassa as imagens, os corpos, os silêncios, os espaços físicos. Assim, ao observarmos os corpos ali representados, colocados lado a lado, vemos um determinado modo de ser sertanejo, nordestino: o uso do chapéu de couro e de calça jeans. O chapéu é um elemento de sentido que se repete na imagem, criando um efeito parafrástico de homogeneidade (como se todo sertanejo/ nordestino tivesse que usar chapéu de couro para se constituir como tal).

A comercialização de carnes, inclusive de carne de cavalo para produção de charque, é tratada com naturalidade no vídeo, e está ancorada no funcionamento da ideologia que constitui

o sentido sobre o sertanejo, a partir de um efeito de obviedade: a ideologia faz circular o sentido de que é óbvio que um sertanejo nordestino vai comercializar a carne de cavalo para produção de charque. Essa prática, embora possa causar estranhamento em outros contextos, é legitimada através das falas e das imagens de especialistas. Percebemos, assim, que o discurso sobre o consumo e o comércio de carne equina carrega saberes tradicionais legitimados pelo discurso especializado, reforçando práticas culturais que perduram ao longo do tempo e vão contribuir para uma memória discursiva sobre o sertão, sobre o sujeito sertanejo. Concordando com Mالدیدier, Normand e Robin (2014, p. 86) entendemos a “noção de discurso como uma prática, resultante de um conjunto de determinações reguladas em um momento dado por um feixe complexo de relações com outras práticas, discursivas e não discursivas”.

Figura 5 – SDI 02: Aurino Filho ADAB



Fonte: YouTube (2025).

A presença de profissionais da ADAB Agência Estadual de Defesa Agropecuária da Bahia (SDI 02), responsável pela fiscalização da agropecuária no Estado, introduz um discurso técnico-científico que valida as práticas locais. O saber empírico dos comerciantes e do público local é legitimado quando reconhecido pelo saber institucionalizado. Essa relação entre o discurso tido como “popular” e aquele que é reconhecido como “técnico” marca uma hierarquia discursiva, em que o conhecimento científico aparece como avalizador das práticas tradicionais. Essa dinâmica revela como os discursos científicos se articulam com os discursos populares, muitas vezes subordinando-os ou reconfigurando seus sentidos. A fala do representante da ADAB, Aurino Filho, reforça a legalidade deste tipo de comercialização (SDV 02): “animais que são vendidos para o abate onde são transformados em carne de charque”.

Os corpos que aparecem no vídeo também são atravessados por discursos (SDI 03, SDI 04 e SDI 05). Os entrevistados são homens de pele marcada pelo sol, roupas simples, gestos

firmes, corpos submetidos ao trabalho rural. Como pano de fundo nas imagens, circulam outros sujeitos anônimos, também majoritariamente homens, reforçando a masculinização do espaço. Os corpos femininos estão ausentes ou invisibilizados, o que reforça o apagamento simbólico da mulher sertaneja. Esses corpos não são apenas biológicos, são corpos discursivos, que significam, que produzem sentidos sobre o que é ser sertanejo. Como aponta Courtine (2023, p. 138), “corpo e linguagem são indissociáveis: tal como o verbo, o corpo é expressão subjetiva, relação social de comunicação”.

Figura 6 – SDI 03: Valdemiro Moreira comerciante



Fonte: YouTube (2025).

Figura 7 – SDI 04: Nerivaldo de Jesus comerciante



Fonte: YouTube (2025).

O Campo do Gado é apresentado como espaço de trocas econômicas e culturais, onde o saber empírico se entrelaça com o saber técnico. Os discursos que circulam nesse espaço constroem sentidos sobre o sertão como lugar de resistência, de tradição e de saber. Revelam também exclusões, silenciamentos e hierarquias entre os discursos. Na composição da memória discursiva, ao longo da história, os sentidos são produzidos, disputados e alguns tendem a se

consolidar mais do que outros. Este fato nos leva a crer que alguns sentidos vão se “cristalizando” ao longo do tempo. Não quer dizer que eles não estejam em disputa, mas que já carregam componentes ideológicos mais consolidados socialmente e que ajudam, muitas vezes, a validar representações sociais e identidades ligadas a estes discursos.

A análise discursiva do vídeo também permite observar como o espaço do comércio de rua é constituído como lugar de memória e de identidade. Os sujeitos que ali circulam estão realizando atividades comerciais, ao mesmo tempo que atualizam práticas culturais que atravessam gerações. O comércio realizado, tanto no Campo do Gado quanto no Centro de Abastecimento, se constitui como um espaço de resistência simbólica, onde o sertão se afirma como território de saberes, de trocas e de pertencimento. Na SDI 05, colocada a seguir, é possível ver um comerciante em destaque sendo entrevistado. O fato dele ser colocado em destaque é constitutivo da ideia de comércio como representação da cultura nordestina/sertaneja, fazendo circular o sentido de que tal atividade constitui a região de modo específico.

Figura 8 – SDI 05: José Antônio comerciante



Fonte: YouTube (2025).

Em nosso trabalho de pesquisa, buscamos observar a representação do sujeito nordestino/sertanejo a partir de três aspectos fundamentais: o da intericonicidade, o do discurso das imagens e o do discurso das mídias. Esses elementos se articulam para embasar nossas análises a respeito da produção de sentidos sobre o sertão e seus sujeitos, reforçando como as imagens participam da construção de representações e identidades.

A intericonicidade refere-se à relação entre essas imagens que circulam em diferentes espaços e tempos, compondo uma rede de sentidos ligados a uma memória que também é visual. No vídeo, a intericonicidade se manifesta na forma como os elementos visuais presentes nas

imagens (como os animais muares, o chão batido, as bancas de carne, os corpos marcados pelo sol) podem remeter a outras tantas imagens sobre o sertão. São elementos que carregam uma memória visual, já que foram vistos anteriormente também em novelas, reportagens, fotografias e filmes. Milanez (2019) amplia este entendimento, sobre a memória das imagens, e acrescenta que existe também uma memória do que se ouve, ligada ao que se vê, compondo uma materialidade que ele denomina de “audiovisualidades”, já que “fazemos parte de uma rede de memória das falas pronunciadas, ouvidas, das imagens vistas e imaginadas”. (Milanez 2019, p. 53). Assim, há a repetição de elementos que retomam a atividade comercial, como a representação imagética colocada a seguir. Constituindo uma memória histórica sobre a região representada: é a região do comércio de rua, das feiras livres, dos saberes populares.

Figura 9 – SDI 06: Centro de Abastecimento



Fonte: YouTube (2025).

As imagens, além de ilustrarem o que é dito, produzem sentidos próprios, que muitas vezes estão em tensão e em disputa no campo discursivo. Por isso, a importância de um olhar atento do analista do discurso para as imagens. A câmera capta imagens do local, percorre o espaço da feira, foca nos animais, nos comerciantes, nas carnes expostas, nos gestos e nos olhares. Esses enquadramentos constroem uma narrativa visual sobre o sertão, que não ocorre de maneira aleatória, pois a construção discursiva é sempre atravessada por componentes ideológicos. Assim, o olhar da câmera naturaliza o sentido de sertão a partir do foco na feira, no comércio e na representação dos homens sertanejos.

A mídia, ao produzir e difundir uma matéria jornalística, seleciona o que mostrar, como mostrar e a quem mostrar. Os vídeos são produzidos através de uma edição de imagens, sons e textos. Essa seleção é composta por “escolhas”, por construções ideológicas que conformam uma imagem do sertão para o público. O vídeo que analisamos, ainda que valorize a cultura

sertaneja, acaba por reproduzir alguns estereótipos como o do sujeito sertanejo rústico e trabalhador, na lida com os animais do campo. Reforça, também, a imagem do sertão como espaço árido e hostil. Traz o comércio de carne de equinos como prática “exótica” da cultura sertaneja. O sertanejo aparece como homem forte, ligado ao espaço rural, de saberes práticos e sem muito estudo. Essa imagem, que é repetida, reforçada, tende a ser “cristalizada” ao longo do tempo e ampliada através dos recursos midiáticos. A reprodução desses discursos sobre o sertão pode acarretar o silenciamento de outras possibilidades de apresentar os sujeitos sertanejos.

Figura 10 – SDI 07: Repórter Beto Souza



Fonte: YouTube (2025).

A mídia, representada pela imagem do repórter na cena (SDI 07), ao construir narrativas, participa da produção e reprodução de sentidos. Escolhe os enquadramentos, os cortes, os sons, os depoimentos. O vídeo mostra o sertão como ele pode ser representado dentro de uma lógica midiática, que busca, além de informar, trazer um efeito de veracidade. Como aponta a AD, as condições de produção são constitutivas do dis

curso, e, no caso da mídia, essas condições envolvem interesses institucionais, culturais, políticos. Assim, como indica Orlandi (2023, p. 133) a “análise do discurso procura estabelecer esta relação de forma mais imanente, considerando as condições de produção (exterioridade, processo histórico-social) como constitutivas do discurso”. Destaca-se, ainda, nesta imagem, um outro corpo: o do jornalista que, se diferencia do corpo dos sertanejos/nordestinos mostrados na SDI 01, por exemplo. Este corpo do repórter, que segura o microfone, não traz o chapéu de couro como elemento simbólico de constituição, nem está ligado a uma atmosfera rústica de trabalho e comércio. Esse corpo é atravessado pelas relações de poder que são, desde sempre ideológicas.

A intericonicidade, nesse contexto, funciona como um dispositivo de reforço simbólico. As imagens do vídeo remetem a outras imagens que circulam em diferentes formatos (fotografias, novelas, reportagens, filmes), que são acessadas pelos sujeitos e que constroem uma memória visual do sertão. Essa memória é também uma forma de organização dos sentidos. Ao repetir algumas imagens (os muares, o chão batido, homens de chapéu), o vídeo traz elementos que consolidam o sertão em determinadas posições simbólicas.

Pelas análises realizadas, pudemos observar a relação que existe entre as imagens do sertão, dos seus sujeitos e de algumas práticas culturais deste território. O comércio de animais, de carnes, a lida com o trabalho em um ambiente rural são elementos relevantes e presentes nos discursos do vídeo analisado. O sujeito nordestino/sertanejo é apresentado, no vídeo, prioritariamente, através de sentidos de masculinidade, de rusticidade e de saber tradicional. A imagem do sujeito sertanejo está fortemente associada aquele que cria e comercializa animais seja para o abate, seja para auxiliar no trabalho do campo. Trata-se do reforço de uma reprodução discursiva e imagética, já bastante disseminada pela mídia, que associa o sujeito nordestino/sertanejo, homem, ao trabalho e vida no ambiente rural de cidades do interior.

5.2 VÍDEO 2: NOS BASTIDORES DA VAQUEJADA

O vídeo *Nos bastidores da vaquejada* foi veiculado pela TV Olhos D'Água no ano de 2017 e apresenta uma matéria jornalística sobre os bastidores da Vaquejada de Serrinha. A matéria encontra-se entre os vídeos mais assistidos do canal da TVOD no YouTube, com mais de 170 mil visualizações até o ano de 2025, e aborda a vaquejada como uma atividade cultural e esportiva que movimenta a economia local. Chegamos agora à reflexão sobre a imagem do nordestino/sertanejo nessa mídia, e no caso da nossa análise, mas especificamente, de como os sujeitos são apresentados no vídeo selecionado.

A imagem do nordestino/sertanejo é frequentemente associada à ideia de resistência e de preservação das raízes culturais brasileiras. Imagens que apresentam homens e mulheres fortes, resilientes na lida com um espaço árido e hostil. “Estes Nordeste, construídos pelo avesso, ficam presos, no entanto, aos mesmos temas, imagens e enunciados consagrados e cristalizados pelos discursos tradicionalistas” (Albuquerque Jr. 2011, p. 47).

A imagem do vaqueiro nordestino na mídia, também, frequentemente, o associa a uma figura de resistência, bravura e tradição, na lida com o gado no sertão árido. Essa imagem, no entanto, não é fixa, ela é atravessada por discursos que ora o romantizam como herói regional, ora o reduzem a um estereótipo de atraso, de rusticidade. Para a AD, essas representações do

vaqueiro dialogam com os já-ditos, ou seja, com sentidos historicamente construídos e que reproduzem ideologias dominantes sobre o sertão nordestino. Conforme explica Moreira (2018, p. 39) “o boi foi o elemento simbólico que forjou as identidades sertanejas tradicionais” e complementa:

No sertão nordestino, o vaqueiro personificou essas relações, incorporando no corpo e na alma os traços característicos do trabalho de pastoreio. Para Schistek (2013), essa figura foi a força de trabalho que consolidou o monopólio da terra, representando o dono da fazenda, subjugando os indígenas e trabalhadores ainda mais pobres. (Moreira, 2018, p. 40).

Para realizar a análise da materialidade audiovisual escolhida, selecionamos cenas que se destacam na construção dos modos de representação do sujeito nordestino/sertanejo. O vídeo *Nos bastidores da vaquejada*, produzido pela TV Olhos D’Água, foi segmentado para destacar visualmente os elementos discursivos mais relevantes, permitindo uma leitura mais detalhada das representações mobilizadas.

A seguir, destacamos imagens, que compõem parte do *corpus* da nossa pesquisa, e através das quais analisamos os discursos, buscando compreender os aspectos ideológicos que permearam a produção de sentidos nessa mídia sobre ser nordestino/sertanejo.

Figura 11 – SDI 08: Vaqueiro Joaquim Santos



Fonte: YouTube (2025).

Figura 12 – SDI 09: Vaqueiro Celso Vitório



Fonte: YouTube (2025).

Nas sequências (SDI 08 e SDI 09), estão representados os dois vaqueiros que são entrevistados na matéria jornalística. Na primeira imagem, temos o vaqueiro Joaquim Santos, vestindo camisa polo azul e boné também azul com detalhes em laranja. Tanto no boné quanto na camisa estão bordadas as logomarcas do Grupo Curral, o qual ele representa na competição. No pescoço é possível observar que usa um terço marrom como colar. O vaqueiro Joaquim é um homem alto, de pele clara, cabelos pretos curtos, de olhos castanhos e sem barba. O ambiente em que ele é entrevistado tem ao fundo caminhões abertos com as laterais em lona, formando uma área coberta, com alguns cavalos ao fundo. Neste local, o vaqueiro está em pé concedendo a entrevista.

Na segunda imagem, temos o vaqueiro Celso Vitório. Ele está vestindo uma camisa polo verde e um capacete na cor preta. Na camisa estão impressas algumas logomarcas em forma de siglas e ele informa estar representando o Grupo Parque das Palmeiras na competição. No pescoço, é possível verificar que há um terço marrom usado como colar. O vaqueiro Celso é um homem alto, de pele clara, cabelos pretos curtos, de olhos castanhos e sem barba. O ambiente em que ele é entrevistado tem ao fundo uma cerca de madeira com um cavalo marrom e branco. À frente desta cerca, ele concede a entrevista ao repórter.

Podemos perceber algumas semelhanças entre os dois vaqueiros entrevistados como o uso de camisa polo, do terço no pescoço e do porte físico como homens altos e fortes. Destacaremos, para a nossa análise, dois elementos discursivos nas imagens dos vaqueiros: a camisa polo e o terço.

Nos vídeos analisados, os vaqueiros entrevistados são apresentados como competidores e não utilizam em suas vestimentas os elementos tradicionais em couro, comumente associados à figura clássica do vaqueiro nordestino. Há, então um deslizamento do sentido tradicional de vaqueiro: o uso do chapéu de couro está silenciado e dá lugar a uma outra relação: a de competidores. Nesta nova configuração, o que se repete são as camisas e o terço, indicando uma constituição imagética que constitui um certo sentido para os vaqueiros competidores. As imagens mostram personagens trajando roupas de algodão e coloridas, como camisas polo, peças amplamente usadas também no cotidiano urbano contemporâneo.

O terço marrom aparenta ser confeccionado em madeira, e está sendo utilizado como colar no pescoço dos dois vaqueiros. O uso do terço no pescoço pelos vaqueiros, nas competições de vaquejada, pode ser compreendido como um forte marcador simbólico de fé e identidade religiosa. Esse objeto, ligado à tradição católica, representa a devoção pessoal desses sujeitos e a busca por proteção divina diante dos riscos físicos da atividade. Em um espaço marcado pela força, resistência e imprevisibilidade, o terço funciona como objeto de fé, evocando a proteção de Deus e de Nossa Senhora, reafirmando o vínculo entre religiosidade popular e cultura sertaneja. Os corpos aí representados nessas imagens estão atravessados pelo discurso religioso cristão, uma vez que o terço é uma das representações do cristianismo.

A Igreja Católica foi a principal ferramenta de cultura desde a colonização, passando pela independência do país e chegando até a República Velha, no início do século XX. Esse modelo conservador foi a base da massificação da postura resignada da população sertaneja (Moreira, 2018, p. 73)

Nas imagens dos vaqueiros entrevistados, observa-se a permanência de uma representação ligada à fé, à força e à resistência, sentidos historicamente atribuídos aos sujeitos nordestinos/sertanejos. No entanto, diferentemente de construções anteriores, que ligam o vaqueiro à seca, não estão presentes elementos visuais que os associem diretamente ao ambiente árido do sertão. O discurso da bravura, diante dos desafios do campo se mantém, mas atualiza-se em novas formas de apresentação, especialmente nas vestimentas, que refletem influências contemporâneas. Ainda assim, a identidade do vaqueiro continua marcada por traços simbólicos que reforçam sua relação com o esforço físico e a dedicação à lida com o gado.

Além dos vaqueiros, são entrevistados outros personagens durante a matéria jornalística como comerciantes, vendedores de rua, locutores, organizadores do evento, além de um representante político, que traremos nas sequências imagéticas a seguir, dando continuidade às nossas análises sobre a imagem do sujeito nordestino/sertanejo no vídeo da TV Olhos D'Água.

Figura 13 – SDI 10: Vendedor Jailson Gomes



Fonte: YouTube (2025).

Figura 14 – SDI 11: Comerciante Helder Alves



Fonte: YouTube (2025).

As imagens das sequências (SDI 10 e SDI 11) representam dois comerciantes que são entrevistados na matéria jornalística, um vendedor ambulante e um comerciante de restaurante. As falas desses dois personagens compõem um discurso favorável à movimentação econômica que cresce na cidade de Serrinha na época da vaquejada.

Analisando as imagens, podemos verificar um homem pardo, de barba grisalha, óculos, chapéu de palha, com um cordão no pescoço que sustenta uma pequena cruz de madeira como

um colar. Este homem veste uma camisa de algodão nas cores branco e vermelho e tem um corpo gordo e de baixa estatura.

Na imagem seguinte, podemos verificar um homem pardo, de cabelos curtos pretos, sem barba. O Homem usa óculos preto e parece ter estrabismo nos olhos. Este homem não está usando nenhum acessório na cabeça como chapéus ou outros adornos no pescoço como colares. Veste uma camisa polo vermelha com detalhes em azul na gola e com a marca CK (Calvin Klein) bordada no peito.

O discurso da matéria jornalística apresenta o vendedor ambulante como um personagem essencial da cultura da vaquejada. Chapéus de palha, bonés personalizados, cintos e lembranças regionais (como itens em couro) são alguns dos itens ofertados pelo vendedor Jaílson Gomes, que carrega os objetos pendurados em uma estrutura de metal com rodas pela cidade em busca de compradores. Para o ambulante, a vaquejada representa uma oportunidade significativa de renda extra quando afirma que “todo mundo me ajuda, porque eu sou um cara trabalhador, direito e digno do meu trabalho” (SDV 04).

O comerciante Helder Alves, representa, na narrativa construída pela TV Olhos D'Água, o comerciante local, que também é afetado positivamente com a movimentação de pessoas durante os dias da festa. Quando o comerciante afirma “dobro o quadro de funcionários na época da vaquejada” (SDV 05) sua fala ajuda a compor um discurso favorável à vaquejada alinhado ao fator econômico.

Na matéria, temos também a imagem de uma importante representação política do Estado da Bahia à época, o senador Otto Alencar. A fala do senador configura uma expressa defesa política à manutenção da Vaquejada de Serrinha “eu não podia deixar um milhão de pessoas que vivem da Vaquejada desempregadas” (SDV 06).

Analisando a imagem (SDI 12), podemos perceber que o senador está sentado de cima de um cavalo pelas ruas da cidade, onde segue com um expressivo número de pessoas em cavalgada. Na imagem, selecionada para esta análise, podemos perceber um homem branco, sem barba, cabelos grisalhos curtos, usando um boné azul marinho com um emblema da Vaquejada de Serrinha em tons de dourado e marrom. Está usando uma camisa social de manga azul com abotoamento frontal, a camisa está dobrada nos punhos e ele usa um relógio de metal em um dos braços. O senador está com os braços para o alto, batendo palmas e sorrindo, interagindo com o público presente no local. A configuração do corpo do sujeito político é diferente das dos sujeitos apresentados como vaqueiros, comerciantes ou repórteres. O gesto de levantar a mão e interagir com o público faz parte de uma construção desse corpo do sujeito político, que precisa interagir com seus possíveis eleitores. O uso da camisa social também

mostra um atravessamento da estrutura de poder político e econômico sobre esse corpo. No entanto, o uso do chapéu cria um sentido de proximidade com o povo, como se não houvesse separação entre a estrutura de poder político e a estrutura de saber popular. A ideologia funciona, então, para constituir um sentido de proximidade, dentro da contradição dos corpos: o político e o popular.

Figura 15 – SDI 12: Senador Otto Alencar



Fonte: YouTube (2025).

O cenário de fundo mostra um ambiente rural, de cidade do interior, com muitas pessoas montadas em cavalos. Uma dessas pessoas é um homem à direita da imagem, que segura um quadro grande, contendo a foto de uma mulher jovem em preto em branco, com o nome Maria do Carmo escrito abaixo da foto, fazendo referência ao nome do Parque de Vaquejada da cidade, onde acontecem as competições (Parque Maria do Carmo). Nesse cartaz, aparece a imagem de uma mulher, apesar de estarem excluídas, pelo silêncio dos cliques das câmeras. No entanto, como a ideologia é um ritual com falhas, a mulher aparece no cartaz, fazendo balançar a memória discursiva na constituição dos sentidos.

A representação do homem político nordestino como homem branco de meia idade, com cabelos grisalhos está presente na mídia e em produções como novelas e filmes. Através de uma retomada à memória discursiva imagética, podemos associar a imagem do político, na matéria, a imagens que já vimos em outras produções. Em uma relação de intericonicidade, podemos retomar o discurso através da imagem do político, que simboliza, em algumas produções, o poder patriarcal, o clientelismo e o domínio sobre comunidades locais, especialmente em contextos rurais.

determinadas figuras cristalizadas na memória coletiva estão constantemente sendo recolocadas em circulação, permitindo os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos. Através desses retornos figurativos, a mídia cria representações que se tornam observáveis e tangíveis (Gregolin, 2003, p. 106).

Nas imagens abaixo (SDI 13 e SDI 14), temos representados profissionais da vaquejada que prestam serviços durante o evento como o veterinário e o locutor. O veterinário tem a função de verificar as condições dos animais que participam das competições e o locutor a função de narrar as atividades dos vaqueiros na corrida do boi e de animar o público.

Figura 16 – SDI 13: Veterinário Fabrício Queiroz



Fonte: YouTube (2025).

Figura 17 – SDI 14: Locutor Feinho



Fonte: YouTube (2025).

Na matéria, são apresentados alguns personagens que trabalham com a vaquejada. O discurso que fundamenta a narrativa é o de que o evento movimenta a economia da região e emprega pessoas para serviços em diversas áreas. Se estabelece uma forte relação entre a vaquejada e o trabalho, um discurso que defende a vaquejada como uma tradicional manifestação cultural do sertanejo e como importante festa para movimentação da economia das cidades do interior. Para dar conta da defesa desse discurso, são elencadas falas de vários personagens, e a maior parte gira em torno de como a vaquejada é importante para o sustento de muitos trabalhadores.

Na SDI 13, podemos observar o veterinário Fabrício Queiroz, um homem pardo, calvo, cabelos grisalhos, sem barba, vestindo uma camisa polo branca com detalhes em azul na gola e no bordado CK (Calvin Klein) no peito. O veterinário não utiliza chapéu nem adereços. Defende que na vaquejada os animais são bem cuidados e que estão sob a supervisão de veterinários “tudo que estamos fazendo é para melhorar o bem-estar do equino, do bovino e também para os profissionais que estão correndo” (SDV 07). A participação do veterinário na matéria jornalística contribui para legitimar as informações apresentadas, reforçando a confiabilidade do conteúdo. A fala do profissional funciona como um respaldo técnico, atribuindo maior autoridade e credibilidade ao discurso.

observações são relevantes para se entender o uso que se faz da imagem na TV. Trata-se de colocar em pauta alguns mecanismos enunciativos, presentes em certos programas de utilidade pública e documentários, cujo objetivo maior é o de produzir textos com valor de “verdade”. As imagens em ambos os casos têm um papel primordial de fundamentar toda uma discursividade que busca alcançar este efeito de veracidade. (Souza, 2001, p. 82).

Na SDI 14, temos a imagem do locutor, que narra as atividades dos vaqueiros que se apresentam na competição. O locutor Feinho é um homem pardo, cabelos pretos, olhos castanhos, de porte médio. Está usando uma camisa de algodão verde e um boné marrom. O cenário ao fundo na imagem, mostra o parque onde acontecem as competições, alguns homens montados em cavalos, uma grande arquibancada nas cores branco, amarelo e vermelho e uma frase escrita acima da arquibancada que diz: “Amigos vaqueiros sejam bem-vindos”. O locutor afirma que é uma grande emoção trabalhar com narração no evento e que ele gosta de “passar a emoção da carreira do boi” (SDV 08).

Seguindo com as análises, na sequência, temos a imagem do repórter Joaquim Neto (SDI 15), o jornalista que constrói a narrativa apresentada na matéria. O conjunto de personagens e de falas foram escolhidos na tentativa de construir um discurso favorável à

manutenção do evento da vaquejada. Como trouxemos anteriormente, o discurso da mídia está permeado por ideologia e não é transparente. “Funcionando como uma extensa rede de criação de símbolos que, por sua vez, alimentam o imaginário social, a mídia constitui verdadeiras comunidades de imaginação ou comunidades de sentido” (Gregolin, 2003, p. 97).

Figura 18 – SDI 15: Repórter Joaquim Neto



Fonte: YouTube (2025).

Na imagem, temos o repórter da TV Olhos D’Água, Joaquim Neto, um homem pardo, magro, cabelos pretos curtos, usando uma camisa de manga longa de botões, estampa xadrez em tons de azul, vermelho e branco. Ao fundo da imagem, temos alguns homens montados a cavalo em uma área aberta gramada. O repórter está segurando um microfone com as logomarcas da TVOD e da UEFS nas cores branco e preto. Em sua fala, o repórter defende que a Vaquejada é uma festa popular e tradicional (SDV 09): “Considerada como uma prática desportiva e cultural, a vaquejada, além de ser um esporte, é também a festa mais tradicional do povo nordestino” (SDV 09). Deste modo, o repórter utiliza-se do mecanismo da narratividade jornalística.

A narratividade, sob a perspectiva discursiva, pode ser compreendida pelo modo como as produções midiáticas constroem sentidos, organizando acontecimentos em uma estrutura narrativa que ativa memórias, posicionamentos ideológicos e formas de identificação. Ela não se restringe à simples sequência de fatos, é um processo simbólico em que a mídia seleciona, ordena e dá forma aos elementos que compõem uma narrativa, construindo enredos que fazem sentido para um determinado grupo, dentro de uma determinada formação discursiva. Cada escolha feita no processo de narrar (o que mostrar, o que calar, quem fala, quem é silenciado)

contribui para a construção de discursos que moldam a produção de sentidos. Assim, a narratividade funciona como uma estratégia discursiva bastante utilizada pela Televisão.

Embora o vídeo *Nos bastidores da vaquejada* exalte os aspectos culturais e sociais da festa, não há espaço para falas que questionem a prática ou que tragam preocupações com os maus-tratos de animais. Esse silêncio é significativo porque a vaquejada é tema de intensos embates na sociedade, também nas instâncias legislativas. Em 2016, por exemplo, foi aprovado o Projeto de Lei nº 6.298/2016, que buscava reconhecer a vaquejada como atividade cultural. No mesmo ano, a Lei nº 13.364/2016 elevou rodeios e vaquejadas à condição de manifestações culturais nacionais e patrimônio cultural imaterial. O assunto polêmico, precisou ser discutido e votado, para criação de Lei visando reger a prática. Enquanto alguns setores da sociedade defendem a vaquejada como tradição e fonte de renda, outros a criticam por entenderem que existem maus-tratos a animais, como na derrubada o boi por exemplo. Assim, a ausência de vozes dissonantes no vídeo evidencia uma narrativa alinhada ao discurso tradicionalista, deixando de lado a dimensão conflituosa que marca o tema na sociedade brasileira.

Partimos agora para a análise das duas últimas imagens selecionadas (SDI 16 e SDI 17), que apresentam o público nas arquibancadas da Vaquejada de Serrinha e a carreira do boi respectivamente.

O público presente nas arquibancadas é majoritariamente composto por homens negros e pardos. Há a presença de poucas mulheres entre o público da arquibancada. Pode-se perceber que a vestimenta mais comum é camisa polo com calça jeans e boné. Grande parte do público está usando algum tipo de chapéu seja de couro, de palha ou de tecido como os bonés. O público presente está sentado nas arquibancadas e muitas pessoas parecem estar atentas às apresentações e batendo palmas. Algumas pessoas estão em pé, mas a maioria está sentada assistindo à corrida do boi. Na imagem, também podemos perceber que há uma variação de idade entre os expectadores. Há homens mais velhos, adultos, jovens e crianças.

Figura 19 - SDI 16: Público vaquejada



Fonte: YouTube (2025).

Figura 20 – SDI 17: Valeu boi



Fonte: YouTube (2025).

Há também o registro da corrida do boi. Podemos ver dois vaqueiros montados a cavalo em plena ação, lado a lado, conduzindo o boi em direção à faixa de derrubada. A composição visual destaca a intensidade e a precisão do momento, com os corpos inclinados dos vaqueiros, o movimento coordenado dos cavalos e a poeira levantada pela corrida, que contribuem para construir uma cena de velocidade, esforço e destreza. Trata-se de uma imagem carregada de ação e que demonstra a técnica dos vaqueiros. Os corpos aí representados possuem uma narratividade própria da atividade que realizam. São corpos que precisam ser ágeis, atravessados por já-ditos do que é uma vaquejada em relação à corrida do boi. A ideologia da competitividade atravessa e recorta esses corpos, constituindo-os como objetos de sentido dentro das condições de produção da vaquejada.

Nesse contexto, os vaqueiros são representados como sujeitos de grande habilidade e resistência, figuras centrais em uma tradição que envolve domínio da técnica, do trabalho com o boi e da conexão com o trabalho no campo. A materialidade selecionada reforça o discurso da força e da coragem, elementos historicamente associados à figura do vaqueiro nordestino, mostrando que a tradição da lida com o boi permanece e que é um motivo para celebrar através das festas de vaquejada.

No conjunto das imagens analisadas, o nordestino/sertanejo é representado como sujeito marcado por discursos de força, destreza e tradição. O vaqueiro surge como protagonista no discurso da matéria, mas outros atores, como os comerciantes, ambulantes e os locutores da carreira do boi, também ocupam posições discursivas relevantes, reforçando a ideia de que a vaquejada é não apenas um evento desportivo, mas um espaço de grande valor econômico, que movimentava o comércio e a circulação de pessoas nas cidades do interior.

A fala do veterinário (SDV 07), que apresentamos anteriormente, sobre a prática segura da vaquejada, desempenha o papel específico de dar credibilidade à matéria jornalística. Sua presença no vídeo legitima os cuidados com os animais e confere veracidade à narrativa, funcionando como um operador discursivo que estabiliza sentidos ligados à responsabilidade e à ética nas competições. O cuidado com os animais é tema de grandes embates ideológicos entre aqueles que são a favor e contra a prática da vaquejada. Na matéria, fica perceptível que há uma construção de sentidos que apontam para o cuidado com os animais, como forma de defender o discurso de que a vaquejada é uma prática segura e sem maus-tratos.

O vídeo *Nos bastidores da vaquejada* apresenta uma narrativa centrada na valorização da festa como expressão cultural e econômica, mas não abre espaço para a polêmica que envolve o tema amplamente debatido na sociedade. Questões relacionadas aos maus-tratos com os animais e discursos contrários à prática não aparecem no vídeo, estão silenciados, o que evidencia uma ausência de contrapontos discursivos. Predomina, assim, uma ideologia tradicionalista que reforça o discurso do caráter festivo do evento, a tradição e o potencial econômico, deixando de apresentar falas contrárias ou críticas sobre o tema.

Na cena que retrata o representante político, montado a cavalo, em meio ao povo, durante uma cavalgada, constrói-se uma imagem que o insere estrategicamente como homem que valoriza as tradições sertanejas, há um trabalho ideológico que atravessa os corpos diferentemente: o político e os não políticos. Esse enquadramento simbólico posiciona o político como alguém que compartilha das mesmas práticas culturais do povo, buscando alinhar-se aos valores da vaquejada e aos sentidos que a envolvem. A cena produz sentidos de pertencimento, legitimidade e autoridade simbólica, associando sua figura à defesa política da

vaquejada, como prática desportiva, como patrimônio sertanejo e mobilizadora do desenvolvimento econômico regional. Ao montar o cavalo e integrar-se à cavalgada, o político assume visualmente a posição de defensor da tradição, articulando um discurso que busca reforçar vínculos com a comunidade e o valor cultural da vaquejada como ferramenta de representação política.

Ainda em relação aos silêncios no discurso, percebemos a ausência de vozes femininas. A invisibilidade das mulheres nas imagens gera um efeito discursivo de silenciamento. O vídeo não apresenta falas de mulheres, tampouco as coloca em posições centrais, o que contribui para a construção de um ambiente discursivo marcado por tradições masculinas e pela predominância do olhar patriarcal. Essa exclusão sinaliza que, mesmo diante da diversidade de trabalhadores envolvidos no evento, o espaço simbólico da vaquejada continua sendo representado como essencialmente masculino, reproduzindo sentidos conservadores que reforçam a ideia de que o protagonismo é reservado aos homens.

Na matéria jornalística analisada, pudemos observar que se construiu discursivamente a valorização da figura do homem do campo, representado como sujeito nordestino/sertanejo profundamente ligado ao trabalho, à dignidade, à coragem e à preservação das tradições. O vaqueiro apareceu como personagem central da narrativa, enaltecido por sua força, dedicação e pelo seu vínculo com a terra e com a lida do gado. Em vez de recorrer às representações históricas ligadas à seca ou ao sofrimento, o discurso mobilizado pela matéria trouxe uma visão otimista, centrada no potencial de desenvolvimento econômico que a vaquejada pode significar para cidades do interior. Ao destacar práticas como a lida com o boi e a movimentação comercial promovida pelo evento, a matéria elencou sentidos que reforçaram a identidade sertaneja como pilar cultural e econômico, promovendo uma defesa simbólica da tradição também como elemento de desenvolvimento social.

5.3 VÍDEO 3: NENÉM DO ACORDEON REVELA OS SEGREDOS DE UM BOM SANFONEIRO

O vídeo ora selecionado, intitulado “Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro” (SDV 10), faz parte do arquivo de vídeos da TV Olhos D’Água em seu canal no YouTube. Publicado em 2013, apresenta uma entrevista com o sanfoneiro Neném do Acordeon que falou sobre a sua carreira, sobre os segredos para ser um bom sanfoneiro e sobre a expectativa para o VI Festival de Sanfoneiros de Feira de Santana que aconteceria naquele mesmo ano.

Para a A.D. o sentido é construído, experienciado enquanto os sujeitos atuam em interlocução. Segundo Brandão (2012, p. 109) o sentido “deve ser referido às condições de produção (contexto histórico-social, interlocutores...) do discurso” e a imagem, quando pensada sob o viés da AD, é considerada como materialidade discursiva, não apenas um elemento suplementar ao texto, mas uma materialidade de discurso, com um todo de sentido. Elemento que produz, desloca e retoma sentidos que se inscrevem na história.

Como elemento discursivo, a imagem dialoga com os já-ditos, indica posicionamentos ideológicos dos sujeitos e gera sentidos diversos. Portanto, cabe ao analista observá-la como elemento discursivo e não apenas como um ingrediente que, somado ao texto verbal, produz sentidos. A imagem produz sentidos porque, assim como a linguagem é dotada de incompletude.

Segundo Pêcheux (1999, p. 55) “a questão da imagem encontra assim a Análise de discurso por um outro viés: não mais a imagem legível na transparência, porque um discurso a atravessa e a constitui, mas a imagem opaca e muda, quer dizer, aquela da qual a memória “perdeu o trajeto de leitura”. Desse modo, o que interessa à Análise do Discurso não é a imagem transparente, com um sentido único, pois uma imagem, assim como uma palavra não tem um sentido absoluto que a atravessa, mas a imagem opaca, fluida de sentidos, que materializa ideologia.

Feitas essas primeiras observações, em relação à abordagem teórico-metodológica da AD, partimos agora para a análise das sequências discursivas imagéticas SDI 18 e SDI 19, que se referem aos minutos 0:44 e 0:23 do vídeo respectivamente. Conforme foi sinalizado, o referido vídeo foi escolhido pois apresentou um grande número de visualizações pelo público, totalizando mais de 84 mil visualizações até o período desta análise, no ano de 2025. A relevância diz respeito ao fato de que, como materialidade que circula em uma TV Universitária, o vídeo faz parte das práticas ideológicas da mídia, constituindo discursos, retomando memórias, representações sociais, identidades.

A materialidade escolhida para a esta análise traz uma entrevista com um sanfoneiro que vive em Feira de Santana, conhecido na cena cultural local, Neném do Acordeon é entrevistado pelo jornalista da TVOD Egberto Siqueira. A proposta do vídeo é de apresentar o Festival de Sanfoneiros de Feira de Santana, produzido pela UEFS, e trazer dicas de como ser um bom sanfoneiro, através da opinião e das vivências do músico entrevistado.

O vídeo apresenta o sujeito ocupando a posição de instrumentista homem, que usa o chapéu de couro, que toca sanfona e que faz referência ao artista Luiz Gonzaga. Esta construção entre imagem, som e texto, reforça uma das representações do nordestino/sertanejo que

compõem o discurso da mídia, como mantenedor das raízes da tradição do Brasil e da música popular, fazendo circular sentidos sobre o sujeito do sertão. Nos interessam, então, os discursos, os sentidos produzidos a partir dos enunciados verbais e não verbais apresentados pela TVOD.

A música de Gonzaga relata experiências relacionadas à saudade da terra de origem, ao sertão de afetos, ao cotidiano dos sujeitos, expõe questões históricas como a migração, as dificuldades enfrentadas com a seca e outras tantas temáticas. “A saudade de Gonzaga [...] canta a roça e o sertão das experiências cotidianas, de vivências das dificuldades do trabalho duro e da opressão, mas também lugar de farturas e ternuras, criadas como estratégia de sobrevivência em meio à hostilidade” (Moreira, 2018, p. 51). A seguir, colocamos a SDI 18 a ser analisada:

Figura 21 – SDI 18: O sanfoneiro nordestino/sertanejo



Fonte: YouTube (2025).

Na imagem (SDI 18), pode-se perceber um homem, sentado à esquerda, em um banco pequeno, com o instrumento sanfona sustentado por alças na parte frontal do seu corpo, o instrumento também está apoiado em suas pernas. Vestindo calça jeans, blusa listrada colorida, nas cores azul e roxo, chapéu de couro e um relógio preto, este homem está sendo entrevistado por um jornalista, também homem, sentado à direita da imagem. O repórter veste uma blusa social de manga longa na cor rosa, com as mangas dobradas no punho e calça jeans. Estão na cena, em primeiro plano, temos dois sujeitos em interlocução: um instrumentista e outro repórter. Em segundo plano, podem ser percebidos o cenário, com lojas de rua, que vendem artigos em couro, e outros “personagens” que compõem o ambiente, um outro homem que circula em frente às lojas de couro e um cachorro ao seu lado, aparentemente, de rua, sem raça

definida, na cor caramelo.

A imagem apresenta três importantes elementos discursivos: o sujeito, a sanfona e a indumentária de couro. Estes elementos configuram, no discurso midiático, uma representação comumente atribuída ao sujeito sanfoneiro na música, a representação da tradição. Percebe-se um reforço dessa imagem, já marcadamente presente na memória histórica, do sujeito sanfoneiro enquanto homem sertanejo que mantém a tradição da cultura popular regional. Na sequência imagética representa-se um corpo nordestino/sertanejo revestido de sentidos: o chapéu e a sanfona constituem esse sujeito na posição ocupada, fazendo ecoar os já-ditos sobre o que é ser sanfoneiro (no Nordeste e no sertão).

Atrás dos sujeitos (sanfoneiro e jornalista), destaca-se o cenário de um comércio de rua, com exposição de produtos em couro, fazendo remissão ao local em que o nordestino/sertanejo é comumente representado. A imagem do comércio de rua, traz à memória, através de um processo de intericonicidade, as feiras livres, espaços populares de comercialização, comuns nas cidades nordestinas do interior. As feiras, ao longo da história, não atendiam apenas a demandas do comércio, mas também foram palco para artistas, que se apresentavam para o público nestes locais. “as feiras foram os palcos e plateias dos trovadores, cantadores e “cirqueiros”” (Moreira, 2018, p. 56).

A TVOD, ao escolher o cenário do comércio de rua para a realização da entrevista, acaba por representar, na imagem, elementos da memória discursiva, que atrelam o sujeito do sertão às feiras livres e ao comércio popular. O sanfoneiro também guarda uma relação de memória com os artistas que se apresentavam nas feiras, que as tinham como palco e que nelas encontravam as suas plateias.

Consideramos, pela perspectiva da AD, que uma imagem sempre remete a outras imagens anteriores, que com ela se relacionam. Esta correlação pode acontecer de maneira inconsciente, pois o trabalho da memória é fluido. “o fato de as imagens se ligarem umas às outras se dá na medida em que elas fazem parte de um conjunto de pensamentos, portanto, de saberes, comuns a um grupo com o qual estamos em relação em um momento dado de nossa história” (Milanez, 2013, p. 351).

Assim, a imagem recortada do vídeo analisado, apresenta uma cena adaptada e produzida para o uso da televisão composta por um cenário do sertão. Dois sujeitos sentados, um no lugar de entrevistador e outro no de entrevistado. Alguém que faz as perguntas e alguém que as responde. O microfone também é elemento que identifica a posição de repórter na cena, o microfone reveste-se de sentido nas relações de poder, sobre quem faz as perguntas e quem as responde. Uma cena montada, pensada desde a luz ao enquadramento, para que a câmera

possa capturar a imagem que se planejou, escolhendo um fundo em tons de marrom, evidenciando o sertão através de suas cores marcadamente terrosas. O sertão da sanfona é também o sertão do couro e do comércio de rua, e eles se comunicam na cena, formam um todo de sentidos costurados pela memória.

A memória discursiva não está totalmente alojada em parte nenhuma, definitivamente. Pelo contrário, ela é um processo que se move dos arquivos para a mente humana e da mente para outros arquivos. É por meio dessa transferência inacabável, permanentemente mutante, que se constituem as várias memórias coletivas que circulam na sociedade (Barbosa, 2003, p. 116).

Na imagem há dois sujeitos e, entre eles, uma relação formal se estabelece. O discurso da televisão marca as posições dos sujeitos, de quem está autorizado a perguntar e a responder em uma determinada interlocução. Também, podemos identificar elementos do campo da formação discursiva, pois o que pode ser dito, não dito ou o que será silenciado, passa, inicialmente, pela condução das perguntas do repórter e, posteriormente, pela sua edição de texto, na construção final do produto como uma entrevista jornalística.

Como o vídeo se trata de uma entrevista editada, não sabemos ao certo quantos trechos foram suprimidos ou a ordem original da fala do entrevistado. O trabalho de edição é como o de organizar um quebra-cabeças, um trabalho de montagem de falas, imagens, sons, até que se complete o produto audiovisual. É o discurso moldado dentro de um formato estabelecido para a televisão.

As imagens estão sempre sujeitas às injunções de ordem jurídica e institucional que selecionam tudo aquilo que pode e não pode ser visto. Enfim, controlam a visibilidade e, a partir daí, enunciam discursos que fundam as imagens e a própria realidade [...] recursos de edição e de enquadre das imagens, usados frequentemente para sustentar esses discursos, emprestando-lhes um caráter de verdade (Souza, 2001, p. 86).

Outro elemento importante na constituição do sentido sobre o sujeito nordestino/sertanejo é o uso do chapéu. Símbolo da indumentária masculina até o século XVIII, já foi um item indispensável ao homem em sua vestimenta, contudo, o uso do chapéu foi sendo ressignificado ao longo do tempo e, atualmente, se restringe a determinadas regiões e atividades.

Figura 22 - SDI 19: O chapéu de couro



Fonte: YouTube (2025).

No caso do chapéu de couro, “Além de ligado ao ambiente rural, o chapéu de couro se refere a um aspecto específico e localizado deste mundo: a pecuária nordestina” (Morales, 2003, p. 268). No entanto, além de ligar-se à pecuária, o chapéu representa e simboliza, ideologicamente, a constituição do sujeito nordestino/sertanejo, sendo um objeto discursivo que carrega sentidos derivados da construção histórica desta posição-sujeito. O chapéu de couro retoma, na memória discursiva, imagens históricas associadas ao homem da roça, ao vaqueiro, ao cangaceiro, ao Lampião, ao Gonzagão.

Usado como símbolo do trabalhador nordestino/sertanejo que, diante das mazelas do seu trabalho, mostra-se forte, o chapéu figura como um elemento identitário, deslocando-se, da sua função inicial como acessório ou vestimenta, para constituir também a representação identitária do sujeito homem, trabalhador do sertão, resistente e valente. Assim: “O chapéu de couro, estando primariamente ligado ao sertão, atualiza o mote de que o “sertanejo é antes de tudo um forte”. Dessa forma, enquanto o paraíso remete ao nobre selvagem, o sertão porta a ideia do indivíduo forte, hígido” (Morales, 2003, p. 278).

Os elementos em couro se repetem na imagem (SDI 19), e, apesar de estarem ao fundo, aparecem de forma destacada compondo o cenário onde se localiza o sanfoneiro. A sanfona, neste enquadramento, quase não é vista, há aí o silêncio da sanfona na cena, o foco está no sujeito sertanejo e no cenário que ele ocupa para dar a entrevista. Do modo como está captada pelo olhar da câmera, a imagem do sujeito nordestino/sertanejo confunde-se com os objetos em couro que remetem ao ambiente rural, do campo. Silenciando, assim, elementos do urbano.

O chapéu de couro (de um modelo que se assemelha à indumentária do vaqueiro sertanejo), mais uma vez está presente na cabeça do entrevistado Neném do Acordeon, e, atrás

dele, também compondo o cenário. Este chapéu de vaqueiro está ao lado de muitos outros adornos produzidos em couro, que contribuem para a representação do homem nordestino/sertanejo, trabalhador rural, como já foi abordado aqui, constituindo-se como um elemento ideológico, no qual se inscrevem sentidos sobre o que é ser um homem do sertão.

O chapéu de couro, na cena, pode não ter sido utilizado de maneira intencional, mas constitui sentidos da mesma forma. Aliás, para a AD não importa a intenção de quem produz os discursos, mas os sentidos que se produzem a partir dos discursos. Este entendimento deriva do fato de a AD considerar a interpelação ideológica como moldadora das ações, ainda que isso aconteça de forma inconsciente. O que queremos dizer com este exemplo é que, mesmo que o sanfoneiro não tenha tido a intenção de usar o chapéu para configurar um sentido específico (ser do sertão, ser valente como um vaqueiro, ser um sanfoneiro como Gonzaga etc.), ao usá-lo, já existe ali um trabalho da memória discursiva.

Nunca saberemos, exatamente, através da imagem, qual foi a intenção do sanfoneiro ao usar aquele chapéu no dia da gravação. Por isso, para a AD, a análise deve se concentrar no discurso, sobre o que está posto em termos de imagem, de enunciado, uma análise que leve em consideração a materialidade discursiva que possa ser descrita e observável. No nosso exemplo, o chapéu de couro utilizado pelo sanfoneiro é similar ao dos vaqueiros sertanejos. Entendemos que, mesmo não tendo sido intencional o uso, isso não acontece de forma aleatória, pois há a presença do trabalho da ideologia, que constitui sujeitos e discursos ao longo da história. Um chapéu (imagem e objeto empírico) nunca será apenas um chapéu para a AD, mas um elemento simbólico dotado de sentidos e historicidade. A imagem, como um elemento de discurso, evoca sentidos que povoam as memórias históricas, assim o chapéu na cena é um objeto discursivo extremamente significativo, pois traz à tona representações sociais e marcas identitárias.

Do ponto de vista da análise do discurso, o que importa é destacar o modo de funcionamento da linguagem, sem esquecer que esse funcionamento não é integralmente linguístico, uma vez que dele fazem parte as condições de produção, que representam o mecanismo de situar os protagonistas e o objeto do discurso (Orlandi, 2023, p. 139).

Na SDI 18, a sanfona sai de cena, para mostrar o sujeito nordestino/sertanejo, assim representado: homem, mestiço, de cabelos curtos, usando um chapéu pequeno, de couro, na cor branca com detalhes em marrom. Nesta cena, o sujeito e sua vestimenta ganham destaque. A imagem explora o rosto do sujeito, apresenta os detalhes da cor de sua pele, os traços do seu rosto, seus cabelos e olhos. O corpo na AD também é um importante elemento discursivo como aponta Azevedo (2014, p. 326):

A produção discursiva de um objeto ideológico como o corpo, por exemplo, é politicamente sobredeterminada, ou seja, diante de uma ampla gama de sentidos possíveis para o corpo, posto que se trata de um objeto dividido, é a inscrição em uma ou outra formação discursiva que irá determinar seu sentido, que, todavia, jamais será completo.

A constituição histórica do sertão, marcada por migrações de diferentes povos e pela violenta política de colonização, resultou em uma população mestiça entre negros, indígenas e brancos (mouros, judeus e ciganos degredados da metrópole) como indica Moreira (2018, p. 39):

Estes degredados ocupam a região utilizando, principalmente, as mulheres indígenas como base de reprodução e povoamento (Boaventura, 1989); e os mais abastados, reproduzem relações de escravidão do povo negro, fazendo dos sertanejos um povo mestiço e a síntese da confluência forçada entre os rejeitados da colonização.

O corpo sertanejo na cena, de um sujeito homem mestiço, é um corpo que canta, que toca um instrumento, que está vestido com roupas coloridas e que em nada se assemelha ao corpo sofrido, magro, assolado pela seca, desamparado, migrante, em flagelos, conforme se construiu a imagem do corpo sertanejo em alguns discursos (regionalistas, naturalistas, nacionalistas, etc.). O corpo que se vê no vídeo da TVOD rompe com estes discursos e revela a polissemia que o corpo nordestino/sertanejo pode apresentar.

Ambas imagens (SDI 17 e SDI 18) apresentam o sanfoneiro que é, ao mesmo tempo, sujeito de interlocução e de produção de sentidos. No vídeo, há apenas um sujeito sanfoneiro, mas, esta imagem, pode representar muitos outros sujeitos, igualmente nordestinos e sertanejos, pois ela carrega consigo elementos culturais e identitários destes territórios.

As identidades ligadas aos sujeitos nordestinos/sertanejos, estão associadas a aspectos regionalistas, contudo também estão em transformação, diante das novas configurações econômicas e sociais que se apresentam no século XXI, com a globalização e com a ampliação do acesso às tecnologias da informação e da comunicação. “As inovações econômicas, políticas e culturais modificaram cenários e identidades secularmente construídos, como as figuras do vaqueiro, da rezadeira e do cangaceiro. [...] Mas, contrariando os prognósticos, a globalização não é o fim dos regionalismos. Nem os sertões permanecem intactos a ela.” (Moreira, 2018, p. 21).

Como explica Hall (2019, p. 44) “há uma tensão entre o “global” e o “local” na transformação das identidades”, pois a globalização também tem a característica da criação de

nichos e da especialização, explorando a diferenciação local. “Assim, ao invés de pensar no global como substituindo o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o “global” e o “local”.” (Hall, 2019, p. 45).

As imagens analisadas trazem sentidos que as vinculam ao discurso regionalista, com destaque aos elementos de couro na cena, ao cenário de comércio de rua que remonta às feiras-livres, contudo, também podemos observar a circulação de outros discursos que trazem o contemporâneo na cena, como a representação do corpo e da vestimenta do sanfoneiro (com blusa colorida, relógio e calça jeans). Percebe-se, nas imagens, que há uma confluência entre os “novos” e os “velhos” sertões, pois, no corpo sertanejo, ainda é possível encontrar um chapéu de couro de vaqueiro (símbolo de trabalho e bravura na lida com o boi nas propriedades rurais) que veste o sertanejo, também usando trajes em jeans (símbolo frequentemente associado à construção de identidades pós-modernas e estilos de vida contemporâneos).

Além da análise que realizamos sobre as imagens selecionadas, analisamos também enunciados destacados do vídeo, formando as sequências discursivas verbais (SDV 10 e SDV 11). A princípio, vamos retomar o enunciado do título do vídeo que é: “Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro” (SDV 10). No título em destaque, já há a ideia de que a argumentação gira em torno da temática de como ser um bom sanfoneiro. Mas no vídeo, não é qualquer sanfoneiro que é representado e sim, o sanfoneiro nordestino/sertanejo, ficando alguns sentidos em destaque, como por exemplo: ser sanfoneiro, ser nordestino e ser bom.

A sanfona, conhecida em outros estados do Brasil também como gaita e acordeon, tem sua origem na China, contudo, o desenvolvimento do acordeon moderno, modelo mais próximo do que conhecemos hoje, ocorreu na Europa e é desta forma que o instrumento chega ao Brasil, através da imigração alemã, por volta de 1840. “Inventado na primeira metade do século XIX na Europa, o acordeão chegou ao Nordeste brasileiro na virada do século, onde se popularizou no sertão, ganhando o carinhoso apelido de sanfona” (Trotta, 2012, p. 159).

O instrumento passa a ser um símbolo associado à região Nordeste e ao sertão brasileiro, objeto discursivo que se vincula à ideia de masculinidade, força e resistência. Segundo Trotta (2012, p. 161), uma associação recorrente na “construção do imaginário do sanfoneiro é sua resistência em “tocar a noite inteira”. Sendo a força física e a bravura atributos associados à própria identidade nordestina, o tocador animador de festas também deve ser possuidor de energia para aguentar a sanfona e segurar a festa. Sua resistência é um termômetro da qualidade do evento e de sua puxada de fole.”

Retomando o enunciado do título do vídeo, percebe-se que existe um modelo de bom sanfoneiro que é revelado, na entrevista da TVOD, pelo sujeito músico Neném do Acordeon.

Ao longo do vídeo, esse sujeito, na posição de sanfoneiro, conta um pouco da sua trajetória na música como instrumentista e quando perguntado, pelo repórter, sobre o segredo para ser um bom sanfoneiro, ele responde dizendo: “Se não gostar de Luiz Gonzaga, não vai ser um bom sanfoneiro” (SDV 11).

O bom sanfoneiro então, pelo discurso apresentado no vídeo, é um sujeito nordestino/sertanejo que reverencia o músico Luiz Gonzaga. A palavra sanfoneiro, remete ao Nordeste, pois é o lugar onde a palavra se origina e se consolida no vocabulário popular. Se fizermos um exercício com o uso da paráfrase, a palavra sanfoneiro poderia ser substituída por gaiteiro ou acordeonista, por exemplo, mas não produziria os mesmos sentidos no discurso, pois cada uma dessas palavras vai demarcar uma região do Brasil.

Seguindo com as análises, tecemos gestos de interpretação sobre o sentido da palavra “bom”. No discurso, pode-se perceber que o sujeito que é bom para tocar sanfona é o sujeito masculino. Percebemos a ausência do feminino no discurso. Não se fala em uma boa sanfoneira, por exemplo, também não encontramos nenhuma mulher nas imagens do vídeo. Para a AD isso não acontece de uma forma aleatória, pelo contrário, deixa evidências de que o discurso sobre o Nordeste e sobre o sertão silencia a mulher em vários aspectos discursivos e imagéticos. E que o ambiente da música nordestina/sertaneja carece de referências femininas, sempre retomando, na memória discursiva, músicos de sucesso como Luiz Gonzaga. Na AD, essa ausência se configura como um elemento do silêncio, que significa no discurso, mesmo sem estar evidente.

Trotta (2012, p. 153) apresenta que “Em 1985, Luiz Gonzaga lança o LP Sanfoneiro macho, cuja faixa-título estabelece uma associação entre a masculinidade do sanfoneiro e a ideia de identidade nordestina. No refrão, sua habilidade no instrumento é um indício não somente de suas qualidades musicais, mas também de sua “macheza”. O refrão diz o seguinte: “Eita, sanfoneiro bom, eita sanfoneiro macho. Ele toca em qualquer tom. Toca dos oito aos 120 baixos”.

O silenciamento do feminino na configuração do sertão nordestino, segundo Moreira (2018) está associado, em grande medida, à identidade do cabra-macho e à atuação masculina dentro de uma sociedade patriarcal marcada pelo mutismo e pela violência.

A identidade do cabra-macho que aparece nesse retrato familiar como um traço cultural não se restringiu apenas aos chefes de família, mas foi determinante na divisão sexual do trabalho. Às mulheres, em particular, destinou-se um espaço subalterno, sendo elas também símbolo de posse, exploração e ostentação das práticas de dominação patriarcal (Moreira, 2018, p. 44).

O silêncio possui e produz marcas históricas e ideológicas, assim, os discursos estão carregados de silêncios e sentidos a não dizer. Os discursos sobre o sertão não trazem as mulheres como destaque ou protagonistas justamente porque refletem as marcas ideológicas do machismo, do autoritarismo e da violência, marcas essas derivadas da colonização e da ocupação do lugar, baseada na força e na violência a que as mulheres sempre estiveram expostas na sociedade brasileira. Se o mutismo era uma condição para as mulheres numa sociedade marcadamente patriarcal, como elas poderiam estar em evidência, cantando, tocando um instrumento, sendo referências na música, a partir de uma ideologia patriarcal? Não existia esta possibilidade há algumas décadas e essa característica se reflete nos discursos até os dias atuais, por isso, o sanfoneiro bom é referido àquele que seja homem e admirador de outro músico também homem.

Na AD, trabalha-se com a definição teórica de “bom sujeito” que relaciona o sujeito a sua modalidade de assujeitamento, diante das formações discursivas em que ele se insere. Segundo a teoria da AD, o “bom sujeito” é aquele que se identifica com as formações discursivas dominantes e reproduz sentidos estabelecidos. Ele aceita as normas e representações impostas pela ideologia, assumindo uma posição de conformidade e de repetição. No livro *Semântica e Discurso*, Pêcheux (2014, p. 199) indica que essa modalidade de assujeitamento:

caracteriza o discurso do “bom sujeito” que reflete espontaneamente o Sujeito (em outros termos: o interdiscurso determina a formação discursiva com a qual o sujeito, em seu discurso, se identifica, sendo que o sujeito sofre cegamente essa determinação, isto é, ele realiza seus efeitos “em plena liberdade).

Diante do exposto, em nossa análise, pudemos interpretar que o discurso do sanfoneiro entrevistado reflete sua inscrição em uma formação discursiva que associa a música nordestina/sertaneja a sentidos cristalizados. Estaria, assim, atuando como um “bom sujeito” para a AD, pois seu discurso traz elementos que figuram sentidos estabelecidos pela ideologia dominante. Conseqüentemente, em sua fala, para ser um “bom sanfoneiro” é necessário reproduzir muito do que já foi dito e mostrado nos discursos (imagens, letras de música, entrevistas etc.) do músico Luiz Gonzaga, que, para além de uma figura célebre da música, se constitui enquanto referência de discursos a serem retomados e reproduzidos.

Caminhamos para o fechamento das nossas análises a respeito do vídeo *Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro*. Não pretendemos com isso indicar que o

processo de análise se esgota, pelo contrário, sobre este mesmo vídeo poderiam ser realizados outros tantos gestos de interpretação, pois, como já elaboramos anteriormente, o discurso não é fechado, completo, acabado. Trouxemos aqui algumas interpretações que consideramos relevantes, levando em consideração aspectos da ideologia, memória discursiva, intericonicidade e do silêncio no discurso desta materialidade.

Em nossas análises, pudemos identificar elementos discursivos que associam a constituição do sujeito nordestino/sertanejo à imagens e enunciados que remontam aspectos de sentidos cristalizados sobre o Nordeste e o sertão. Quanto aos elementos imagéticos, eles apresentam um ambiente sertanejo rural, com cenário de mercado de rua, com o uso do couro e do chapéu de vaqueiro na cena. Pudemos verificar também que, apesar dos sentidos sobre o sertanejo (que o associam ao vaqueiro, ao homem simples, do interior), há elementos que podem representar o sujeito também ligado ao contemporâneo, como uso de calças jeans, relógio e camiseta colorida. Percebemos que, em alguma medida, há uma comunicação, em termos de imagem (SDI 18 e SDI 19), nas cenas recortadas para as análises, entre os “velhos sertões” e os “sertões contemporâneos”.

Quanto aos enunciados (SDV 10 e SDV 11), que destacamos para as análises, nossos gestos de interpretação apontam para a reprodução de um discurso ainda bastante sintonizado como a ideologia machista, patriarcal, que liga o sertão a aspectos do masculino (retomando no interdiscurso a identidade do cabra macho), que exclui elementos do feminino no discurso e que tratamos aqui enquanto uma forma de silêncio.

Em relação ao discurso da mídia TVOD, observamos que ela utiliza alguns recursos que formatam o discurso para a televisão, como por exemplo o modelo de entrevista, em que um repórter, segurando um microfone, na cena, indica as posições dos sujeitos no discurso, de quem está autorizado a perguntar e a responder na interlocução. Como apontamos anteriormente, o discurso das mídias, em especial, através do telejornalismo, é revestido de sentidos que associam as mídias a critérios como objetividade, imparcialidade, transparência. No discurso do vídeo analisado, pudemos observar a TVOD reproduzindo sentidos já demarcados para o sujeito nordestino/sertanejo ligados ao ambiente rural, tanto em termos de imagens quanto em termos de enunciados. Rompe, contudo, com alguns sentidos que relacionam o nordestino/sertanejo à seca, à miséria, à tristeza. No vídeo, o sujeito nordestino/sertanejo é também um artista da música que canta, toca a sanfona, sorri, fala sobre a sua história, veste roupas coloridas e em nada se assemelha à representação que liga o sertão nordestino e seus sujeitos à aridez do sertão.

5.4 VÍDEO 4: SABORES DE FEIRA: CARNE DE BODE

O vídeo de título *Sabores de Feira: Carne de bode* (SDV 12), produzido pela TV Olhos D'Água, foi veiculado no ano de 2017 e já alcançou a marca de mais de 87 mil visualizações no YouTube até 2025. Trata-se de uma matéria jornalística que apresenta a carne de bode como prato típico tradicional em Feira de Santana, visitando restaurantes locais, mostrando o preparo da carne e conversando com pessoas que apreciam esta iguaria.

A partir da perspectiva da AD, analisamos o vídeo considerando os efeitos de sentido produzidos pelas suas imagens e enunciados. Entendendo o discurso como prática social, apresentamos as nossas análises observando aspectos da ideologia, memória discursiva, intericonicidade e do silêncio presentes nos discursos.

O elemento principal do vídeo é a carne de bode, apresentada como um prato típico da culinária sertaneja, que ultrapassa sua função nutricional e se constitui como uma materialidade discursiva, articulando sentidos historicamente construídos de tradição, resistência e identidade regional. O bode, enquanto animal do sertão, carrega uma carga simbólica que remete à rusticidade e à sobrevivência. Na sequência discursiva verbal a seguir (SDV 13), podemos observar a fala do dono de restaurante, Joel Lima, que qualifica a carne de bode que é típica da Caatinga: “tem o bode da Caatinga e tem o bode de semiconfinamento. O bode da Caatinga dá mais cheiro de bode mesmo. E o bode criado em semiconfinamento, ele não dá muito cheiro de carne de bode. É uma carne mais molinha, enquanto o bode da Caatinga tem uma carne mais dura.”

No vídeo, o bode é apresentado como um animal que resiste e se adapta ao ambiente hostil da Caatinga, características discursivamente atribuídas também ao sujeito nordestino/sertanejo. Essa produção de sentidos é reforçada pelas falas dos entrevistados, que vinculam o sabor da carne ao tipo de criação do animal. A carne de bode da Caatinga é citada como uma carne dura, escura e com odor forte. A AD permite compreender que essa associação também é resultado de processos históricos e ideológicos que moldam a imagem do sertão como território marcado pela resistência tanto dos animais quanto dos sujeitos às durezas do ambiente.

Figura 23 - SDI 20: Dono de restaurante Joel Lima



Fonte: YouTube (2025).

Na imagem (SDI 20), apresenta-se o dono de restaurante Joel Lima, um homem de cabelos brancos e pele clara, vestindo uma camisa branca de botão e um avental marrom, que reforça sua imagem ligada ao trabalho cotidiano com o preparo da carne de bode. O cenário possui uma churrasqueira de alvenaria ao fundo, elemento que remete à tradição sertaneja de preparar o bode na brasa, considerado uma iguaria típica da região. Nesta imagem do restaurante, há ainda um ventilador de teto, que reforça a atmosfera de simplicidade do local, como um espaço popular e rústico.

O comerciante não aparece apenas como dono de restaurante, mas como portador de um saber tradicional. Sua presença no vídeo sugere autoridade e experiência sobre o preparo da carne de bode, destacando o seu sabor peculiar e os modos de preparo que fazem parte da cultura local. Assim, a imagem evoca a voz do conhecimento e da tradição, que conecta o espaço rústico do sertão à valorização de sua gastronomia tradicional.

A materialidade do discurso se manifesta de diversas maneiras no vídeo, entre elas, as imagens dos restaurantes e de suas cozinhas rústicas. Segundo Orlandi (2015), a materialidade do discurso não se limita à linguagem verbal, mas inclui os suportes, os corpos e os lugares que sustentam os sentidos. “Quando dizemos materialidade, estamos justamente referindo à forma material, ou seja, a forma encarnada, não abstrata nem empírica, onde não se separa forma e conteúdo” (Orlandi, 2015, p. 51).

Figura 24 - SDI 21: Restaurante com cadeiras plásticas



Fonte: YouTube (2025).

As imagens do restaurante (SDI 20 e SDI 21) funcionam como uma instância concreta da materialidade discursiva, pois além de ambientar a narrativa, também participam na produção de sentidos. Esses espaços, marcados pelo uso de utensílios comuns, como pratos e copos de vidro, mobiliários como mesas e cadeiras plásticas, evocam uma estética que reforça a ideia da simplicidade e da rusticidade da cultura sertaneja. Pela perspectiva da análise do discurso, os elementos que compõem as imagens não são neutros, eles operam como suportes simbólicos que sustentam e legitimam discursos. O ambiente apresentado no vídeo, portanto, não é um cenário apenas, trata-se de um relevante elemento na construção discursiva, pois convoca memórias, práticas e ideologias que moldam a percepção do sertão como espaço de simplicidade e tradição.

A predominância de entrevistados homens é um dado discursivo relevante. A única mulher nas imagens é a repórter (SDI 22), que aparece pontualmente no início da matéria jornalística. Essa escolha revela uma associação histórica entre o sertão e homem sertanejo, não trazendo outras possibilidades de representação. A AD permite compreender que o que não é dito ou mostrado também produz sentido, assim, o silenciamento do feminino nas imagens reforça uma lógica patriarcal que associa a tradição na lida com os animais do sertão e com o preparo da carne de bode restrito à figura masculina.

Figura 25 – SDI 22: Repórter Bruna Evangelho



Fonte: YouTube (2025).

A ausência de outras mulheres, que não a repórter, no vídeo, demarca uma omissão (de falas e imagens), produzindo um efeito de sentido que naturaliza a ideia de que o sertão é um ambiente de tradição patriarcal, em que o homem possui maior representatividade. Segundo Orlandi (2015), o silêncio no discurso não é ausência de linguagem, mas uma forma de significação. O silêncio não é vazio, mas produtor de sentidos. Ele atua como parte constitutiva do discurso. Delimita-se o que pode ou não ser dito, quem pode ou não falar, e sob quais condições. “ao longo do dizer, há toda uma margem de não-ditos que também significam” (Orlandi, 2015, p. 81).

Esse silenciamento do feminino opera por meio de uma memória discursiva que, historicamente, vinculou a imagem do sujeito nordestino/sertanejo à figura do homem na lida do campo e com os animais da roça. A AD nos permite perceber que essa construção não é neutra, pois ela naturaliza uma divisão simbólica de gênero. Nenhuma mulher fala sobre a carne de bode, sobre como prepará-la ou de como consumi-la. Como aponta Orlandi (2007), o que não é dito/visto também significa de forma tão potente quanto aquilo que é dito/mostrado, e isso interfere na produção e consolidação de alguns sentidos.

Mãos masculinas preparando a carne (SDI 23), homens falando sobre seus restaurantes, clientes saboreando o prato típico, todas essas imagens constroem um discurso que reforça a imagem do sujeito nordestino/sertanejo como um homem simples e de tradições vinculadas ao espaço rural. No caso do vídeo *Sabores de Feira: Carne de bode*, discursivamente, reforça-se a ideia de que a tradição sertaneja é mantida e transmitida por estes homens, o que aponta, historicamente, para a exclusão simbólica das mulheres nos discursos.

Nas imagens do vídeo, pudemos observar, ainda, uma construção imagética que remete

ao universo rural das cidades do interior nordestino. Essa ambientação é composta por elementos visuais como gaiolas para estender a carne de bode, churrasqueira em área externa para assar o bode na brasa, cozinhas sem utensílios sofisticados, que evocam uma estética de interioridade e rusticidade. Compõem o discurso, também, imagens que mostram bodes criados na Caatinga (SDI 24), em meio à vegetação seca e à paisagem árida. Essas imagens, que fazem parte do vídeo, ativam uma memória visual sobre o sertão, contextualizam a produção do prato típico e constroem um ambiente simbólico em que o bode é inserido como parte de um ecossistema cultural e territorial.

Figura 26 - SDI 23: Preparo da carne de bode



Fonte: YouTube (2025).

A construção da imagem do sertão como espaço de tradição está ligada a um conjunto de discursos anteriores que moldam os sentidos atuais. Essa memória discursiva, conceito central na AD, indica que os sentidos são retomados, ressignificados. Deste modo, as imagens do vídeo analisado se inscrevem em uma cadeia discursiva que associa o sertão à virilidade, à força e à tradição. A carne de bode representa parte deste sertão discursivo e imagético. Constitui-se, também, como elemento identitário da cultura popular sertaneja, pois a carne de bode é considerada característica do sertão nordestino.

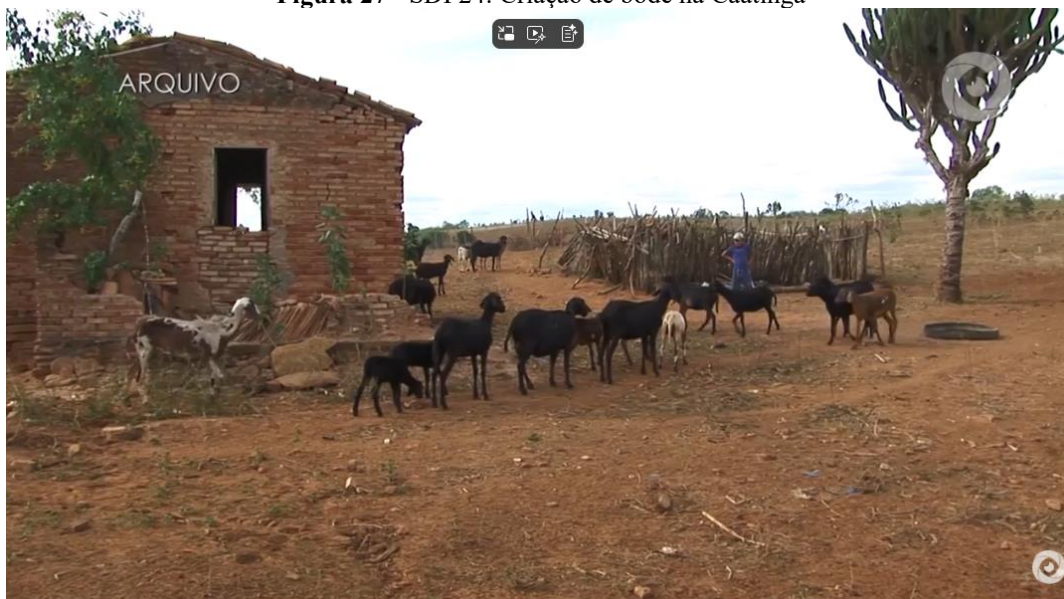
A imagem do bode, no contexto das nossas análises, vincula-se ao território do sertão por um movimento de intericonicidade, relação entre imagens que se evocam mutuamente. O bode, ao ser mostrado em cortes de carne (SDI 23), ou mencionado nas falas dos entrevistados, como na SDV 15, “a carne de bode é uma carne saudável, é uma carne maravilhosa, muito boa”, remete a outras imagens já existentes na memória dos sujeitos espectadores. O bode na roça, no curral, o animal em meio à caatinga, símbolo de resistência no sertão árido, são imagens convocadas a partir de uma memória que é específica das imagens.

Essa memória das imagens funciona através de um processo pelo qual determinadas representações visuais se tornam recorrentes e estruturantes na produção de sentidos. No vídeo, a carne de bode aparece como um elemento que ativa essa memória nos sujeitos. Também a fala da repórter (SDV 14) “que tal se deliciar com um bom bode na brasa?” funciona como um convite que nos faz buscar em nossa memória imagens, sabores e experiências sensoriais anteriores relacionadas à carne de bode.

A noção de intericonicidade é assim uma noção complexa, porque ela supõe colocar em relação imagens externas, mas igualmente imagens internas, imagens da lembrança, imagens da rememoração, imagens das impressões visuais estocadas pelo indivíduo. Não existe imagem que não nos faça ressurgir outras imagens, tenham sido elas outrora vistas ou simplesmente imaginadas (Courtine, 2013, p. 43).

As imagens dos restaurantes, com suas estruturas simples, paredes de cerâmica branca, balcões de inox, cadeiras plásticas, pratos de vidro, reforçam a memória visual de um sertão sem ornamentos, voltado à subsistência básica. A carne de bode, servida em porções com outros alimentos como arroz, feijão tropeiro e salada vinagrete, aparece como protagonista nas imagens, como forma de legitimar o prato como elemento da cultura popular de Feira de Santana, ativando uma cadeia de imagens que sustentam o discurso de que a carne de bode é uma carne tipicamente sertaneja e nordestina.

Figura 27 - SDI 24: Criação de bode na Caatinga



Fonte: YouTube (2025).

O vídeo *Sabores de Feira: Carne de bode* constrói uma narrativa visual e discursiva que

ativa memórias sociais enraizadas a respeito da cultura nordestina/sertaneja. A imagem do bode funciona como um operador simbólico que evoca o sertão em sua dimensão árida, resistente e tradicional. Por meio de uma relação de intericonicidade, conforme defende Courtine (2013), podemos observar como essas imagens dialogam com outras já presentes no imaginário social. O bode no curral, o sertanejo na lida com os animais, a carne servida em ambientes simples, por exemplo, são imagens que compõem uma rede de sentidos que reforçam a identidade nordestina/sertaneja ligada ao espaço rural. O bode, nesse contexto, não é apenas um animal, mas um elemento de discurso, uma imagem que condensa sentidos de sobrevivência, rusticidade e identidade.

A predominância de imagens e falas masculinas no vídeo reforça uma construção discursiva que associa o saber legítimo sobre o sertão e suas práticas culturais ao homem. O vídeo, como materialidade discursiva, apresenta elementos que são históricos, ligados à constituição social, demonstrando, em conformidade com a teoria da AD, que em toda materialidade há a presença da ideologia.

O vídeo expõe a condição da mulher silenciada em uma sociedade marcadamente patriarcal e constitui-se como uma materialidade não neutra. Uma materialidade que participa da produção de sentidos que vinculam o sujeito nordestino/sertanejo à experiência com o preparo das carnes dos animais do sertão. A ausência de mulheres, nas imagens e enunciados, revela um silenciamento discursivo que, como aponta Eni Orlandi (2007), não é ausência de linguagem, mas forma de significação. O silêncio, nesse caso, reforça a memória de um sertão de discursos marcadamente masculinos.

A repórter, única figura feminina visível, atua como uma profissional da mídia, trazendo para a cena o elemento da narratividade jornalística, importante recurso na elaboração dos discursos midiáticos. Sua presença, embora relevante, não rompe com a lógica da exclusão simbólica. A mídia, nesse caso, contribui para a legitimação de uma imagem do nordestino/sertanejo vinculada ao ambiente rural, à lida com os animais e, especificamente, ao preparo da carne de bode. Essa representação reforça uma cadeia intericônica que associa o sertão a características como a rusticidade, a tradição e a masculinidade na construção de representações e identidades sobre o sertão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas, ao longo desta dissertação, evidenciaram como os vídeos da TV Olhos D'Água reproduzem sentidos sobre a imagem do sertão e do sujeito nordestino/sertanejo nessa mídia. Os vídeos se constituem como materialidades discursivas que articulam texto, som e imagem, configurando-se como suportes de discursos que carregam marcas ideológicas. Todo discurso, ao ser produzido e disseminado, interfere na construção de representações sociais e na formação de identidades. No contexto desta pesquisa, nos dedicamos, mais especificamente, à análise da representação da imagem do sujeito nordestino/sertanejo no canal YouTube da TVOD, evidenciando como essas materialidades audiovisuais contribuem para reforçar ou tensionar discursos sobre o sertão e seus sujeitos.

Entre os elementos discursivos mais recorrentes, e que chamaram a nossa atenção, destacam-se imagens e enunciados sobre práticas sociais e culturais, consideradas como típicas e tradicionais do sertão, que despertam o interesse dos espectadores do canal. O comércio de animais (equinos, muares, bovinos, caprinos), o preparo da carne de bode, a música sertaneja marcada pela sanfona como instrumento identitário, o forró e a vaquejada são apresentados como símbolos da cultura sertaneja, que valorizam o homem na lida com a terra, além de destacar o comércio em cidades do interior como Feira de Santana e Serrinha.

Essas práticas, atribuídas aos sujeitos sertanejos, não aparecem isoladas, elas se articulam e reforçam uma representação social que demarca o território nordestino/sertanejo para além do aspecto geográfico, também de maneira discursiva e imagética. A música, a culinária e as atividades econômicas são apresentadas como marcas de pertencimento e de identidade, constituindo uma memória discursiva que associa o sertão à resistência, à tradição e à autenticidade.

No vídeo *Campo do Gado de Feira de Santana*, as análises realizadas evidenciam uma estreita relação entre imagens dos sujeitos nordestinos/sertanejos e práticas culturais e comerciais específicas, como o comércio da carne de cavalo para produção de charque. O sujeito nordestino/sertanejo é apresentado por meio de sentidos que evocam masculinidade, rusticidade e saberes tradicionais. Sua imagem está fortemente vinculada à figura do homem que cria e comercializa animais, equídeos e muares, seja para o abate, seja como apoio ao trabalho no campo. Podemos identificar a reafirmação de discursos amplamente difundidos pela mídia, que associam o homem sertanejo ao labor rural e à vida em cidades do interior, reforçando imagens historicamente consolidadas sobre o sertão e seus habitantes.

No vídeo *Nos bastidores da vaquejada*, observamos uma construção discursiva que valoriza homem do campo pela sua coragem, representando o sujeito nordestino/sertanejo através de características como a bravura, a dignidade, a religiosidade e a preservação das tradições. O vaqueiro emerge como figura central nos discursos, exaltado por sua força, dedicação e conexão com o sertão, na lida do gado. O discurso, no vídeo, mobiliza uma perspectiva otimista, que projeta a vaquejada como vetor de desenvolvimento econômico para cidades do interior. Ao evidenciar práticas como o manejo do boi e a movimentação comercial gerada pelo evento, a reportagem aciona sentidos que posicionam a vaquejada tanto como uma festa popular tradicional quanto como uma manifestação que promove o crescimento econômico da cidade em que é realizada.

No vídeo *Neném do Acordeon revela os segredos de um bom sanfoneiro*, a TVOD reproduz sentidos recorrentes sobre o sujeito nordestino/sertanejo, vinculando-o à música tocada com a sanfona, a exemplo do forró. No vídeo, o músico entrevistado elenca as principais características para ser um bom sanfoneiro, entre elas tocar músicas de Luiz Gonzaga. Deste modo, o discurso traz marcas históricas de um sertão imagético, também sonoro e musical, mas, sobretudo, composto por elementos visuais ligados ao cangaço e aos trajes dos vaqueiros. Elementos de couro se destacam no vídeo, como os chapéus, e remetem às indumentárias utilizadas pelo próprio “Rei do Baião”. Percebemos no vídeo um discurso marcado por aspectos regionalistas, contudo, sem associar, necessariamente, o sujeito nordestino/sertanejo à seca e à miséria. Ao contrário, o sujeito nordestino/sertanejo, referenciado no vídeo, é um artista que canta, toca sanfona, sorri, narra sua trajetória e veste roupas coloridas, compondo uma imagem que demonstra o sertão também como um lugar de música e alegria.

A análise do vídeo *Sabores de Feira: carne de bode* nos permitiu observar, mais uma vez, um discurso que associa o sujeito nordestino/sertanejo ao manejo com os animais do sertão. No caso do vídeo, mais especificamente, sobre como preparar e consumir a carne de bode, que é considerada pelo discurso do vídeo, como uma iguaria regional. Nesse contexto, apresenta-se a imagem do sujeito nordestino/sertanejo associada ao universo rural, às práticas de manejo da carne animal e do preparo culinário. Tal representação alimenta uma cadeia intericônica que consolida o sertão através de imagens que o associam a características de rusticidade, tradição e masculinidade.

Nossas análises revelaram, também, uma marca discursiva comum entre os quatro vídeos selecionados, que é a questão da invisibilidade da mulher nordestina/sertaneja nas imagens e nos enunciados. As imagens privilegiam a presença masculina e há poucas falas femininas, o que indica a força da ideologia patriarcal na construção discursiva do sertão.

Apenas os homens aparecem habilitados a falar sobre a lida com os animais, o preparo das carnes, a participação em vaquejadas e sobre serem artistas na música. Essa ausência feminina reforça uma representação social marcadamente masculina para o sertão. A figura da mulher, quando aparece, é secundarizada ou invisibilizada, o que evidencia como o discurso midiático reproduz e legitima práticas patriarcais que ainda estruturam os discursos sobre o sertão.

Além da forte marca da ideologia patriarcal, as análises destacam, também, que nos vídeos há a circulação da ideologia regionalista. Os vídeos mais assistidos tratam da cultura nordestina/sertaneja a partir de lentes ideológicas que reforçam tanto o orgulho regional quanto a manutenção de tradições. Essa dupla relação entre ideologias, patriarcal e regionalista, constitui o eixo central dos discursos observados.

A relação entre sujeito, sentido e ideologia, conforme a perspectiva pecheutiana da análise do discurso, mostrou-se fundamental para compreender como o sujeito nordestino/sertanejo está discursivamente constituído nos vídeos mais assistidos da TV Olhos D'Água. Este tripé indissociável, sujeito, sentido e ideologia, quando trazido para as nossas análises, auxilia na compreensão de como a ideologia interpela os sujeitos, traz marcas identitárias para os discursos e participa na constituição de representações sociais sobre o sertão.

Nesse processo, o discurso midiático além de apresentar as práticas dos sujeitos nordestinos/sertanejos, também constrói, simbolicamente, um sertão que é discursivo e imagético. A imagem do sertanejo é produzida e reproduzida através de discursos que reforçam identidades, invisibilizam ou destacam sujeitos e legitimam ideologias.

No que se refere ao discurso midiático da TVOD, observamos a mobilização de recursos próprios da linguagem televisiva, utilizando os formatos de matéria e entrevista, no qual a presença do repórter em cena, com o microfone em mãos, demarca posições enunciativas e definem os papéis de quem está habilitado, no discurso, a perguntar e de quem dá as respostas. Esses formatos evidenciam a organização hierárquica da interlocução e contribuem para a constituição de posições entre os sujeitos. Como já abordado, o discurso das mídias, especialmente no âmbito da televisão, é revestido de sentidos que o associam a valores como objetividade, imparcialidade e transparência, o que, para a AD seria uma impossibilidade, já que os discursos não são neutros e possuem, inevitavelmente, uma base ideológica.

Nossas análises indicam que a produção de conteúdos da TV Olhos D'Água tem se destacado pela abordagem de temas associados à cultura de Feira de Santana. Dentre os mais de 3.800 vídeos que existem no canal, figuram, entre os mais assistidos, aqueles que consideram algum aspecto das práticas sociais locais. Como a cidade é considerada, popularmente, como Portal do Sertão, os conteúdos refletem, também, os aspectos culturais e identitários desta faixa

do sertão brasileiro pertencente ao município de Feira de Santana. E, embora trate de assuntos locais, os vídeos podem interessar a sujeitos ao redor do planeta, através da Internet. Em um mundo cada vez mais globalizado e conectado, o alcance dos discursos se amplia e chega a muito mais pessoas.

É importante destacar que a análise sobre os vídeos selecionados não se esgota com esta dissertação. Como indicam a teoria e o método da análise do discurso, os sentidos estão sempre em movimento, e novas interpretações podem surgir a partir das mesmas materialidades. O discurso é histórico, inacabado e aberto a deslocamentos, o que garante a possibilidade de novos gestos de interpretação.

Assim, esta pesquisa buscou trazer algumas análises e interpretações sobre a imagem do sujeito nordestino/sertanejo na mídia da TV Olhos D'Água. A partir das condições de produção atuais e do olhar das pesquisadoras, foi possível observar as ideologias mais recorrentes que se articulam na construção discursiva do sertão nessa mídia. O trabalho não encerra as análises possíveis, mas, sobretudo, abre caminhos para futuras interpretações que possam aprofundar a compreensão sobre o discurso das imagens relacionadas ao sujeito nordestino/sertanejo.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE SILVA, M. G.; RODRIGUES, L. P. Discurso e imagem: uma relação de intericonicidade. **Discursividades**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 124–137, 2020. DOI: 10.29327/256399.6.1-4. Disponível em: <https://revista.uepb.edu.br/REDISC/article/view/864>. Acesso em: 9 abr. 2025.
- ALTHUSSER, L. **Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado**. 19. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2025.
- ALBUQUERQUE JR., D. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- ALVAREZ, P. H. Apontamentos sobre a noção de assujeitamento do discurso na análise de discurso pecheutiana. **Revista CBTECLE**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 055–065, 2024. Disponível em: <https://revista-cbtecle.cps.sp.gov.br/index.php/CBTECLE/article/view/1173>. Acesso em: 30 jan. 2026.
- ALVAREZ, P. H.; PEIXOTO, A. A. Maternidade e mulher no jornal mulherio (1981-1988): nas frestas da memória. In: ARAÚJO, S. S. de F.; OLIVEIRA JR. M.; BARREIROS, L. (org.). **Linguagem e sociedade: questões variacionistas, filológicas e discursivas**. 1. ed. Campinas: Pontes, 2022. p. 226-241.
- AZEVEDO, A. F. Sentidos do corpo: metáfora e interdiscurso. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 14, n. 2, p. 321–335, maio 2014.
- BARBOSA, P.L.N. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história e do tempo presente. In: GREGOLIN, M. R. (org.). **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. 1.ed. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 111-124.
- BAUMAN, Z. **Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- BOZELLI, F. C. Analogias e metáforas no ensino de Física: o discurso do professor e o discurso do aluno. **Repositório da Unesp**, Bauru, 2005. Disponível em: repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/62ff0061-9376-4cf1-b0e2-039700404860/content. Acesso em: 30 jan. 2026.
- BRANDÃO, H. **Introdução à análise do discurso**. 3 ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.
- BRASIL. **Projeto de Lei nº 6.298, de 2016**. Reconhece a vaquejada como manifestação cultural nacional e patrimônio cultural imaterial. Câmara dos Deputados, Brasília, DF, 2016. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1581182. Acesso em: 6 jan. 2026.
- BRASIL. **Lei nº 13.364, de 29 de novembro de 2016**. Eleva o rodeio, a vaquejada e outras manifestações culturais à condição de manifestação cultural nacional e patrimônio cultural imaterial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 30 nov. 2016. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113364.htm. Acesso em: 6 jan. 2026.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

COELHO, L. R. Representação Social e Discurso Sobre o Sertão Nos Jornais De Salvador. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 6, n. 12, 2008. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18728>. Acesso em: 11 abr. 2025.

COSTA, D. Forma-sujeito: análise discursiva da seção valores da página oficial da igreja cristã contemporânea. **Estudos Linguísticos e Literários**. Salvador, n. 75, p. 151-175, jul-dez, 2022.

COSTA, G. Uma imagem e suas discursividades: memória, sujeito e interpretação. **Línguas e instrumentos linguísticos**, n.34, p. 101-113. Campinas: CNPq - Universidade Estadual de Campinas; Editora RG, 2014.

COURTINE. J.J; MARANDIN. J.M. Que objeto para a análise de discurso? In: CONEIN, B. et al. **Materialidades discursivas: a espessura da linguagem**. Campinas: Editora Unicamp, 2016 p. 33-54.

COURTINE. J.J. **Corpo e discurso: uma história de práticas de linguagem**. 1.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2023.

COURTINE. J.J. **Decifrar o corpo: pensar com Foucault**. 1.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

COURTINE. J.J. O deslizamento do espetáculo político. In: GREGOLIN, M. R. (org.). **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. 1.ed. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 21-34.

DELA-SILVA, S; CARNEIRO, C. F. Dos discursos da/na mídia: um percurso com Michel Pêcheux. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 23, p. 1-16, 2023. e-1982-4017-23-28.

DIAS, P. R. P. S. M. O sertão e o sertanejo: um Brasil de vários sertões. **Revista Científica Novas Configurações – Diálogos Plurais**, Luziânia, v. 1, n.1, p. 4-11, 2020.
<https://doi.org/10.4322/2675-4177.2020.002>

ERNST-PEREIRA, A.; QUEVEDO, M. Q. de. Uma mesma diferente imagem: que objeto é esse? **Entretextos**, Londrina, v. 13, n. 2, p. 266–287, 2013.

FERNANDES, C. A. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. 2ed. São Carlos: Claraluz, 2007.

FERNANDES, C. **O visível e o invisível da imagem: uma análise discursiva da leitura e da escrita de livros de imagens**. Campinas: Mercado de Letras, 2017.

FERREIRA, E. Sobre a expressão pensar desenho: uma reflexão possível. In: FERREIRA, E. (org.). **Produção visual: criatividade, expressão gráfica e cultura vernacular**. 1.ed. Feira de Santana: Editora da UEFS, 2010. p. 15-27.

FILHO, F. D. A. Sobre a palavra “Sertão”: origens, significados e usos no Brasil (do ponto de

vista da ciência geográfica). **Revista da Associação dos Geógrafos Brasileiros (AGB)**, Bauru, v. XV, n. 1, p. 84, jan./dez. 2011. Disponível em: [AGB Bauru](#). Acesso em: 9 abr. 2025.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Sinergia; Relume Dumará, 2009.

FRAGA, N. C.; BUENO, V. J. A ideia de sertão na formação socioterritorial brasileira, e na região da Guerra do Contestado. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia-MG, v. 24, n. 95, p. 34-48, out. 2023. DOI: 10.14393/RCG249566632.

GOMES, L. **Desenhismo**. 2ed. Santa Maria: Ed. da UFSM, 1996.

GOMES, M. B; MARTINS, J. P. R. O sertão nordestino na ficção audiovisual brasileira: uma revisão integrativa sobre seus lugares, personagens e temas. **Triade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 10, n. 23, p. e022025, 2022. DOI: 10.22484/2318-5694.2022v10id4992. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/4992>. Acesso em: 17 abr. 2025.

GREGOLIN, M. R. V. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, M. R. (org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. 1.ed. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 95-110.

GREGOLIN, M. R. V. Os sentidos na mídia: Rastros da História na Guerra das Cores. DOI: 10.5216/lep.v4i1.12047. **Linguagem: Estudos e Pesquisas**, Goiânia, v. 4, n. 1, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/index.php/lep/article/view/32605>. Acesso em: 5 abr. 2025.

GREGOLIN, M. R. V. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 4, n. 11, p. 11-25, 2007. DOI: 10.18568/cmc.v4i11.105. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/105>. Acesso em: 9 abr. 2025.

HALL, S. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. ed. 70, Lisboa, 2007.

LEITÃO, J. A.; SANTOS, M. S. T. Imagem jornalística e representações sociais: a imagem dos Sertões. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 35, n. 1, 2012. DOI: 10.1590/rbcc.v35i1.1102. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/1102>. Acesso em: 11 abr. 2025.

LAGE, N. **Ideologia e Técnicas da Notícia**. Florianópolis: Insular, 2001.

MALDIDIER, D; NORMAND, C; ROBIN, R. Discurso e ideologia: bases para uma pesquisa. In: ORLANDI. (org.). **Gestos de leitura da história no discurso**. 4. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2014, p. 69-105.

- MARIANI, B. S. C. O Comunismo imaginário: práticas discursivas da imprensa sobre o Comunismo. **Sínteses**: Revista dos cursos de pós-graduação. Campinas, vol.2, p. 223-232, 1997. Disponível em: <https://revistas.iel.unicamp.br/index.php/sinteses/article/view/6059>. Acesso em: 11 abr. 2025.
- MEDEIROS, C. S. As Condições de Produção e o Discurso na Mídia: A Construção de um Percorso de Análise. **Revista FAMECOS/PUCRS** nº20, p. 48-55, dez., 2008.
- MELO, S. M. Operação cavalo de Troia: migração de sentidos. In: MELO, S. M; ARAÚJO, M. A. (orgs.). **Gestos de leitura da comunicação e do discurso**. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.
- MILANEZ, N. **Audiovisualidades**: elaborar com Foucault. Londrina: Eduel; Guarapuava: Ed. Unicentro, 2019.
- MILANEZ, N. **Intericonicidade**: funcionamento discursivo da memória das imagens. *Acta Scientiarum. Language and Culture (Online)*, v. 1, p. 345-355, 2013.
- MILANEZ, N. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In NAVARRO, P. (Ed.). **Estudos do texto e do discurso**: mapeando conceitos e métodos. São Carlos: Claraluz, 2006.
- MINAYO, C.S. O conceito de representações dentro da sociologia clássica. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (orgs.). **Textos em representações sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995. p. 89-111.
- MORALES, L. A. Chapéu de couro pontocom: um sertãozinho dentro de si. **Cadernos do Ceom: Revista do Centro de Memória do Oeste de Santa Catarina**. Santa Catarina, n. 17. vol. 16, p. 259-288, 2014.
- MOREIRA, G. **Sertões contemporâneos**: rupturas e continuidades no semiárido. Salvador: Eduneb; Edufba, 2018.
- MORIGI, V. J. Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. **E-Compós**, [S. l.], v. 1, 2004. DOI: 10.30962/ec.9. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/9>. Acesso em: 11 abr. 2025.
- NAVARRO-BARBOSA, P. Uma definição da ordem discursiva midiática. In: MILANEZ, N.; GASPAR, N. R. (orgs.). **A (des)ordem do discurso**. São Paulo: Contexto, 2010.
- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 12 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.
- ORLANDI, E. P. Do sujeito na história e no simbólico. *Escritos* nº 4. **Contextos Epistemológicos da Análise do Discurso**. Campinas, SP: LABEUB/UNICAMP, 1999. p. 17-27.
- ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**. Campinas: Pontes, 2007.

ORLANDI, E. P. **Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2017.

ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 7. ed. ampinas: Pontes, 2023.

ORLANDI, E. P. **Argumentação e análise de discurso**. 1. ed. Campinas: Pontes, 2023.

ORLANDI, E. P. Maio de 1968: os silêncios da memória. In: ACHARD, P. et al. **Papel da memória**. Tradução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999, p. 59-67.

PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. **Papel da memória**. Tradução José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999, p. 49-57.

PÊCHEUX, M. Abertura do Colóquio. In: CONEIN, B. et al. **Materialidades discursivas: a espessura da linguagem**. Campinas: Editora Unicamp, 2016 p. 23-29.

PÊCHEUX, M. et al. Mesa-redonda: discurso história-língua. In: CONEIN, B. et al. **Materialidades discursivas: a espessura da linguagem**. Campinas: Editora Unicamp, 2016 p. 283-319.

PÊCHEUX, M. **Discurso: estrutura ou acontecimento?** Tradução Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualizações e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (org.). **Por uma análise automática do discurso**. 5. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2014, p. 159-250.

PÊCHEUX, M. Les Vérités de la Palice. Paris: Maspero. Trad. Bras. de Eni Orlandi e outros. **Semântica e discurso**. Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Editora Unicamp, 1975(b).

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 5. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, M. **Análise de discurso: textos selecionados por Eni Puccinelli Orlandi**. 4. ed. Campinas: Pontes, 2014.

PEIXOTO, S. **Pensar o desenho: linguagem, história e prática** / Simone Peixoto. – Guarapuava: UNICENTRO, 2013.

SANTOS, M. G. Desfiar a trama para explorar os sentidos: a costura dos sertões nas redes discursivas da mídia. **Revista Saridh – Linguagem e Discurso**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 18, 2020. DOI: 10.21680/2674-6131.2020v2n1ID21235.

SOUSA, B. M. F. Discurso, mídia e resistência: os meios de comunicação alternativos latino-americanos e o golpe contra Dilma Rousseff. **Muiraquitã: Revista de Letras e Humanidades**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2022. DOI: 10.29327/210932.10.1-4. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/mui/article/view/5885>. Acesso em: 16 mar. 2025.

SOUZA.T.C.C Discurso e imagem: perspectivas de análise não verbal. Comunicação apresentada no **2º Colóquio Latinoamericano de Analistas Del Discurso, La Plata e Buenos Aires, agosto/1997**.

SOUZA.T.C.C. Análise do não-verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. **RUA**, Campinas, SP, v. 7, n. 1, p. 65–94, 2001. DOI: 10.20396/rua.v7i1.8640721. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8640721>. Acesso em: 9 abr. 2025.

TROTTA, F. Som de cabra macho: sonoridade, nordestinidade e masculinidades no forró. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 9, n. 26, p. 151–172, 2013. DOI: 10.18568/cmc.v9i26.349. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/349>. Acesso em: 26 abr. 2025.

VAZ, C.. **Entre sertões e sertanejos: regionalização, identidade e representação na Bahia**. Salvador: Edufba, 2022.

ABTU. **Associação Brasileira de Televisão Universitária**. [S.l.], [2025]. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/>. Acesso em: 23 nov. 2025.

DICIO. *Sertanejo*. [S.l.], [2025]. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/sertanejo/>. Acesso em: 23 nov. 2025.

G1. *Expulsos pela seca ainda acreditam que é possível viver no sertão*. **Jornal Nacional**, 10 dez. 2015. 8 min. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/12/expulsos-pela-seca-ainda-acreditam-que-e-possivel-viver-no-sertao.html>. Acesso em: 23 nov. 2025.

MICHAELIS. *Sertanejo*. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. [S.l.]: UOL, [2025?]. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/sertanejo/>. Acesso em: 23 nov. 2025.

PRIBERAM. *Sertanejo*. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. Lisboa, [2025]. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/sertanejo>. Acesso em: 23 nov. 2025.

TV BRASIL. *Caatinga: coração do sertão nordestino. Nossos Biomas*. YouTube, 2015. 3 min. Disponível em: <https://youtu.be/xjRWPFhxzIA?si=w912U5LJAiCnLRY8>. Acesso em: 23 nov. 2025.

TV OLHOS D'ÁGUA. *Canal da TV UEFS*. YouTube, [s.d.]. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/tvuefsba>. Acesso em: 23 nov. 2025.

TV OLHOS D'ÁGUA. Site da *TV UEFS*. Feira de Santana, [2025]. Disponível em: <https://tv.uefs.br/>. Acesso em: 23 nov. 2025.