

# OLHARES SOBRE A REGIÃO DO MATO GRANDE

**Rebeka Caroça Seixas  
Matheus Augusto Avelino Tavares  
(Orgs)**

**IFRN**  
Editora

**Rebeka Carocha Seixas  
Matheus Augusto Avelino Tavares  
(Orgs)**



**OLHARES SOBRE A REGIAO DO  
MATO GRANDE**

**IFRN**  
*Editora* ■■■■

Natal, 2013

Presidenta da República **Dilma Rousseff**  
Ministro da Educação **Fernando Haddad**  
Secretário de Educação Profissional  
e Tecnológica **Eliezer Moreira Pacheco**

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia  
do Rio Grande do Norte**

Reitor **Belchior de Oliveira Rocha**  
Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação **José Yvan Pereira Leite**  
Coordenador da Editora do IFRN **Paulo Pereira da Silva**  
Conselho Editorial **Samir Cristino de Souza (Presidente)**  
**André Luiz Calado de Araújo**  
**Dante Henrique Moura**  
**Jerônimo Pereira dos Santos**  
**José Yvan Pereira Leite**  
**Valdenildo Pedro da Silva**

Todos os direitos reservados

Divisão de Serviços Técnicos. Catalogação da publicação na fonte.  
Biblioteca Sebastião Fernandes (BSF) – IFRN

S462o Seixas, Rebeka Carocha.

Olhares sobre a região do Mato Grande / Rebeka Carocha Seixas,  
Matheus Augusto Avelino Tavares. – Natal : IFRN, 2011.  
141p. : il.

ISBN 978-85-8161-015-3

1. Economia urbana – João Câmara-RN. 2. Economia urbana –  
Mato Grande-RN. 3. Aspectos culturais – Mato Grande. I. Título.

CDU 908(813.2)

**DIAGRAMAÇÃO E CAPA**

Charles Bamam Medeiros de Souza

**REVISÃO LINGUÍSTICA**

Arlete Alves de Oliveira

**CONTATOS**

Editora do IFRN

Rua Dr. Nilo Bezerra Ramalho, 1692, Tirol. CEP: 59015-300

Natal-RN. Fone: (84) 4005-0763

Email: editora@ifrn.edu.br

# SUMÁRIO

---

## 09 INTRODUÇÃO

### 13 DINÂMICA URBANA E CIRCUITOS DA ECONOMIA NA CIDADE DE JOÃO CÂMARA/RN

Matheus Augusto Avelino Tavares

### 41 PUBLICIDADE, CONSUMISMO E DÍVIDA NA REGIÃO DO MATO GRANDE, RN

Robeilza de Oliveira Lima

### 69 ASPECTOS DA LITERATURA ORAL DA REGIÃO DO MATO GRANDE

Rebeka Carocha Seixas

### 83 NARRATIVAS MÍTICAS NO UNIVERSO SIMBÓLICO DA CULTURA

Lucrécio Araújo de Sá Júnior

### 95 NOVA RURALIDADE: CONCEPÇÕES, EMBATES E REFLEXÕES SOBRE PARTICULARIDADES NA REGIÃO DO MATO GRANDE

Márcio Adriano de Azevedo

Andreza Maria Batista do Nascimento Tavares

Renier Cavalcanti Dantas



# AS COISAS ESTÃO NO MUNDO

Uma questão que sempre está presente na pauta das discussões sobre educação é a produção do conhecimento dentro das instituições de ensino, notadamente as que atuam no nível superior. Por outro lado, a sociedade geralmente vê essas instituições apenas como um local de ensino, uma instância onde se processa a difusão e a socialização do conhecimento já existente, e onde se entra para conseguir um diploma, sem entender a sua função igualmente importante de produção de conhecimento.

Outra questão, pouco lembrada, mas igualmente pertinente, é a compartimentalização e hierarquização do saber, baseada na divisão do cérebro em hemisférios direito e esquerdo, onde o hemisfério esquerdo é a morada da racionalidade, da lógica, do conhecimento matemático, da linguagem, da análise, da crítica, da objetividade, o hemisfério que percebe a nuance, o detalhe, a complexidade. O hemisfério direito, ao contrário, abriga o temperamento artístico, a criatividade, a invenção, a capacidade imaginativa, o sonho. Percebe o todo, o contexto, o padrão. Essas funções cerebrais não são opostas, nem excludentes. São complementares, e o cérebro saudável e bem adaptado funciona como um todo, uma vez que fibras de ambos os hemisférios se entrecruzam através de uma estrutura de fibras nervosas chamada corpo caloso, que comunica ambos os hemisférios.

Durante muito tempo, a ciência ocidental separou esses grandes terrenos do saber, privilegiando mais as funções do hemisfério esquerdo, que era considerado, juntamente com suas funções, dominante em relação ao hemisfério direito, considerado secundário. As inovações na educação tão necessárias e prementes têm, nos centros mais avançados, procurado superar essa dicotomia, integrando os hemisférios, com o objetivo de fazer funcionar nossa tecnologia mais poderosa: o cérebro total.

Assim é que a pesquisa científica, atividade base da produção do conhecimento no seio das instituições tem que ser desenvolvida utilizando todas as potencialidades da mente criativa. É por isso que a pesquisa é condição inseparável da atividade docente e deve ser desenvolvida com a mente aberta e o espírito criativo que prevê o uso desse cérebro integral. A postura crítica tem que caminhar lado a lado com a liberdade de criação e de ter ideias, pois é a análise crítica que caracteriza a atividade científica e confere legitimidade ao saber produzido.

A responsabilidade que o professor tem na condução do processo educativo tem a ver também com sua própria formação. De certa forma, frente aos seus alunos, o professor simboliza e corporifica o conhecimento, o saber. A rigor, o aluno não apenas aprende “com” o professor, mas aprende também a ser “como” o professor.

Não se admite mais um professor que somente ensine, ou outro que só pesquise. O primeiro torna-se um mero repetidor de um discurso produzido por outra pessoa; um vídeo ou um arquivo sonoro, em seu lugar, fariam talvez o mesmo efeito na sala de aula. O segundo tipo, encastelado em seu laboratório, isolado e distante da realidade objetiva e concreta das ruas, esquece-se de que o sol dos fatos é que combate o mofo das ideias.

O ensino superior prevê a superação dessa situação que separa o ensino da pesquisa quando assenta sua atuação em três pilares: o ensino, a pesquisa e a extensão, que é a prestação de serviços à comunidade oferecendo dentro dessa atividade campo de experiência para os alunos, nos chamados estágios supervisionados. O professor, quando é contratado, não é contratado para ser pesquisador, ou professor, ou extensionista: a instituição espera que ele desempenhe todas as funções. É por isso que é necessária, para o sucesso das instituições nos seus objetivos, a figura do professor-pesquisador, e que essa figura se volte também para as atividades de extensão, separando o abismo existente entre escola e sociedade.

Característica indispensável desse professor deverá ser o entusiasmo – palavra cuja etimologia oriunda do grego em + *theos*, significa literalmente em *deus*, ou *deus* comigo, devendo aí deus ser entendido como a Grande Alma Universal – ou o nome que queiram dar – que literalmente anima e alimenta nossa criatividade, plugando-nos na rica fonte de energia vital, no manancial mesmo do grande mar do inconsciente coletivo que conduz, nas suas marés metafísicas, a soma total do conhecimento humano.

Pensando em tudo isso, e citando Paulinho da Viola – “As coisas estão no mundo, só que eu preciso aprender”, como intitulei esta apresentação – é que apresento este livro, fruto da mente curiosa e incansável de jovens professores-pesquisadores, que debruçaram seu olhar sobre o mundo no qual estão inseridos juntamente com seus alunos: o mundo da região do Mato Grande - RN, área de abrangência e atuação desse *campus* do Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia do Rio Grande do Norte - IFRN.

Aqui, o leitor vai conhecer aspectos variados da realidade local, lendo

os trabalhos do Prof. Matheus Augusto Avelino Tavares sobre a economia urbana, desvendando sua dinâmica e preparando o leitor para o próximo tema, a cargo da Prof<sup>a</sup>. Robeilza de Oliveira Lima, que toca na questão da propaganda e releva as intenções secretas do discurso publicitário e sua influência nem sempre benéfica sobre o consumo.

Em seguida, a Prof<sup>a</sup>. Rebecka Carocha Seixas se volta para a cultura local, fundada na tradição, com o registro e análise de contos, lendas e mitos orais, que motiva também o trabalho seguinte, da autoria do Prof. Lucrécio Araújo de Sá Júnior, onde a abordagem se centra na observação dos mecanismos linguísticos que dão vida a essas narrativas. Márcio Adriano de Azevedo, juntamente com Andrezza Tavares e Renier Dantas trabalham o tema da “nova ruralidade”.

A região do Mato Grande e o Rio Grande do Norte ficam mais ricos depois desses estudos. Os autores, pensando globalmente e agindo localmente, provam mais uma vez que é possível fazer pesquisa e produzir conhecimento dentro de uma realidade de ensino às vezes tão avarenta de estímulo e recompensa.

Que continuem assim, com entusiasmo, atentos às novidades. Que seus olhares continuem refletindo o brilho, a alegria e a curiosidade dos seus alunos, dessa juventude que os encara no dia-a-dia e que são, como todos nós, parceiros na grande Aventura do Saber.

Prof<sup>a</sup> Ms. Clotilde Santa Cruz Tavares  
Departamento de Artes da UFRN





# INTRODUÇÃO

O presente livro surge como a concretização de várias pesquisas desenvolvidas pelos professores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), *Campus* de João Câmara, ao longo desse seu primeiro ano de existência, ou seja, trata-se da primeira produção científica do referido *campus*. A maioria dos artigos é resultado de pesquisas voluntárias desenvolvidas por professores do IFRN, o que evidencia que o ato de pesquisar não necessariamente deve estar relacionado à existência ou aprovação de um projeto.

A experiência do presente livro já se justifica pelos elementos expostos anteriormente, mas também adquire importância pelo fato de incorporar análises de diversas áreas do conhecimento e de, conseqüentemente, promover um diálogo entre os diferentes campos do saber, criando interfaces. Por se tratar de estudos que apresentam uma abordagem didático-pedagógica podem ser utilizados futuramente por professores não somente do IFRN, mas também de toda a rede pública e privada da região.

Além disso, este trabalho torna-se relevante porque preenche uma lacuna existente na região do Mato Grande, que é a carência de estudos e publicações científicas que apresentem uma análise sobre seus aspectos fundamentais, tais como: economia, cultura, linguagem, lazer e artes. Portanto, trata-se de uma produção bibliográfica de suma importância para a comunidade científica da região em que o referido *campus* do IFRN se encontra.

O objetivo deste livro é tornar público as primeiras pesquisas realizadas pelos professores e alunos do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, *Campus* João Câmara, com o objetivo de propiciar um diálogo com a sociedade local e, conseqüentemente, um debate científico a respeito dos aspectos sócio-econômicos e culturais da Região do Mato Grande, bem como produzir material didático que possa ser trabalhado pelos professores nas suas respectivas disciplinas e cursos. O livro se divide em cinco capítulos que transitam entre diversas linguagens, como a filosofia, as artes, a geografia e se apresentam da seguinte forma: no primeiro capítulo denominado *Dinâmica urbana e circuitos da economia urbana na cidade de João Câmara*, o professor do IFRN, *Campus* João Câmara e Mestre em Geografia (UFRN) Matheus Augusto Avelino Tavares, busca

compreender a dinâmica da cidade de João Câmara a partir de suas principais atividades econômicas, ou como diria Souza (2008), pelas suas atividades geoeconômicas. Em João Câmara essas atividades dizem respeito, sobretudo ao comércio e à prestação de serviços que exercem acentuada importância para a sua economia, principalmente nos últimos anos quando a economia urbana torna-se determinante para o município como um todo (FELIPE, 1986). Essas atividades que vem se expandindo na cidade de João Câmara fazem parte do que Santos (1979; 2007; 2009) denominou de Circuitos da Economia Urbana. Esse sistema teórico busca interpretar a economia urbana a partir da existência de dois circuitos, um circuito superior – composto pelos bancos, comércio, indústria de importação, indústria moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores; e um circuito inferior – que se constitui pelas formas de fabricação de uso não intensivo de capital, pelos pequenos comércios e pelos serviços não modernos, voltados, sobretudo, para o consumo dos mais pobres. Nesse sentido, o objetivo desse trabalho consiste em analisar a expansão dos dois circuitos da economia urbana na cidade de João Câmara, dando ênfase a sua atual configuração espacial, bem como para os fatores que influenciam essa expansão e para as consequências desse processo.

No segundo capítulo denominado *Publicidade, consumismo e dívida na Região do Mato Grande*, a professora do IFRN Campus João Câmara e Mestre em Estudos da Linguagem, Robeilza de Oliveira Lima, analisa, de forma crítica, o discurso publicitário que perpassa os anúncios na região do Mato Grande, RN, visando evidenciar o poder, isto é, a influência desses anúncios na intensificação do consumismo. São objetivos ainda do estudo: analisar as estratégias da linguagem publicitária que são utilizadas para atrair os consumidores em potencial e para difundir a ideologia da classe empresarial no Mato Grande; observar as condições de produção dos anúncios na região e quais os efeitos sociais advindos desse discurso. Para nortear o estudo, recorreu-se à concepção tridimensional do discurso, presente no capítulo “Teoria social do discurso”, o qual integra o livro *Discurso e mudança social*, Fairclough (2008). A autora também se valeu de alguns conceitos pertencentes ao capítulo “Discurso e dominação: uma introdução”, que faz parte da obra *Discurso e poder*, Dijk (2008). Para realizar o estudo, foram analisados anúncios publicitários colhidos nas cidades de João Câmara e de Touros, as quais funcionam como os dois pólos comerciais e de prestação de serviços da região do Mato Grande. Os anúncios estudados são oriundos das emissoras de rádio Assunção 89 FM, Baixa Verde AM e Farol AM, assim

como do telão instalado na praça principal de João Câmara, os quais, em geral, são veiculados também pelos carros de som. Nosso trabalho revela que a propagação do discurso publicitário na região ocorre, algumas vezes, de maneira abusiva e culmina com o aumento das dívidas entre o público pertencente às classes menos favorecidas economicamente.

A questão da literatura oral é discutida no terceiro capítulo denominado *Aspectos da literatura oral da Região do Mato Grande* pela professora do IFRN, *Campus* João Câmara e Mestre em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rebeqa Carocha Seixas. Neste capítulo o objetivo é o de analisar os contos, lendas e mitos orais procurando compreender as possíveis influências que permearam a formação da cultura local. Para isso iniciamos um trabalho de pesquisa, registro e análise, que foi desenvolvido com os alunos de nível médio do ensino regular e da EJA (Educação de Jovens e Adultos), do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN), *Campus* João Câmara, no primeiro semestre do ano de 2010. O trabalho partiu de um levantamento feito pelos alunos com os moradores mais antigos da região. Esses moradores relataram histórias antigas que aparecem com diversas variações e que compõem a acervo da cultura local. A orientação foi a de que os alunos gravassem uma entrevista com os moradores da região e que, ao transcreverem a história, conservassem o texto original, incluindo possíveis erros de concordância, utilização de gírias e elementos da linguagem popular característicos da região. Isso possibilitou uma maior aproximação com elementos da cultura local e fez com que os alunos percebessem a importância dessa linguagem para a manutenção da cultura popular do seu povo. Algumas histórias possuem elementos que se relacionam diretamente com contos da tradição universal outros trazem elementos de contos já coletados em outras regiões por historiadores como Luiz da Câmara Cascudo.

O professor Lucrécio Araújo de Sá Júnior, professor do departamento de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Doutor em Linguística escreveu o quarto capítulo denominado *Narrativas míticas no universo simbólico da cultura*, na perspectiva linguística das vozes como matrizes da memória e do imaginário, em que se analisaram os mecanismos que fundam a estrutura performativa da voz poética do bendito; as observações deste estudo estão centradas, portanto, na voz circunstancial e na fenomenologia da recepção. A partir do levantamento de tradições religiosas portuguesas evidenciou-se que alguns cânticos foram transportados para o Brasil Colonial na diáspora portuguesa, através das correntes da

oralidade e da memória. Ao chegar ao Brasil esses textos sofreram, dentro do processo de trocas simbólicas, grandes permutas e combinações. Este capítulo busca fazer uma análise das influências destes textos e cânticos e suas conformações na cultura da Região do Mato Grande.

No quinto e último capítulo denominado *Nova ruralidade: concepções, embates e reflexões sobre particularidades na Região do Mato Grande* os professores Andrezza Maria Batista do Nascimento Tavares, Márcio Adriano de Azevedo e Renier Dantas Cavalcante abordam a discussão sobre a ideia de Nova Ruralidade, tendo como enfoque aspectos socioeconômicos, políticos e culturais da região do Mato Grande norte-rio-grandense. Norteadas por concepções divergentes, a *nova ruralidade* emerge em um contexto de avanços científicos e tecnológicos, acentuando os embates e as contradições entre os que usufruem do agronegócio e aqueles que sobrevivem da agricultura familiar.

Esperamos que este material, fruto da experiência dos docentes na Região do Mato Grande possa contribuir para o aprimoramento dos estudos sobre os diversos aspectos da cultura da região aqui abordados e que possa também ser um caminho para a promoção de novas pesquisas.

# DINÂMICA URBANA E CIRCUITOS DA ECONOMIA NA CIDADE DE JOÃO CÂMARA/RN

Matheus Augusto Avelino Tavares<sup>1</sup>

## INTRODUÇÃO

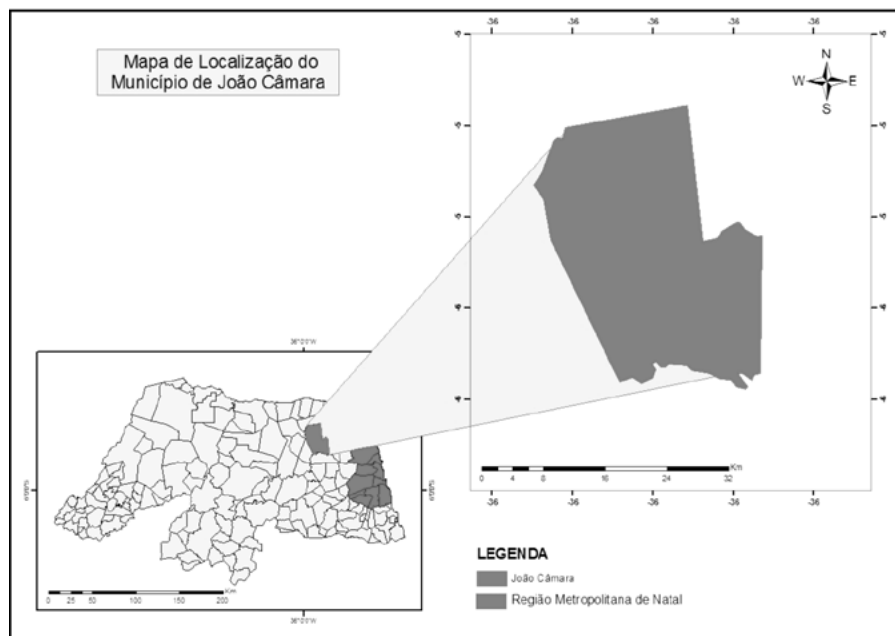
O pleno entendimento da dinâmica e funcionamento das cidades passa pela compreensão de suas principais atividades econômicas, ou como diria Souza (2008), pelas suas atividades geoeconômicas. Em João Câmara, cidade localizada nas proximidades da Região Metropolitana de Natal/RN (Mapa 1), essas atividades dizem respeito, sobretudo ao comércio e à prestação de serviços, que exercem acentuada importância para a sua economia, principalmente nos últimos anos, quando a economia urbana torna-se determinante para o município como um todo, após a decadência das economias ditas tradicionais (FELIPE, 1986), especialmente aquelas relacionadas aos circuitos espaciais de produção do algodão e do sisal. Esta predominância da economia urbana revela-se por meio da renda gerada no município, a qual aproximadamente 90% (IBGE, 2010a) é proveniente de atividades tipicamente citadinas, tais como o comércio, os serviços e os pequenos estabelecimentos industriais.

Portanto, iniciamos apontando que nos últimos anos a economia urbana de João Câmara vem sofrendo intensa expansão de suas atividades, principalmente aquelas do circuito inferior da economia. O município tem hoje 527 estabelecimentos cadastrados junto a CDL (2010), mas este

---

<sup>1</sup> Doutorando em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), professor de Geografia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) – Campus João Câmara. Email: matheusgeografo@yahoo.com.br

número pode atingir um total de aproximadamente 600, pois constatamos que esse cadastro não contemplou muitos dos ambulantes e dos vendedores itinerários existentes na cidade que não possuem um ponto fixo. Entendemos que mais de 90% do total de estabelecimentos da cidade, exercem atividades típicas do circuito inferior, uma vez que apresentam baixo nível de incorporação tecnológica, de organização e de capital, fazendo parte o restante das atividades, ou do circuito superior propriamente dito ou do circuito superior marginal. Desse modo, constata-se que a expansão das atividades econômicas em João Câmara está profundamente atrelada ao crescimento do circuito inferior da economia e com o aumento do consumo entre as camadas mais pobres da sociedade.



Mapa 1: Localização de João Câmara no território Potiguar e em relação à Região Metropolitana de Natal

Produzido por Diego Tenório

É importante destacar que embora João Câmara tenha uma tradição comercial relevante, constatamos que a cidade vem passando por um fenômeno relativamente recente de expansão do seu comércio e principalmente dos serviços, dado que do total de estabelecimentos

registrados na CDL (2010) (tanto formais quanto informais), aproximadamente 50% foram inaugurados nos últimos 5 anos, e se estendemos a idade dos estabelecimentos para os últimos 15 anos, perceberemos que esse número chega próximo da casa dos 70%, o que, conseqüentemente, evidencia que se trata de um fenômeno relativamente novo e intenso. Não queremos dizer que a cidade só recentemente viu a expansão de seus estabelecimentos do circuito inferior, dado sua tradição, sobretudo para o comércio; o que se pode constatar é que a natureza é outra, pois novas formas de comércio e de serviços que não existiam outrora na cidade, tais como: estabelecimentos de venda de aparelhos de celulares e acessórios, de CDs e DVDs, financeiras, concessionárias de motocicletas etc., passaram a fazer parte da atual configuração do espaço geográfico de João Câmara.

Dito isso, podemos afirmar que essas atividades que vem se expandindo e configurando a economia e o território de João Câmara, fazem parte do que Santos (1979, 2008) denominou de Circuitos da Economia Urbana. Esse sistema teórico busca interpretar a economia das cidades a partir da existência de dois circuitos, um circuito superior – composto pelos bancos, comércio, indústria de exportação, indústria moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores; e um circuito inferior – que se constitui pelas formas de fabricação de uso não intensivo de capital, pelos pequenos comércios e pelos serviços não modernos, voltados, sobretudo, para o consumo dos mais pobres. (SANTOS, 2008).

Os circuitos da economia urbana podem ser vistos, como subsistemas da economia urbana, no qual todas as formas de trabalho estão integradas (SANTOS, 2008). Eles têm a mesma origem, ainda que resultem direta e indiretamente de vários processos de modernização que atingem seletivamente e descontinuamente as porções do território. Nesse processo, é preciso destacar que o circuito inferior, em muitos casos, se torna dependente do circuito superior, sobretudo por causa dos serviços prestados por atacadistas, transportadores, fornecedores de crédito e, ainda, pelos produtos comercializados que em diversos aspectos procuram copiar aqueles do circuito superior; por isso, o circuito inferior não pode ser analisado de maneira isolada, pois ele mantém intensas relações com o superior, sejam essas relações de dependência ou não.

Nesse sentido, o objetivo desse trabalho consiste em analisar a expansão dos dois circuitos da economia urbana na cidade de João Câmara/RN, como ênfase na compreensão dos fatores que influenciaram na sua constituição, bem como na sua dinâmica e atual configuração espacial.



Faz-se mister destacar que não pretendemos somente realizar uma análise da economia urbana do município de João Câmara, mas intentamos contribuir na construção de uma metodologia para o estudo das cidades a partir da teoria dos circuitos da economia urbana desenvolvida por Santos (1979) e renovada por Silveira (2004, 2007a, 2007b), sobretudo, no que consiste ao estudo das cidades que não estão inseridas nas regiões metropolitanas e que se constituem na maioria dos municípios da formação socioespacial brasileira. Tais cidades vêm sendo estudadas e adjetivadas de médias e pequenas, o que, do nosso ponto de vista, se constitui num equívoco crasso, dado que entendemos que é preciso elaborar teorias para entendermos as cidades independentes de seu tamanho, pois o que é uma cidade média para São Paulo, com certeza não o é para o Rio Grande do Norte e vice versa.

Acreditamos que o sistema teórico totalizante dos dois circuitos da economia urbana oferece subsídios para o estudo das cidades independente de seu tamanho e/ou dimensões, pois busca compreender a totalidade das existências sociais, ou seja, intenta o entendimento do espaço banal através da relação dialética entre o circuito superior e o inferior, considerando que “a riqueza produzida pelo circuito superior não pode ser compreendida sem a pobreza própria do circuito inferior, que este também perpetua” (SILVEIRA, 2007a, p. 3).

O nosso trabalho se encontra dividido em duas partes. Na primeira fizemos uma análise das variáveis que contribuíram tanto para a constituição territorial de João Câmara quanto para a formação dos dois circuitos da economia urbana; na segunda, realizamos uma análise da existência e da dinâmica proporcionada pelos dois circuitos na cidade de João Câmara; e, por fim, tecemos nossas considerações finais.

## **CONSTITUIÇÃO TERRITORIAL E VARIÁVEIS CHAVES PARA A EXPANSÃO DOS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA EM JOÃO CÂMARA/RN**

Compreendemos que a constituição e atual configuração dos dois circuitos da economia urbana em João Câmara decorrem da conjunção de vários aspectos que ao longo dos anos foram delineando o seu território, indo desde variáveis relacionadas aos circuitos espaciais de produção do algodão e do sisal, marcantes em momentos pretéritos e em outra Divisão Territorial

do Trabalho (DTT), chegando até os programas de assistência do Estado Brasileiro que, no curso dos últimos anos, favoreceram, sobremaneira, a expansão do consumo, sobretudo nas populações mais pobres.

Buscaremos, a partir da constituição territorial de João Câmara, levantar elementos que nos possibilitem compreender a atual dinâmica dos dois circuitos da economia na cidade. Nesse sentido, Milton Santos (1994), aponta que é preciso compreender o processo formativo das coisas, pois a análise do presente somente a partir dele próprio, pode dificultar o pleno entendimento dos processos e as formas de constituição dos territórios.

Partindo dessa análise pode-se dizer que a constituição territorial de João Câmara tem o seu início a partir de 1917 com a produção de um grande objeto geográfico, trata-se da Estrada de Ferro Central do Rio Grande do Norte que, saindo de Natal em direção a Lajes, no interior do Estado, estabeleceu uma estação ferroviária nas terras até então parcamente usadas, denominadas de Baixa Verde e posteriormente João Câmara (TORQUATO, 2009); (SILVA, 2006). Nesse período, podemos falar de um momento de “letargia” dessa região (SILVEIRA, 1999), dado que ainda predominava um meio natural, no qual a ação do homem ainda não produzia grandes objetos e nem era capaz de engendrar grandes fluxos que possibilitassem modificar a paisagem ou criar novas materialidades (SANTOS, 2006). No entanto, esse sistema de movimento pouco a pouco foi favorecendo a constituição de novos espaços que se destinavam tanto à produção como à comercialização de mercadorias, conforme afirma Torquato (2009).

A densificação técnica desse meio geográfico se dá com a produção do algodão<sup>2</sup> em larga escala, de modo que esse circuito espacial de produção<sup>3</sup> foi fundamental para a constituição territorial de João Câmara, pois engendrou, direta ou indiretamente, um intenso movimento no território não só de produtos diversos e de populações, mas também de ordens e de capitais.

Em um primeiro momento, o circuito espacial do algodão em João Câmara compreendia o plantio, descaroçamento e seu escoamento,

---

2 De acordo com Silva (2006), a produção do algodão nas terras que compreendem João Câmara tem seu início “a partir de 1917 [...] através das firmas Fernando Gomes Pedrosa e da firma João Câmara & Irmãos”.

3 Salienciamos que não é nosso objetivo compreender em sua totalidade o circuito espacial do algodão que se desenvolveu em João Câmara, apenas queremos evidenciar o quanto esse circuito fomenta a expansão territorial da cidade.

sendo que o espaço concentrador de funções era o da fazenda, pois duas das principais etapas do processo aí se localizavam. Cabia à pequena aglomeração urbana então existente realizar as funções da comercialização do produto e seu escoamento por meio do novo sistema de movimento recém constituído.

A partir de meados dos anos 20 e início da década de 1930 dois eventos se mostram fundamentais no processo de formação territorial de João Câmara, são eles: as transformações na divisão territorial do trabalho e as mudanças na constituição do circuito do algodão (CLEMENTINO, 1987). O primeiro está diretamente relacionado ao processo de industrialização da região Sudeste que promove uma mudança no processo de circulação dessa mercadoria, uma vez que se outrora o principal centro consumidor era a Inglaterra, a partir desse momento passou ser São Paulo e Rio de Janeiro que expandiam de maneira intensa sua indústria têxtil, demandando uma quantidade maior dessa matéria prima (TAKEIA, 1981). Este processo teve grande repercussão no território potiguar e, particularmente, para as áreas produtoras de algodão; no caso de João Câmara, tivemos uma expansão da área produzida que se materializou no espaço geográfico por meio da existência de três usinas de beneficiamento e uma de produção de óleo, ligadas às firmas de João Câmara & Irmãos e de Fernando Gomes Pedrosa.

O segundo evento supracitado proporcionou uma mudança na constituição do circuito espacial do algodão. Trata-se da saída das máquinas do interior das fazendas e sua localização em pequenos aglomerados que se tornaram cidades-sedes de vários municípios (CLEMENTINO, 1987); (FELIPE, 2010). Tal processo mudou radicalmente a organização e dinâmica territorial de João Câmara, sobretudo porque as usinas de beneficiamento que aí se constituíram intensificaram sua expansão territorial e seu processo de urbanização conforme demonstrou Silva (2006). Assim, a partir dessa conjuntura, toda a produção do algodão se dirigia para a cidade para então ser comercializada, beneficiada e exportada para Natal por meio da rede ferroviária.

Além disso, nesse momento temos uma densificação técnica do circuito espacial do algodão que promoveu a emergência de uma usina produtora de óleo a partir do seu caroço. É assim que nasce mais uma “solidariedade técnica” para usarmos as palavras de Milton Santos (2006), pois o início do beneficiamento do caroço do algodão e sua transformação em óleo permitiram o surgimento da usina, o que possibilitou o aumento da demanda por essa matéria prima e, por conseguinte, a expansão da área produzida.

Essa valorização do circuito espacial do algodão não somente em João Câmara, mas na totalidade do território potiguar, evidencia claramente uma hierarquização e um controle dos lugares tanto em nível do território nacional, quanto em nível do sistema internacional ou da economia-mundo. Desse modo, na dimensão nacional, a hierarquização se dá tanto por meio do controle da produção que era exercido pelos grandes fazendeiros que impunham o seu sistema de produção aos trabalhadores rurais, quanto ao nível da circulação e comercialização que, em parte, é controlado pelos grandes empresários ligados à indústria têxtil do Rio de Janeiro e de São Paulo, principais compradores do produto.

A hierarquização dos lugares e controle do circuito espacial do algodão se concretiza com a participação das grandes corporações internacionais das quais as três irmãs, SAMBRA, CLAYTON e MACHINE COTTON, que atuaram amplamente no território potiguar, são os melhores exemplos (OLIVEIRA, 1981). Conforme expõem Oliveira (1981, p. 48) são esses “grandes trustes internacionais que controlam a circulação internacional” e os preços dessa matéria prima a fim de mantê-los a níveis mínimos que garantam a extração de uma mais-valia que já se mostrava mundializada.

A intensificação e manutenção do circuito do algodão, por no mínimo três décadas, foi fundamental para a constituição de um comércio, tipicamente do circuito inferior. De acordo com Torquato (2009, p. 35) a partir de 1921-1923 a feira semanal começa a se desenvolver na cidade, tanto a partir de produtores que se direcionavam para esse espaço com o objetivo de comercializarem seus produtos, quanto por meio daqueles que para aí convergiam para adquirir novos bens. Pode-se dizer que temos aí o início de uma das feiras livres mais importantes do estado e a mais importante da região em termos de dinâmica geoeconômica. As palavras de Torquato (2009, p.109) captam bem essa realidade:

E volta as suas atividades, principalmente, para a agricultura e o comércio, levantaram-se logo edificações para este último objetivo, num largo ou pateo, especialmente reservado para a realização da feira semanal e localização do futuro Mercado Público. Era o núcleo do que é hoje a Praça Getúlio Vargas, onde, aos sábados, se realiza uma das maiores feiras semanais do Estado.

Em suma, toda essa dinâmica do circuito espacial do algodão nessa região que perdurou até mais ou menos os anos 50 e 60, deixou profundas marcas na organização e dinâmica territorial de João Câmara que se tornou a principal cidade de sua região, tanto do ponto de vista do circuito do algodão quanto do comércio que era alimentado pelo grande fluxo de capital e de mercadorias que o circuito proporcionou, sobretudo em tempos de safras.

A partir desse período, ao mesmo tempo em que presenciasse certo processo de retraimento do circuito do algodão, João Câmara vê o surgimento do circuito espacial do sisal. A expansão deste circuito nos revela traços do processo de mundialização que então se configurava, uma vez que atendia a mercados internacionais que, sobretudo a partir da Segunda Guerra Mundial, passaram a demandar mais dessa matéria prima.

Assim, à medida que o mercado mundial e nacional aumentava sua demanda, o circuito espacial do sisal pouco a pouco incorporou terras ao seu processo produtivo e avançou em áreas que outrora eram destinadas ao circuito do algodão. Esta realidade traz à tona um processo de refuncionalização do território e o advento de uma nova divisão territorial do trabalho, que neste caso esteve pautada na exportação do sisal. É bem verdade que a lógica hierarquizada de organização dos territórios permanece, pois os centros de comando desse circuito estão estabelecidos nas mesmas áreas que o seu antecessor, ou seja, na região Sudeste, no território nacional, e na Europa a nível mundial.

Se no circuito do algodão o processo de produção era fragmentado em vários pequenos e médios produtores, mesmo com a existência de duas grandes empresas no município, no caso do sisal percebe-se uma grande concentração do processo produtivo. Em João Câmara foi a Companhia Industrial de Fibras S/A (SISAF), a empresa que comandou todas as etapas do processo, pois além de deter uma grande fazenda que era responsável pela maior parte de sua produção, a empresa era responsável pelo beneficiamento, comercialização e pelo escoamento do produto até o seu destino final no território potiguar, que era o Porto de Natal.

Usando as palavras de Santos (2006), podemos dizer que esse circuito do sisal técnica ainda mais o meio geográfico de João Câmara, tanto do ponto de vista do uso de transportes para o escoamento da produção, quanto por meio do uso de maquinários como, por exemplo, de tratores, para fazer a preparação das terras para plantio, bem como para seu cultivo.

De acordo com Oashi (1999), mesmo com a produção de fibras sintéticas a partir de meados dos anos 1960, verifica-se, sobretudo nos

anos 1970, uma grande expansão do espaço produtivo do sisal, uma vez que várias indústrias de manufaturados de sisal passaram a incorporar novas técnicas que tornavam o produto mais competitivo no mercado nacional e internacional. É justamente nesse período que a SISAF amplia sua área de produção em João Câmara e torna o circuito do sisal como o principal dinamizador da organização territorial do município.

Destacamos que a expansão do circuito do sisal não se deu somente em João Câmara, mas em vários municípios do território potiguar, onde imensas áreas de produção passaram a configurar espaços de monocultura, dada a vastidão das áreas ocupadas. Dos anos 1970 até meados da década de 1980, a exportação do sisal, segundo Santos (1999), atingiu o seu apogeu com a quantidade de 21.000 toneladas somado todo território potiguar em uma única safra, sendo que João Câmara tornou-se um dos principais produtores devido à hegemonia da SISAF.

A dinâmica proporcionada por esses circuitos de produção (algodão e sisal) se refletiu na constituição territorial por meio do processo de urbanização e pela formação de um comércio que apresentou grandes fluxos, não somente nos dias da feira semanal, uma vez que para aí convergiam pequenos e médios produtores de toda a Baixa Verde, mas também pela existência de um comércio permanente que era ainda mais fortalecido nos períodos de safras desses produtos, haja vista que o fluxo de capital aumentava substancialmente. Podemos afirmar que parte da dinâmica dos dois circuitos da economia urbana de João Câmara atualmente é tributária das materialidades (feira e comércio) e temporalidades (urbanização) fomentadas pelos circuitos espaciais do algodão e do sisal.

Dadas as características citadinas desses circuitos espaciais de produção, eles engendraram um processo de urbanização em João Câmara que se mostrou ascendente desde a década de 1970, e se intensificou nos anos 80, repercutindo até o início da década de 1990, quando se verifica uma falência desses circuitos proporcionada por uma série de fatores tais como: entrada no mercado de produtos sintéticos, pragas naturais e pela não modernização do processo produtivo (CLEMENTINO, 1987; FELIPE, 1986).

Com isso, outra variável que emerge como fundamental para o pleno entendimento da constituição dos dois circuitos da economia urbana em João Câmara é a análise do processo de urbanização. De acordo com dados do IBGE (BRASIL, 1970; 1980; 1991; 2000; 2010b), nos últimos quarenta anos João Câmara presenciou não somente o aumento de sua população que

passou de 18.297 em 1970 para 22.826 em 1980, 25.854 em 1991, 29.248 em 2000 e para 31.518 em 2010, mas uma expansão do seu processo de urbanização, uma vez que sua população urbana passou de 8.307 em 1970 para 12.759 em 1980, 17.694 em 1991, 19.956 em 2000, e para mais de 22.000 habitantes em 2010, o que evidencia um acréscimo substancial na população urbana, que nesse período mais do que dobrou. Esta realidade quando somada ao crescimento total da população acaba funcionando como incremento para o alargamento do mercado consumidor da cidade.

Não obstante, compreendemos que esse processo de urbanização não somente faz crescer a população residente na cidade, mas também introduz novos hábitos e costumes, realidade que também contribui para emergência de novas formas de comércio, de serviços e de produção. Então, a expansão dessas atividades em João Câmara também possui relação direta com o avanço do dito “consumo moderno” em todas as camadas sociais, mesmo “se essa participação é parcial ou ocasional nas camadas menos favorecidas”, conforme argumenta Santos (2008, p. 37).

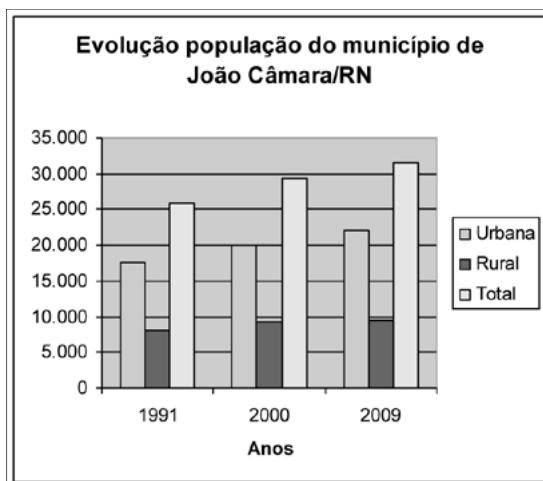


Gráfico 1: Evolução populacional em João Câmara  
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE

Na mesma proporção em que cresce a população da cidade e que se introduzem novas formas de consumo, verifica-se um incremento no número de estabelecimentos, especialmente aqueles do circuito inferior, mais notadamente os de comércio e de serviços, que correspondem a

aproximadamente 95% (CDL, 2010) das atividades existentes na cidade.

Nesse sentido, a partir das ideias de Santos (2005) podemos dizer que essa expansão do consumo também tem relação direta com a disseminação do meio técnico-científico-informacional para distintas partes do território, dado que o mesmo traz em seu bojo a banalização e disseminação de inúmeros objetos técnicos que, devido à expansão do crédito e ao aumento do poder de consumo da sociedade, tornou-se de fácil acesso, até mesmo para os segmentos mais pobres da sociedade. Por isso, o autor afirma que no Brasil “a gama de artigos de consumo aumenta enormemente. A expansão do consumo da saúde, da educação, do lazer, é paralela à do consumo das bateadeiras elétricas, televisões, e de tantos outros objetos” (SANTOS, 2005, p. 52)

Além do mais temos o fator publicidade que vem impulsionando o consumo moderno, publicidade esta que invade o cotidiano da sociedade através da difusão de informações veiculadas pelas mais variadas formas de comunicação, tais como: rádio, televisão, telefones e internet, conforme estabelece Contel (2006).

Em João Câmara a publicidade acontece por meio da utilização de banners, cartazes, cartões, folhetos, rádios locais e através de carros e motos de som que diariamente percorrem as principais vias da cidade para divulgarem os produtos dos principais estabelecimentos. Vale destacar que a produção dessas formas de publicidade é realizada pelos próprios agentes desse circuito, através do uso de computadores e em associação com pequenos estabelecimentos gráficos. De acordo com dados da CDL (2010), aproximadamente 40% dos estabelecimentos fazem algum tipo de publicidade como forma de divulgarem os seus empreendimentos.

Se nas grandes metrópoles a materialização dessas novas formas de consumo impulsionadas pela publicidade se dá através dos hipermercados e dos *shoppings centers*, numa cidade interiorana como é João Câmara, a geografização das novas formas consumo ocorre por meio de uma acentuada expansão do circuito inferior, principalmente por meio dos estabelecimentos que comercializam produtos que na realidade são imitações de grandes marcas nacionais e internacionais, ou ainda por meio das inúmeras lojas locais de produtos técnicos contemporâneos, tais como as de telefones celulares e as de eletrodomésticos.

Ainda merece ressalva que em se tratando de circuito inferior da



economia, a sua expansão também tem relação direta com a questão do desemprego, que no período histórico atual atinge um maior número de pessoas e, no caso de uma região pobre como é a de Baixa Verde, essa realidade se faz sentir com maior intensidade. É difícil estabelecer com exatidão o número de pessoas desempregadas, mas os dados existentes para estado do Rio Grande do Norte indicam que aproximadamente 11% da população está desempregada (DIEESE, 2007); e para João Câmara este número pode variar, de acordo com dados do Ministério do Trabalho e Emprego (BRASIL, 2010c); entre 10% e 12%, tal realidade somente vem a confirmar uma antiga assertiva de Yves Lacoste (1978), segundo a qual o desemprego é algo crônico e permanente para os países do mundo subdesenvolvido.

O fato é que com taxas de desemprego como estas é, conseqüentemente, cada vez maior o número de pessoas que buscam abrigo no circuito inferior; nas palavras de Silveira (2004, p. 10) essas pessoas devem “encontrar una actividade – y un lugar dentro de la cidade – que sea capaz de permitir su supervivencia”. Tal realidade tanto vale para aquelas pessoas que perderam os seus empregos e que nunca mais conseguiram recuperá-lo, quanto para aquelas inúmeras pessoas que nunca tiveram a oportunidade de conseguir outra forma de emprego; em ambos os casos, o circuito inferior aparece como alternativa devido à sua flexibilidade que permite que, com um pequeno volume de capital, se abra um “negócio” qualquer, e às vezes não é sequer necessário ter este capital, como ocorre, por exemplo, com os vendedores ambulantes das mais variadas naturezas que trabalham no regime de concessão de mercadorias, no qual eles recebem uma quantidade determinada e ao final de um período estabelecido eles prestam conta do que foi vendido.

Santos (2008, p. 202), estabelece que o circuito inferior é “uma estrutura de abrigo para os cidadãos, antigos ou novos, desprovidos de capital e de qualificação profissional”. Os números existentes acerca dos principais problemas das atividades econômicas de João Câmara, somente vêm ratificar essa afirmação, na medida em que, segundo dados da CDL (2010), 40,91% dos estabelecimentos de comércio, 44,51% dos de serviços e 66,67% das indústrias apontam como principal problema de seus negócios a escassez de capital de giro, o que tem repercussão direta nas dificuldades de adquirir matéria prima, máquinas e equipamentos que permitam uma organização e uma modernização de seus empreendimentos.

Outro ponto que também corrobora com a afirmação supracitada é o nível de escolaridade dos trabalhadores que exercem atividades típicas do

circuito inferior, sendo que essa realidade é ainda mais agravante quando nos referimos aos estabelecimentos ditos “informais”, dado que se somente 42,94% dos trabalhadores possuem o ensino médio completo no setor formal, e por sua vez, no setor informal, esse número é de apenas 28,84%; confirmando a assertiva de Santos (2008), já mencionada anteriormente.

Outra variável importante para entendermos a expansão dos circuitos na cidade de João Câmara, é o aumento do poder de consumo da sociedade, sendo que esta questão se revela por meio de três aspectos fundamentais: acesso ao crédito (tanto público quanto privado), aumento dos programas de transferência de renda e pelo substancial número de aposentadorias. Para as cidades do interior e particularmente na cidade em questão, tais aspectos funcionam como a principal mola propulsora para dinâmica dos circuitos.

Quanto ao primeiro aspecto, baseado em Silveira (2004), podemos dizer que a disseminação do crédito é uma característica do período atual e está relacionada ao fato de que as grandes redes financeiras e as agências bancárias (públicas e privadas), típicas do circuito superior, tendem a não deixar de lado nenhuma parcela do território nacional e da economia, o que, por consequência, vem ampliando a capilaridade das agências e a oferta de diversas formas de crédito aos usuários. Em João Câmara essa oferta de crédito tem incrementado o consumo para todas as camadas sociais e é realizada tanto por meio das agências estatais, como Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, quanto por intermédio de pequenas filiais de várias instituições financeiras, como, por exemplo, as agências do Panamericano, BMC, Cruzeiro do Sul, Santander, Mercantil do Brasil, BGM, Losango dentre outras existentes na cidade. No total são aproximadamente 10 agências de financiamento que exercem uma política audaciosa de busca por clientes. De acordo com Lima (2009, p. 18), essas redes financeiras “chegam a fazer hoje atendimento nas casas. Elas conseguem os telefones de clientes em potencial (provavelmente junto ao INSS, ao Estado e às prefeituras) e agendam visitas às casas”, para lhes oferecer as suas linhas de crédito.

É sempre relevante destacar que tais instituições, embora apresentem taxas de “juros leoninas” (SILVEIRA, 2007a) têm, em muitos casos, uma ampla atuação no seio da sociedade, sobretudo para aqueles agentes sociais que trabalham como pessoa física e que, por isso, possuem dificuldades para conseguir acesso ao crédito dos bancos; para esses agentes, essas financeiras acabam sendo a saída mais fácil, tendo em vista que disponibilizam créditos mais fáceis e rápidos do que os bancos que possuem uma burocracia maior para a realização de empréstimos.

Todavia, é preciso destacar que, se em um primeiro momento essa expansão das redes financeiras funciona como combustível para a intensificação do consumo, pois de posse do crédito as pessoas movimentam um volume maior de dinheiro para a aquisição de produtos; em um segundo momento, esse processo acaba se tornando um entrave para a continuação do consumo, uma vez que as pessoas assumem uma dívida que, em alguns casos, pode comprometer até 30% do orçamento, o que, conseqüentemente, inviabiliza a continuação do consumo por um longo período (12-60 meses), ou seja, depois da euforia segue um período de endividamento e pagando taxas de juros “leoninas” para usarmos, novamente, as palavras de Silveira (2007a).

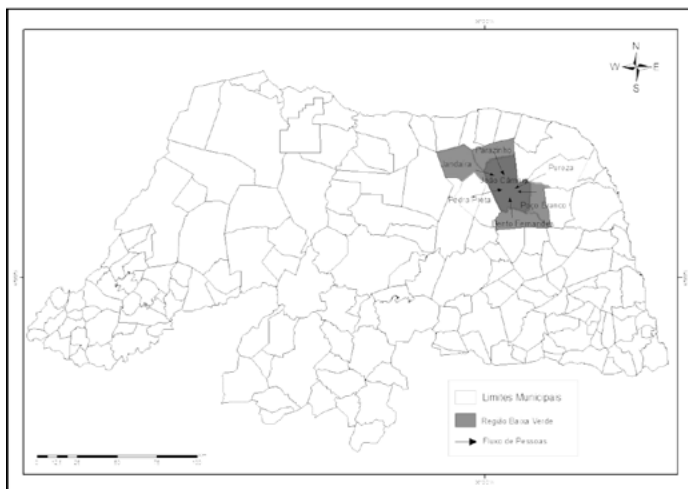
A expansão dos sistemas de crédito bem como a existência do circuito superior em João Câmara também se dá por meio da disseminação dos cartões de crédito, que são aceitos nos mais variados estabelecimentos da cidade, desde pequenas lojas a redes de supermercados, sendo que as bandeiras mais utilizadas são master-card, visanet e hiper-card que, sendo as bandeiras com maior capilaridade, são as mais difundidas entre as classes populares da cidade de João Câmara. Entre 20 e 30% (CDL, 2010) dos estabelecimentos já utilizam esses sistemas de créditos e acreditamos que esse número tende a aumentar, pois muitos comerciantes afirmam que esta é uma tendência que deve ser seguida por muitos outros que procuram ampliar suas vendas.

Nos últimos seis anos, o alargamento dos programas de transferência de renda do governo federal também tem incrementado sobremaneira o poder de consumo da sociedade, sendo que isso se torna mais intenso nas cidades que não apresentam a mesma dinâmica econômica que as regiões metropolitanas, uma vez que esta fonte de renda acaba sendo uma das principais mantenedoras do consumo, principalmente, aquele do circuito inferior. Em João Câmara, esses programas têm impulsionado o comércio local, dada a quantia de recursos que entram mensalmente no município que, embora seja baixa por família, quando somamos o montante final temos um volume considerável, que é capaz de manter níveis mínimos de consumo para as camadas mais pobres. De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome (MDS) (BRASIL, 2010 d), na cidade de João Câmara são 4.461 famílias recebendo os auxílios do Bolsa Família, o que quando somado atinge R\$ 465.000,00, ou seja, um volume de dinheiro que possibilita um incremento a mais para o consumo na cidade, favorecendo a expansão de diversas formas de consumo.

Somem-se a isso o montante gerado pelas aposentadorias e pelos funcionários da administração pública que, no estado do RN como um todo, constitui-se na principal fonte de renda para as famílias. É a partir dessa renda que tanto temos o financiamento das motocicletas e de eletrodomésticos, quanto a aquisição dos produtos mais básicos para a sobrevivência humana. De acordo com um comerciante, proprietário de um pequeno estabelecimento no centro da cidade, são as aposentadorias e os funcionários públicos, bem como os benefícios do Bolsa Família que, grosso modo, movimentam o comércio de João Câmara, tanto os pequenos estabelecimentos quanto aqueles maiores, de modo que se tirarmos a renda gerada por essas duas categorias, o comércio da cidade não resiste.

Também exerce significativa importância para a intensificação dos circuitos em João Câmara a situação geográfica de primazia que a cidade se encontra dentro da rede urbana da região de Baixa Verde, ou seja, as relações que a cidade desenvolve com o seu entorno emergem como ponto fundamental para entendermos a dinâmica de sua economia urbana. Santos (1980, p. 157), enfatiza a necessidade de compreendermos uma cidade em relação com a rede urbana na qual se insere ao dizer que “as pesquisas feitas na perspectiva do acondicionamento do território mostram que, quando se quer conhecer a realidade viva de uma economia urbana, é preciso considerar o conjunto das células urbanas de uma dada região”.

Essa influência sobre as demais cidades da rede se dá, sobretudo no que concerne às atividades de comércio e de serviços, uma vez que parte da população dessas cidades vizinhas encontra em João Câmara o *locus* perfeito para a realização do consumo. De acordo com os comerciantes, entre 25% e 30% do público que consome no comércio local são de pessoas oriundas de cidades vizinhas, sendo que as cidades que apresentam uma maior conexão espacial com João Câmara são as que compõem a Região de Baixa Verde, a saber: Poço Branco, Parazinho, Bento Fernandes e Jandaira. Também constatamos que populações de outras cidades (Pureza e Pedra Preta) também se deslocam para João Câmara para satisfazerem suas necessidades (mapa 2), o que somente vem a confirmar a dinâmica dos circuitos existente nessa cidade, bem como o papel de João Câmara na rede urbana regional, ou ainda pode nos revelar que a influência dessa cidade não se resume somente aos municípios da rede urbana da qual ela é a cidade principal, mas atinge outras cidades.



Mapa 2: Localização de João Câmara na Região de Baixa Verde.

Produzido por Diego Tenório

Embora a procura ocorra pelos mais variados tipos de estabelecimentos, constatamos que essas populações buscam com maior intensidade aqueles do setor de moveleiro, de eletrodomésticos, de roupas e de aparelhos de telefonia móvel. De modo geral, a procura ocorre com maior ênfase no período que compreende o final e o início de cada mês; além disso, a feira livre de João Câmara é também bastante requisitada, principalmente, por aquelas populações que vivem nas áreas rurais dessas cidades e que se deslocam para esse espaço em busca de alimentos e roupas. De acordo com um comerciante, possuidor de um pequeno mercadinho, os dias de feira são os mais intensos do comércio, sobretudo porque nesses dias a circulação de pessoas pelas ruas da cidade é mais de duas vezes maior que às dos dias normais.

Desse modo, o grande fluxo de pessoas que circulam diariamente na cidade, mas, principalmente, no dia da feira semanal, está diretamente relacionada à influência que esta cidade exerce sobre aquelas que estão ao seu entorno, dado a sua maior dinâmica para o comércio e serviços.

Não obstante, é preciso atentar que os circuitos se retroalimentam, de modo que a massa de salários gerada em um circuito acaba fomentando o consumo no âmbito do sistema como um todo. No caso de João Câmara,

como temos uma enorme predominância do circuito inferior, é este com o seu montante de renda gerado, que mais alimenta, tanto o seu próprio crescimento, quanto o do circuito superior. Quanto ao consumo neste circuito, podemos exemplificar com o caso do pequeno comerciante ou o do proprietário da cigarreira que compra a motocicleta em uma das concessionárias da cidade. Nesse sentido, trata-se de uma interação entre os circuitos, situação que somente comprova uma assertiva de Santos (2008, p. 261), segundo a qual “os dois circuitos não são dois sistemas isolados e impermeáveis entre si, mas, ao contrário, estão em interação permanente”.

Em síntese, essas variáveis, quando tomadas em conjunto, nos permitem compreender como e porque os circuitos da economia, mas principalmente, o circuito inferior vem se expandindo na cidade de João Câmara; além do mais revelam que dependendo do contexto analisado, novas variáveis podem vir à tona para explicação dos circuitos. Esta situação em análise também evidencia que os circuitos adquirem formas diversas de existência que emergem a partir da relação contraditória entre as condições socioespaciais de cada parcela do território e os eventos externos, que como diria Santos (2006), tanto tem o poder de transformar uma fração do espaço, dando-lhe um novo conteúdo, quanto sofrer as interferências desse mesmo espaço, que muitas vezes muda sua forma de existência.

## **OS CIRCUITOS DA ECONOMIA E SUA CONFIGURAÇÃO ESPACIAL NO MUNICÍPIO DE JOÃO CÂMARA**

Com base no que já foi exposto, podemos dizer que ao mesmo tempo em que presenciamos a intensificação do processo de urbanização da sociedade (SANTOS, 2005), temos uma expansão acentuada do circuito inferior da economia, sobretudo porque o atual processo de urbanização é, cada vez mais, guiado pelas lógicas de reprodução desigual e combinada do capital (SMITH, 1996), que proporciona que as atividades mais modernas, típicas do circuito superior, se concentrem nas regiões metropolitanas e nas cidades mais dinâmicas do território nacional, ficando as demais cidades, na maioria das vezes, excluídas desse processo. Todavia, isso não quer dizer que essas cidades não tenham atividades do circuito superior, o fato é que estas se apresentam, via de regra, de maneira pontual, de modo que na economia urbana dessas cidades prevalecem as formas de trabalho típicas do circuito inferior.

Em João Câmara, como na maioria das cidades do território potiguar, esta realidade se faz presente, pois é cada vez mais intensa a presença do circuito inferior, com destaque para os pequenos comércios e estabelecimentos de prestação de serviços, que estão presentes em diversos subespaços da cidade. Do total de estabelecimentos existentes, conforme já pontuado, calculamos que cerca de 95% faz parte do que se chama de circuito inferior da economia urbana, dado que apresentam os seus principais elementos constitutivos, tais como: organização precária, baixo índice de capitalização e de incorporação tecnológica. Esses números, além de demonstrarem a importância desse circuito na dinâmica territorial de João Câmara, também nos revelam o peso desse circuito na absorção de mão de obra na cidade, mesmo que parte considerável desses empregos seja precária ou desassistida das garantias básicas dos trabalhadores.

Nesse sentido, constatou-se que do total de empregos existentes na cidade, mais 50% não garantem os direitos fundamentais do trabalhador, e, em alguns casos, nem mesmo o salário mínimo é garantido. A análise com base nos dados do MTE (2010), que tem como enfoque central a questão da Formalidade e Informalidade das atividades, também aponta nesse sentido, dado que apresenta que aproximadamente 60% dos postos de trabalho existentes na cidade estão em condições de informalidade. Mesmo sabendo que este enfoque está permeado por diversas inconsistências tanto do ponto de vista teórico quanto empírico, conforme demonstraram Santos (1979), Silveira (2004) e Montenegro (2009), sobretudo, por que não considera as relações de complementaridade contraditórias existentes entre as atividades econômicas (formais e informais), como o faz a teoria dos circuitos; ele nos revela a situação de precariedade das formas de trabalho existentes em João Câmara.

Tais formas precárias de trabalho encontradas na cidade em questão, somente vêm comprovar a relação contraditória que permeia a formação e dinâmica dos dois circuitos da economia, e, em particular, do circuito inferior, uma vez que ao mesmo tempo em que ele pode funcionar como uma estrutura de abrigo para os segmentos mais pobres da cidade, o mesmo também reproduz a situação de pobreza dessas pessoas, porque além delas serem desassistidas dos direitos mais básicos do trabalhador, os seus salários somente permitem a reprodução de sua existência.

O aumento no número empregos também nos revela a dinâmica dos circuitos da economia na cidade de João Câmara, principalmente o circuito inferior, pois a maior parte desses empregos está diretamente relacionada a esse circuito. De acordo com dados do MTE (2010), podemos constatar

que a partir de 2002 o número de empregos passa a ter sucessivos anos elevação em suas taxas. Mesmo registrando-se um recuo nos anos 2004 e 2006, o acréscimo no número de empregos vai se verificar até o presente ano. O período de maior intensidade desse aumento do emprego urbano se dá no triênio que compreende os anos 2007/2008/2009 (Gráfico 2). Vale destacar que é justamente nesse momento que a renda da sociedade brasileira passou por uma elevação, o que, por consequência, pode ter funcionado como estímulo para o aumento de consumo.

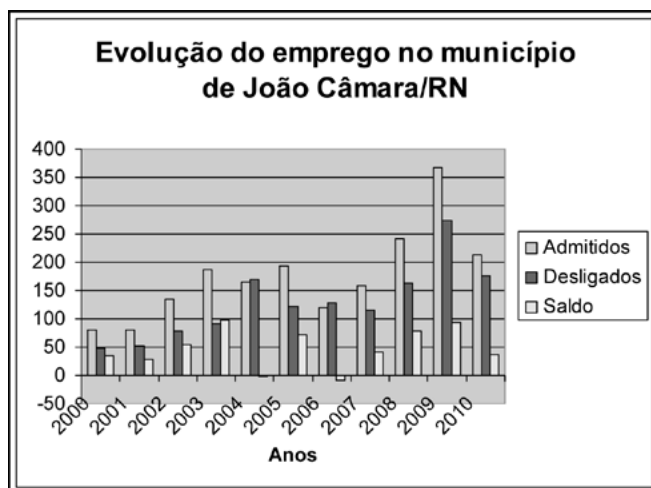


Gráfico 2: Evolução do emprego em João Câmara

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Ministério do Trabalho

A dinâmica desses circuitos para a economia de João Câmara também é revelada a partir de uma análise da renda gerada no município em sua totalidade. Com base nos dados existentes, fica evidenciado que os circuitos respondem por aproximadamente 90% (IBGE, 2010) da renda gerada em João Câmara, sendo que o comércio é o que apresenta uma maior dinâmica. Realizando um cruzamento entre os dados MTE (2010) e do IBGE (2010), conclui-se que do total de empregos existentes na cidade, cerca de 45% provêm do comércio, tal número somente revela o quanto essa atividade é importante na absorção de mão de obra nessa cidade.

Essa maior expressividade do comércio dá-se tanto porque João Câmara sempre teve uma tradição para essa atividade econômica desde os



tempos do algodão e do agave, quanto porque, conforme afirma Salgueiro (1989, p. 158), “em termos económicos a actividade comercial é a mais relevante na circulação económica do capital, pois é através da venda que o capital-mercadoria se torna a converter no capital-dinheiro, indispensável à prossecução de novo ciclo produtivo”.

Como o circuito inferior é o que apresenta maior expansão na cidade, pudemos constatar que essa expansão está se realizando por meio de uma pulverização das atividades econômicas e com uma conseqüente expansão dos micronegócios ou dos micros estabelecimentos. Aliás, Santos (2009) já havia destacado que a pulverização das atividades econômicas é uma característica essencial do circuito inferior. Assim, João Câmara conta com inúmeros pequenos estabelecimentos, os quais, em muitos casos, só abrigam um funcionário que pode ser o próprio proprietário ou um parente seu (filho ou cônjuge). Nesses estabelecimentos, o predomínio do trabalho familiar, da baixa incorporação de capital, de tecnologia e de informação é uma realidade concreta, de modo que temos aí o desenvolvimento de uma atividade econômica, na qual o que é intenso é o trabalho dos funcionários, o que não deixa de ser uma contrarracionalidade (SILVEIRA, 2004), tendo em vista as características do período atual.

Mesmo que a cidade tenha espraído o seu tecido urbano o que, por consequência, fez surgir inúmeros pequenos estabelecimentos em suas áreas mais periféricas, principalmente os comércios de gêneros alimentícios (as bodegas ou mercearias), a área central, as suas adjacências e as ruas que estão imediatamente conectadas a esse núcleo urbano, são os espaços que se apresentam como o *lôcus* mais dinâmico da economia de João Câmara. De modo geral, podemos dizer que é nessa porção da cidade que o circuito inferior evidencia toda a sua diversidade, dado apresentar concentração significativa de estabelecimentos.

Na área central de João Câmara é possível encontrar diversas formas de trabalho que tanto adaptam o meio construído às suas necessidades, como é o caso de inúmeras residências que se tornaram pequenos comércios, quanto as que se adaptam a esse meio construído, principalmente no que concerne a busca por localidades próximas às vias mais dinâmicas dessa área.

Diversos autores já demonstraram, de diferentes formas, a importância da área central para a configuração espacial e dinâmica das cidades (SANTOS, 2008); (CORREA, 2006). Usando Santos (2000), como referência, podemos dizer que o centro é o espaço par excellence das rugosidades, dado apresentar diversas divisões territoriais do trabalho sobrepostas.

Nesse sentido, é necessário apreendermos que a área central de João Câmara é a parte mais acessível da cidade e é onde as atividades econômicas começaram a se desenvolver a partir da relação direta entre os fluxos de pessoas, capitais e mercadorias com as determinações do meio construído. Devido a sua maior carga de temporalidades materializadas no espaço, o centro de João Câmara acaba influenciando a localização futura das mais variadas formas de estabelecimentos.

Desse modo, esta área central é dominada pelo comércio e serviços que se imbricam e formam um espaço de atração, que influencia tanto a população que deseja estabelecer alguma relação econômica, quanto novos empreendedores que tentam iniciar um novo negócio. De modo geral, esta área compreende as ruas Cícero Varela, Pe. João Maria, Sete de Setembro, Vereador Severiano da Câmara, Monsenhor Walfredo Gurgel bem como toda a área que circunda a Praça Baixa Verde e a Praça Antônio Justino Souza. É nesse subespaço que se concentram enorme quantidade de estabelecimentos das mais variadas naturezas, tais como: lojas de eletrodomésticos, de moveis, de roupas, estabelecimentos de administração pública, redes de supermercados, pequenos mercadinhos, perfumarias, farmácias, concessionária de motocicletas, bancos, agências de crédito, estabelecimentos de alimentação, lojas de material de construção, de DVDs, CDs e de importados em geral. Podemos afirmar que aí os dois circuitos da economia aparecem de maneira imbricada e convivendo lado a lado e, em alguns casos, disputando a mesma clientela.

Dentre as atividades estabelecidas na área central de João Câmara, destacamos inicialmente aquelas pertencentes ao circuito inferior, mas que apresentam uma relação direta com o circuito superior, tais como: lojas de roupas e de calçados e os pequenos comércios CDs/DVDs. Quanto as primeiras (lojas de roupas e de calçados) é importante destacar as colocações de Santos (1979) e Silveira (2004, 2007a), quando estes argumentam que um dos pilares do funcionamento do circuito inferior é a imitação de produtos típicos do circuito superior. Desse modo, grande parte dos produtos comercializados nesses estabelecimentos é, na realidade, uma reprodução daqueles produzidos pelas grandes marcas internacionais (Nike, Puma, Adidas, Yves Saint Laurent, Colcci, etc.), que apresentam considerável influência no consumo da sociedade. Assim, se reproduzem na escala do lugar, formas de consumo engendradas pela economia globalizada.

Além disso, a partir de nossas análises, pudemos constatar que em muitos desses estabelecimentos coexistem vários circuitos espaciais de

produção. Tanto temos comerciantes que estão inseridos no circuito de produção de roupas de Caruaru, Fortaleza e de São Paulo, se bem que este aparece com menor frequência; quanto aqueles que se inserem nos circuitos dos calçados das cidades serranas do Rio Grande do Sul e do Ceará. De maneira geral, esses comerciantes fazem compras no atacado nos comércios especializados existentes nessas cidades ou em outras capitais, para em seqüência revenderem em João Câmara.

Já os pequenos estabelecimentos de CDs e DVDs são uma constante no espaço urbano de João Câmara, sobretudo, porque no período atual eles não são procurados somente pelos grupos sociais que não tem condições de adquirir produtos originais, mas também por pessoas que apresentam amplas condições de consumo. Aliás, é cada vez mais constante o consumo de produtos do circuito inferior pela classe média da sociedade, o que comprova a tese de Santos (2007), segundo a qual todas as classes sociais podem consumir fora do circuito ao qual estão mais ligadas, mesmo que esse consumo seja apenas ocasional ou esporádico.

A expansão do circuito inferior em João Câmara também se dá por meio da comercialização de produtos típicos do circuito superior como é o caso dos aparelhos de celular, que a cada dia se fazem mais presentes no seio da sociedade. De acordo com Silveira (2004), se são as grandes corporações que dominam a produção e a venda desses objetos, o restante da circulação é realizada por outros agentes, sendo que são aqueles pertencentes ao circuito inferior que fazem com que esses produtos cheguem às mãos das camadas mais pobres da sociedade.

A difusão maciça do telefone celular entre aqueles grupos sociais que realizam atividades não-hegemônicas aparece como importante instrumento de trabalho, proporcionando que estes ampliem as suas fronteiras de trabalho e garantam, desse modo, a realização de mais negócios. Na realidade de João Câmara, a título de exemplificação, podemos destacar: moto-taxistas, pedreiros, marceneiros, mercadinhos, pequenas pizzarias, entre outras formas de trabalho e de comércio, que usam diariamente esse objeto técnico como forma de realização de seus negócios. É interessante lembrar que o telefone celular faz parte do rol de objetos técnicos que Milton Santos (2000) denominou de dóceis e flexíveis, justamente porque são passíveis de serem apropriados para finalidades diversas das quais foram concebidos.

É preciso destacar que a difusão maciça desse novo objeto técnico, próprio do período histórico atual, não só vem proporcionando a criação de

pequenos estabelecimentos destinados à sua comercialização, mas também de estabelecimentos que são destinados ao conserto e manutenção dos aparelhos, bem como engendra o aparecimento de um amplo mercado voltado para venda de acessórios, como: capas, baterias, bolsinhas, adesivos etc.; tais atividades são realizadas em sua maioria por ambulantes ou pequenos comerciantes que trazem essas formas de trabalho como a sua única fonte de renda.

Expressões das formas de consumo moderno que emergem nas metrópoles e representantes legítimas do circuito superior, as redes de eletrodomésticos e as de supermercados também fazem parte da configuração dos circuitos da economia urbana em João Câmara.

Tais redes se expandem, cada vez mais, pelo território porque praticam formas de organização que permitem compras em grandes volumes com melhores preços e condições na forma de pagamento das mercadorias. Tal situação possibilita que estabeleçam melhores preços para a revenda de seus produtos, o que, quando somado à grande flexibilidade em suas formas de pagamento, funciona como atrativo e estímulo ao consumo.

No caso das redes de eletrodomésticos, constatamos a existência de três, a Unilar, a Maré Mansa e as Casas França. Uma característica marcante dessas redes é que elas, em muitos casos, direcionam-se para atender as necessidades de consumo de um público tipicamente do circuito inferior e tentam atraí-los por meio de facilidade no crédito como uso de carnês ou crediários, a partir dos quais o financiamento é feito pela própria loja.

Tais redes atuam em várias parcelas do território Potiguar e em muitos casos concorrem de igual para igual com grandes redes nacionais, como por exemplo, a Insinuante e a Rabelo. Em João Câmara, a consequência direta da expansão dessas redes, em muitos casos, é o fechamento de inúmeros outros pequenos estabelecimentos, que não dispondo dos mesmos mecanismos de compra de mercadorias acabam sucumbindo diante da forte concorrência.

Quanto às redes de supermercados que se fazem presentes em João Câmara, destacamos a Rede Mais, que se constitui num dos mais sólidos grupos de supermercados do Estado do RN. A lógica de funcionamento, bem como as consequências da inserção dessa rede na cidade são as mesmas daquelas das redes de eletrodomésticos. Entretanto, destacamos que ainda que várias pequenas bodegas não resistam à concorrência estabelecida por essa rede, constatamos que muitos ainda sobrevivem no mercado, graças

ao desenvolvimento de relações que não se explicam pela racionalidade do capital. Exemplo concreto é a prática do fiado ou das “cadernetas”, que na realidade consiste em um crédito informal estabelecido pela relação de proximidade e de confiança entre o cliente e proprietário do estabelecimento.

Há ainda uma variedade de estabelecimentos de comércio e de prestação de serviços como salões de cabeleireiro, bares, lanchonetes, pontos de mototáxi, loja de material de construção, de ferramentas, além de pequenas mercearias e mercadinhos. Todos esses estabelecimentos se localizam nos mesmos subespaços de maneira contígua, formando um espaço densamente ocupado que em dias intensos chegam a lembrar as grandes cidades, de modo que não constatamos a existência de áreas de especialização urbana em uma única atividade ou ramo, mas de áreas de diversificação, nas quais predominam múltiplos circuitos espaciais de produção conforme destaca Silveira (2004). Desse modo, fica evidenciado que nessa área da cidade o processo de trabalho apresenta diversas formas de realização, dado que se constitui num subespaço no qual coexistem técnicas de diversos períodos históricos

Outro ponto importante para compreensão do circuito inferior em João Câmara é a feira livre semanal. Correia (1981), já havia destacado o papel dessas para as cidades nordestinas, sobretudo porque elas formam um traço de união entre o campo e a cidade. Tais feiras livres apresentam grande dinâmica territorial, pois envolvem em um mesmo espaço produtores e comerciantes das mais variadas naturezas e de vários pontos do território, que convergem para a cidade a fim de comercializarem produtos diversos, tais como: hortifrutigranjeiros, carnes, peixes, frutas, cereais, legumes, ferramentas agrícolas, roupas, calçados etc. Em suma, uma diversidade de produtos que nos revelam um intenso movimento no território, bem como a existência de múltiplos circuitos espaciais de produção que se imbricam em um mesmo espaço para configurarem uma das maiores feiras livres do território potiguar.

Assim, a feira livre semanal de João Câmara representa o momento de maior dinâmica do comércio da cidade não somente para aqueles que possuem bancas na própria feira, mas também para todo comércio da cidade. De acordo com um comerciante local, a feira livre semanal representa de 30% a 40% de todo o seu faturamento mensal. Isto se deve ao fato de que a circulação na cidade é muito intensa, tanto a partir de fluxos populacionais advindos da área rural de João Câmara, quanto dos vários municípios que estão sob a influência da cidade.

Além da área central e da feira livre, outro subespaço que apresenta intensa dinâmica territorial na cidade são as margens da Rodovia BR 406, que tem em João Câmara um importante ponto de apoio para inúmeros caminhoneiros e comerciantes que circulam diariamente por essa Rodovia. Aliás, a BR 406 é um dos principais espaços de fluxos do território potiguar, dado fazer uma interação espacial da região metropolitana com a região de Macau, e a cidade de João Câmara, por estar localizada às margens desse subespaço, apresenta um número considerável de estabelecimentos que se relacionam com os fluxos que cortam essa Rodovia Federal.

Este trecho da cidade abriga uma significativa quantidade de pequenos restaurantes, lanchonetes, pousadas, oficinas e postos de combustíveis que atendem um público bastante diversificado. São um total de 7 postos de combustíveis de várias bandeiras nacionais e mundiais (Ale, Esso, Petrobras, por exemplo) e mais de 20 estabelecimentos entre pousadas e restaurantes, situados somente às margens da Rodovia BR 406. É preciso destacar que esse considerável número de postos de combustíveis e pousadas dá-se também pela situação geográfica de João Câmara perante a rede urbana da micro região de Baixa verde, uma vez que a maioria dos comerciantes responsáveis pelas revendas nos municípios da região tem na cidade um ponto de apoio permanente.

A cidade de João Câmara também apresenta alguns espaços mais voltados para a realização de funções mais modernas da cidade contemporânea, através da existência de atividades que se orientam de acordo com a atual divisão internacional hegemônica do trabalho (SILVEIRA, 2004). Desse modo, constatamos que o circuito superior também se faz presente na economia de João Câmara, por meio da presença de duas grandes concessionárias de motocicletas multinacionais: as empresas Honda e Yamaha. A existência dessas empresas mundiais sucede na cidade de João Câmara porque no período histórico atual os espaços estão cada vez mais abertos aos investimentos do exterior. (ISNARD, 1978).

Lembramos também que a presença dessas empresas no município de João Câmara vem proporcionando uma intensa expansão de motocicletas, não somente na cidade em foco, que apresenta uma das maiores frotas de todo estado, mas também nos municípios que estão em seu entorno. De acordo com dados do IBGE, em 2010 o município de João Câmara tinha 2.733 motocicletas, tal número sofreu um incremento de aproximadamente 150 motocicletas, se considerarmos o ano de 2011. Tal expansão encontra nexos na difusão dos sistemas de créditos que facilitam sobremaneira o consumo

desses objetos técnicos, especialmente para os aposentados e para aqueles que apresentam uma renda fixa e que tem, desse modo, a oportunidade de realizar diversas formas de financiamento.

Esses espaços organizados verticalmente, embora sejam portadores de uma racionalidade hegemônica, *pari passu*, com os interesses das grandes corporações, vem engendrando espaços que são organizados horizontalmente, pois atendem aos interesses dos agentes sociais locais, sobretudo, àqueles do circuito inferior da economia urbana. Assim, ao mesmo tempo em que temos em João Câmara o aumento de motocicletas, número este incrementado sobremaneira após a chegada das empresas Honda e Yamaha, constatamos o surgimento de inúmeras pequenas lojas de peças novas, usadas, “genéricas”, que surgem para atender a esta grande demanda existente na cidade.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**: Rio de Janeiro, 2010.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**: Estado do Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro, 1970.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**: Estado do Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro, 1980.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**: Estado do Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro, 1991.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**: Estado do Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro, 2000.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**: Estado do Rio Grande do Norte. Rio de Janeiro, 2010b.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome. **Bolsa Família**. Brasília (BRASIL, 2010 d).

BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)**, Brasília. 2010c.

DIEESE. Departamento intersindical de estatísticas e estudos socioeconômicos. **Estudos e pesquisas**. São Paulo, 2007.

CDL - Câmara dos dirigentes lojistas de João Câmara. **Estatísticas**. João Câmara, 2010.

CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda. **Economia e Urbanização: o Rio Grande do Norte na década de 70**. Natal: UFRN. Ed. Universitária. 1997.

CONTEL, Fábio Betiole. **Território e finanças: técnicas, normas e topologias bancárias no Brasil**. 2006. 343 f. Tese Doutorado (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FELIPE, José Lacerda A. **Elementos de Geografia do RN**. Editora Universitária, Natal, 1986.

\_\_\_\_\_. **Rio Grande do Norte: Uma leitura geográfica**. Natal, EDUFRN, 2010.

LACOSTE, Yves. **Geografia do Subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro, DIFEL, 1978.

LIMA, Robeilza de Oliveira. **Publicidade, consumismo e dívida na Região do Mato Grande – RN**. Natal, 2006.

OASHI, Maria da Conceição Guimarães. **Estudo da cadeia produtiva como subsídio para pesquisa e desenvolvimento do agronegócio do sisal na Paraíba**. Tese de doutorado. Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, 1999.

OLIVEIRA, Francisco de. **Elegia para uma Re(li)gião: SUDENE, Nordeste, Planejamento e conflito de classes**. 3ªed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

SANTOS, Paulo Pereira dos Santos. **Evolução Econômica do RN: Do século XVI ao século XX**. Natal, Editora Clima, 1999.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos**. São Paulo: Livraria Francisco Alves Editora S.A, 1979.

\_\_\_\_\_. **Manual de Geografia urbana**. São Paulo: EDUSP, 1980.

\_\_\_\_\_. **Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-**



**científico-informacional.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

\_\_\_\_\_. **A urbanização brasileira.** 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do espaço:** técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

\_\_\_\_\_. **O espaço dividido:** os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SILVA, Rômulo Jarson Souza e. **Perfil sócio-demográfico do município de João Câmara 1949-2000.** Monografia de conclusão de especialização. UFRN, Natal, 2006.

SILVEIRA, Maria Laura Da. **Um país, uma região:** fim de século e modernidades na Argentina. São Paulo: FAPESP, 1999.

\_\_\_\_\_. Globalización y Circuitos de la Economía Urbana en Ciudades Brasileñas. In: **Cuadernos del Cendes.** A. 21. N. 57, terceira época, septiembren-diciembre 2004, p. 1-21.

\_\_\_\_\_. Crises e Paradoxos da Cidade Contemporânea: os Circuitos da Economia Urbana. In: **Anais do X SIMPURB,** Florianópolis, 2007 a.

\_\_\_\_\_. Metrópolis brasileñas: un análisis de los circuitos de la economía urbana. In: **Revista Eure.** Santiago de Chile, vol. XXXIII, n. 100, diciembre de 2007. 2007b, p. 149-164.

SOUZA, Maria Adélia de. **A metrópole e o futuro:** a dinâmica dos lugares e o período popular da História. In: SOUZA, Maria Adélia de. (Org.). **A metrópole e o futuro: refletindo sobre Campinas.** Campinas: Edições Territorial, 2008, p. 35-53.

TAKEIA, Denise Monteiro. Um outro Nordeste: O algodão na economia do Rio Grande do Norte (1900-1915). In: **Projeto História.** São Paulo, PUC, 1981.

TORQUATO, Aldo et al. **Baixa Verde:** Raízes de Nossa História. João Câmara, 2009.

# PUBLICIDADE, CONSUMISMO E DÍVIDA NA REGIÃO DO MATO GRANDE, RN<sup>4</sup>

*Os historiadores e arqueólogos descobrirão um dia que os anúncios de nossa época constituem o mais rico e mais fiel reflexo cotidiano que uma sociedade jamais forneceu de toda uma gama de atividades.*

Marshall McLuhan

## INTRODUÇÃO

Quando percorremos as capitais e as grandes cidades brasileiras, é comum nos depararmos com a publicidade em todas as suas formas. Ela é veiculada pelas centenas de *outdoors* que enchem o cenário urbano. É vista nas centenas de engenhos luminosos e não-luminosos da cidade. Está em pinturas que disputam lugar em muros de residências e de estabelecimentos variados. Está estampada nas faixas e nos cartazes, na maioria das vezes, afixados em locais proibidos pelas legislações municipais relativas ao uso de publicidade, como é o caso de viadutos, postes e outros locais públicos.

Ela também marca presença nos panfletos distribuídos nas entradas das lojas, nas calçadas, nas passarelas e nos semáforos, transgredindo, muitas vezes, os Códigos de Limpeza Urbana dos municípios. Está nas fachadas das grandes e pequenas lojas. No caso das grandes lojas, chega a ser usada de

---

4 Robeilza de Oliveira Lima, Mestre em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) – Campus João Câmara. E-mail: robeilza.oliveira@ifrn.edu.br.

forma massiva na área externa e interna. A publicidade também enche os jornais e revistas. É veiculada por carros de som. É parte integrante dos blogs e de muitos sites na Internet. Também está presente nas emissoras de rádio e de TV. Na verdade, ela faz parte do cenário moderno de forma muito expressiva.

É um verdadeiro império que precisa ser controlado por órgãos específicos, como é o caso das Secretarias Municipais de Meio Ambiente, pois, dada a proporção, chega a gerar poluição visual. Em São Paulo, por exemplo, o uso dos *outdoors* se tornou algo tão disseminado e de tamanha proporção que a prefeitura resolveu proibir o uso desse meio de publicidade na cidade.

A presença marcante da publicidade nos grandes centros urbanos é sintomática de sua grande importância em termos discursivos e sociais. Mas, fora dos grandes centros, qual será o seu espaço? Partindo dessa indagação, nosso estudo buscará mostrar como a publicidade está sendo explorada na região do Mato Grande, quais as condições de produção e seus efeitos para a região. Nosso trabalho buscará averiguar essas questões numa perspectiva crítica. Seus objetivos principais são analisar os anúncios veiculados na região a fim de verificar o poder exercido por eles no sentido de estimular a compra de determinados bens de consumo; averiguar os recursos utilizados para atrair os clientes e para propagar a lógica de consumo, isto é, a ideologia da classe empresarial; observar as condições de produção do discurso publicitário na região e quais os efeitos sociais advindos desse discurso.

Nortearmos o estudo, recorrendo à concepção tridimensional do discurso, presente no capítulo “Teoria social do discurso”, o qual integra o livro *Discurso e mudança social*, de Norman Fairclough (2008), e a alguns conceitos presentes no capítulo “Discurso e dominação: uma introdução”, que faz parte da obra *Discurso e poder*, de Teun A. van Dijk (2008).

A fim de realizarmos nosso estudo, analisaremos anúncios publicitários produzidos nas cidades de João Câmara e de Touros, as quais funcionam como os dois pólos comerciais e de prestação de serviços do Mato Grande. Os anúncios estudados são oriundos das emissoras de rádio Assunção 89 FM, Baixa Verde AM e Farol AM, do telão instalado na praça principal de João Câmara nos finais de semana e dos carros de som que circulam diariamente na região.

## ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO: UMA RETROSPECTIVA E UM CAMINHO A SEGUIR

De acordo com Ruth Wodak (2003), tanto a Linguística Crítica quanto a Análise Crítica do Discurso são disciplinas que se interessam por estudar as relações de dominação, discriminação, poder e controle que se manifestam na linguagem de forma explícita ou não. Dessa forma, no dizer de Wodak (2003), a ACD investiga criticamente a desigualdade social expressa no discurso, o qual, muitas vezes, funciona como uma forma de dominação e força social, servindo para sustentar as relações do poder constituído.

Para Wodak (2003), levando em consideração que o discurso é produzido e interpretado historicamente, estando, por isso, situado num tempo e num lugar específicos, e que as ideologias de grupos poderosos são responsáveis por legitimar as estruturas de dominação, a LC e a ACD se propõem a analisar as pressões sociais exercidas pelas classes mais elevadas e as possíveis maneiras de resistência às desigualdades escondidas sob o manto das convenções sociais. Segundo esse pensamento, os sistemas dominantes transformam as convenções em algo natural, encobrendo a ideologia e o poder envolvidos.

É importante esclarecer que, de maneira especial, a ACD é uma disciplina cuja abordagem de discurso tem como elemento basilar a noção de contexto, estando a linguagem intimamente ligada ao social, o que difere grandemente da visão apresentada pela denominada linguística autônoma, como assegura Pedro (1998). Nas palavras de Wodak (2003), é de grande interesse da ACD a estreita relação entre linguagem e contexto social, a qual:

[...] garante que a linguagem se ache entrelaçada com o poder social de um bom número de maneiras: a linguagem classifica o poder, expressa poder, está presente ali onde existe um desafio ao poder ou uma luta para segui-lo. O poder não deriva da linguagem, mas a linguagem pode ser utilizada para desafiar o poder; para subvertê-lo, para alterar as distribuições de poder a curto e a longo prazo. A linguagem constitui um meio finamente articulado para diferenças de poder existentes nas estruturas

sociais hierárquicas. [...] A ACD se interessa pelos modos em que se utilizam as formas linguísticas em diversas expressões e manipulações do poder. (WODAK, 2003, p. 31 – Tradução nossa)

Dessa forma, é tarefa da ACD analisar como funcionam as visões de mundo que integram os acontecimentos e, de modo especial, como esses fatos se relacionam com a linguagem, o discurso, a ideologia e a sociedade (PEDRO, 1998). Nas palavras de Magalhães (2001), os estudos críticos da linguagem estabelecem, de maneira nuclear, os conceitos de discurso, prática social, ideologia e hegemonia. Para essa autora, o discurso deve ser compreendido como sinônimo de prática social, a qual envolve ação e representação. Nessa acepção, ele se relaciona de forma dialética com a estrutura social, podendo ser apreendido como representação e como significação do mundo.

A prática discursiva, segundo Magalhães (2001), compreende o uso da linguagem através da produção, distribuição e consumo de textos, processos esses que variam de acordo com o tipo de discurso e os fatores sociais envolvidos. Conforme ainda a autora, a prática discursiva, na sua forma linguística, textual, deve ser apreendida numa acepção hallideana, como linguagem falada ou escrita, abrangendo, na atualidade, a dimensão semiótica. Por outro lado, a ideia de ordens de discurso é extraída de Foucault e engloba as práticas sociais em sua integralidade e em suas relações com as instituições ou a sociedade.

Para Resende e Ramalho (2006), compreender a linguagem em uso como prática social é considerá-la uma ação localizada historicamente, formada socialmente e formadora de identidades sociais, relações sociais e sistemas de conhecimento e crença. Essa é a dialética existente entre discurso e sociedade, pois, apesar de o discurso ser delineado pela estrutura social, ele é também um dos elementos que molda a estrutura social. Daí, podemos dizer que há uma relação interna e dialética entre linguagem e sociedade.

Wodak (2003) nos lembra de que, segundo Thompson, a noção de ideologia tem sua origem no século XVIII, quando foi usada pela primeira vez na França, e tem apresentado diferentes funções e significados de acordo com a época. Conforme esse autor, o termo ideologia remete às formas e processos sociais por onde transitam as formas simbólicas. Para

Resende e Ramalho (2006), adotando uma visão crítica, a ideologia é quem funda e sustenta as relações de poder, reproduzindo a ordem social que beneficia indivíduos e grupos com poder para dominar. É por isso mesmo que a concepção crítica diz ser a ideologia, essencialmente, hegemônica. Assim, as formas simbólicas que instituem e apóiam relações assimétricas de poder são ideológicas.

Já Fairclough (2008, p. 116) discute a noção de “discurso em relação à ideologia e ao poder”, situando “o discurso em uma concepção de poder como hegemonia e em uma concepção da evolução das relações de poder como luta hegemônica”. O autor esclarece que se ancora em três bases para formular o conceito de ideologia:

Primeiro, asserção de que ela tem existência material nas práticas das instituições, que abre o caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia. Segundo, a asserção de que a ideologia ‘interpela os sujeitos’, que conduz à concepção de que um dos mais significativos ‘efeitos ideológicos’ que os linguistas ignoram no discurso (segundo Althusser, 1971: 161, n. 16), é a constituição dos sujeitos. Terceiro, a asserção de que os ‘aparelhos ideológicos de estado’ (instituições tais como a educação ou a mídia) são ambos locais e marcos delimitadores na luta de classe, que apontam para a luta no discurso e subjacente a ele como foco para uma análise de discurso orientada ideologicamente.

Segundo Fairclough (2008, p. 117), as ideologias são “significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais)”, cuja construção se dá em “várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas”. De acordo com o autor, elas também influenciam na produção, na reprodução ou na transformação das relações de dominação. Essa posição acerca da ideologia, afirma o autor, se assemelha a de Thompson. Fairclough (2008, p. 121) defende ainda que nem todo discurso é ideológico, mas são investidos de ideologia quando “incorporam significações que contribuem para manter ou reestruturar as relações de poder”. Esse investimento, conforme o autor ainda, ocorre em

graus diferenciados, ocorrendo com maior força em discursos como o da publicidade.

De acordo com Thompson (apud RESENDE; RAMALHO, 2006), há cinco maneiras de operação da ideologia: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Para o autor, através da legitimação, relações de dominação são fundadas ou conservadas, por serem representadas como legítimas, isto é, dignas de apoio. Por meio da dissimulação, relações de dominação são estabelecidas ou sustentadas pela negação ou ofuscação, ocasionada, muitas vezes, por deslocamento, eufemização e tropo. Na unificação, são usadas construções simbólicas obtidas pela padronização (fruto da adoção de um referencial partilhado que é padrão) ou pela simbolização (construção de símbolos capazes de criar uma identificação coletiva). A fragmentação é usada para dividir indivíduos e grupos que, se unidos, poderiam ser um obstáculo à conservação do poder. As estratégias utilizadas para viabilizá-la são a diferenciação (ênfase nos traços que desunem) ou o expurgo do outro (representação do grupo como um adversário a ser combatido). Por último, no modo de operação chamado de reificação, uma situação efêmera é representada como permanente, tendo sua natureza sócio-histórica ofuscada.

Assim, na visão da ACD, o estabelecimento e a conservação de relações desiguais de poder ocorrem em grande medida devido à ideologia. As formas nas quais a linguagem serve de mediação para a ideologia, em diversas instituições sociais, são de grande interesse da disciplina. Por esse motivo, no processo analítico da ACD, os seres humanos são avaliados a partir de sua socialização e suas subjetividades bem como o uso linguístico são considerados como um reflexo de uma produção resultante de contextos sociais e culturais, os quais são norteados por formas ideológicas e desigualdades sociais. Mas é de grande relevância assinalar que a ACD, diferentemente de outras abordagens, não enxerga o sujeito como “um agente processual com graus relativos de autonomia” e sim como um ser “construído por e construindo os processos discursivos a partir da sua natureza de actor ideológico” (PEDRO, 1998, p. 20).

Operacionalizando o Realismo Crítico, a ADC<sup>5</sup> considera como momentos de uma prática social: o discurso; a atividade material; as relações sociais,

---

5 Abreviação de Análise de Discurso Crítica, uma variação da expressão mais usada, a saber, Análise Crítica do Discurso.

compreendidas pelas relações de poder e lutas hegemônicas; e o fenômeno mental, o qual envolve crenças, valores e desejos, isto é, ideologias. Desse modo, o discurso é um momento da prática social, a qual abarca outros momentos de igual relevância, que devem também ser contemplados na análise. É assim que o discurso, numa relação dialética de articulação e internalização, integra a prática social como algo capaz de influenciar os outros elementos e de ser influenciado por esses (RESENDE; RAMALHO, 2006).

Como mencionamos antes, Fairclough (2008) atrela o discurso à ideologia e ao poder, o qual deve ser entendido como hegemonia. Hegemonia, para o autor, é liderança e também dominação nas esferas sociais da economia, política, cultura e ideologia. É ainda:

[...] o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais, mas nunca atingido senão parcial e temporariamente, como um 'equilíbrio instável' [...] é um foco de constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação, que assume formas econômicas, políticas e ideológicas (FAIRCLOUGH, 2008, p. 122).

Resende e Ramalho (2006) afirmam que Fairclough define duas relações que se estabelecem entre discurso e hegemonia. Em primeiro lugar, a hegemonia e a luta hegemônica assumem a forma de prática discursiva em interações verbais a partir da dialética entre discurso e sociedade – hegemonias são produzidas, reproduzidas, contestadas e transformadas no discurso. Em segundo lugar, o próprio discurso apresenta-se como uma esfera da hegemonia, sendo que a hegemonia de um grupo é dependente, em parte, de sua capacidade de gerar práticas discursivas e ordens de discurso que a sustentem.

Entre os principais estudiosos da ACD estão Norman Fairclough e Teun van Dijk. Na visão de Wodak (2003), Fairclough é responsável por sustentar as teorias sociais que estão na base da ACD. De modo especial, ele se



interessa em estudar a linguagem dos meios de comunicação de massas, os quais, embora apresentem uma linguagem aparentemente neutra, são decididamente uma das sedes do poder. Esses meios, em geral, dizem ser neutros, em virtude de se constituírem num espaço para o discurso público, mas, segundo nos lembra Wodak (2003), Fairclough observa que tal discurso é falacioso, pois eles têm um papel mediador e construtor.

Para Fairclough (2008), o discurso é dotado de três importantes dimensões: o texto, a prática discursiva e a prática social. Ele propõe que a análise textual do discurso seja procedida, levando em consideração quatro categorias: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual, as quais estão aqui em ordem ascendente de importância. Para a análise do discurso enquanto prática discursiva, são adotadas três classes centrais: a força dos enunciados, a coerência e a intertextualidade, as quais não deixam de englobar elementos formais dos textos. Já para a análise do discurso em sua dimensão de prática social, a noção de hegemonia é fundamental, bem como o conceito de ideologia, conforme elucidado anteriormente.

Essas três dimensões são basilares na análise adotada na teoria social do discurso, isto é, no modelo tridimensional proposto por Fairclough (2008). A prática social e o texto são apresentados tendo uma ligação com o evento discursivo. Já a prática discursiva é mediadora entre os anteriores e está voltada para a produção, a distribuição e o consumo do texto e para os processos sociais ligados à economia, à política e a instituições particulares, segundo nos esclarecem Resende e Ramalho (2006). De acordo com Pedrosa (2010), a visão teórica de Fairclough manifesta em *Discurso e mudança social* é desenvolvida a partir do conceito de discurso presente na AD, o qual advém de Foucault e das teorias sociais de Althusser e Gramsci, bem como da teoria sociológica de Bourdieu, entre outros.

Por sua vez, van Dijk, desde os primeiros trabalhos, como afirma também Wodak (2003), manifesta interesse pelos textos e discursos, entendidos como unidades básicas e práticas sociais. Seu principal interesse é estudar o discurso midiático. Ao fazer isso, esse autor consegue reunir diversas teorias e aplicações a respeito da produção, usos e funções dos discursos midiáticos. Com isso, ele pretende criar um modelo teórico que explicita os mecanismos que estão na base do discurso cognitivo.

Como nos lembra Pedrosa (2010), enquanto Fairclough está ligado à corrente social da linguagem, com a teoria social do discurso, van Dijk pertence à corrente sociocognitiva da linguagem e adota a teoria do

conhecimento social, estando seus estudos centrados na tríade: o discurso, a cognição e a sociedade. Segundo ainda essa autora, Dijk lançou, em 2008, seu livro *Discurso e Poder*, que é formado por diversos artigos publicados anteriormente pelo autor. Nessa obra, logo no primeiro capítulo, será discutida a relação entre discurso e dominação, sendo objetivo dessa seção estudar “a reprodução discursiva de abuso de poder e desigualdade social” (DIJK, 2008, p. 9). O autor explica tal objetivo, dizendo:

[...] interessa-nos investigar, por exemplo, de que modo uma entonação específica, um pronome, uma manchete jornalística, um tópico, um item lexical, uma metáfora, uma cor ou um ângulo de câmera, entre uma gama de outras propriedades semióticas do discurso, se relacionam a algo tão abstrato e geral como as relações de poder na sociedade. Isto é, de alguma forma precisamos relacionar propriedades típicas do micronível da escrita, da fala, da interação e das práticas semióticas a aspectos típicos do macronível da sociedade como grupos, organizações ou outras coletividades e suas relações de dominação (DIJK, 2008, p. 9-10).

Em nosso trabalho, tentaremos aliar a concepção dos dois estudiosos tendo o cuidado de utilizar conceitos que não entrem em choque epistemológico. Assim, procuraremos nos orientar a partir da relação discurso e sociedade, comum a ambos, sem adentrarmos nos aspectos cognitivos.

## **AS ARTIMANHAS DA PUBLICIDADE**

Considerando os traços gerais da publicidade como um gênero discursivo, Fairclough (2008, p. 259) a define como “discurso ‘estratégico’ por excelência”, o que, para o autor, remonta à distinção realizada por Habermas entre linguagem “estratégica” e “comunicativa”. Fairclough (2008, p. 259) explica ainda que a publicidade está interessada em construir “imagens”, isto é, em criar “modos de apresentar publicamente as pessoas,

as organizações e as mercadorias e a construção de identidades ou personalidades para elas”.

Carvalho (apud Tavares, 2006), afirma que o discurso publicitário é um dos instrumentos de controle social e, a fim de cumprir essa função, aparenta igualdade, extraíndo da superfície textual os indicadores de autoridade e poder. Esses indicadores são substituídos pela linguagem da sedução visando promover o consumo.

Carvalho (2007, p. 12) afirma que a linguagem utilizada pela publicidade caracteriza-se pela sedução e a persuasão, fatores que “substituem a objetividade informativa”. Para a autora, a mensagem publicitária apresenta três planos distintos: o identificador, o denotativo e o conotativo. Esse último abrange as predicções adicionais que servem para transmitir a ideologia. Na publicidade, a palavra, que por natureza, tem o poder de criar e destruir, de prometer e negar, é explorada estrategicamente como um rico instrumento.

Para Tavares (2006, p. 119), a publicidade é uma mensagem paga veiculada nas mídias com a finalidade de vender um produto ou serviço, valendo-se da ideia de uma marca comercial, para um público-alvo, isto é, um consumidor. Para tanto, são usados “recursos linguísticos e estilísticos de ordenação, persuasão e sedução através de apelos racionais e emocionais”.

Estudando o vocabulário, geralmente explorado na publicidade, Carvalho (2007) observa que as classes preferidas são os substantivos, os adjetivos e os verbos. Conforme a autora, os substantivos são fundamentais para a criação de um nome próprio, isto é, de uma marca, a qual acumula as funções de particularizar o produto e de motivar conotações afetivas. Nas palavras de Fairclough (2008), o mercado contemporâneo exige que as empresas comercializem produtos semelhantes, isso cria a necessidade da construção de uma identidade para os produtos, pois através dela eles serão diferenciados.

Os adjetivos, afirma Carvalho (2007), juntamente com os substantivos abstratos, servem para qualificar o objeto nomeado. Eles também vão estar atrelados à exaltação do nome e dos atributos do objeto da mensagem publicitária. Os verbos são outra classe de uso comum nos textos publicitários, pois eles ordenam ou convidam o cliente em potencial a agir. Associado ao verbo aparece, de forma bastante recorrente, o pronome você, cuja finalidade é envolver o receptor da mensagem.

Carvalho (2007) observou ainda que a linguagem publicitária costuma fazer uso dessas classes gramaticais recorrendo, muitas das vezes, ao expediente dos sentidos contrários, dos sentidos múltiplos e dos intensificadores. Além disso, a lexicóloga compreende a linguagem publicitária como uma expressão conotativa por excelência. Dessa forma, os textos publicitários são hábeis no uso de tropos convencionais – merecendo destaque metáfora, metonímia, sinédoque, lítotes e ironia – e não-convencionais – pressuposto, subentendido, clichê, catacrese e os tropos comunicacionais (ORECCHIONI apud CARVALHO, 2007).

## O DISCURSO PUBLICITÁRIO NA REGIÃO DO MATO GRANDE

Percorrendo o espaço urbano da região do Mato Grande, notamos que ele não é dominado pelos *outdoors* e outros suportes comuns nas capitais e grandes cidades do Brasil, mas é bastante evidente o uso das emissoras de rádio e dos carros de som como meios diários de veiculação da publicidade. Também estão chamando atenção as novas formas de propaganda, como o telão instalado na praça pública de João Câmara (considerada a capital da região). Por esse motivo, passaremos a analisar anúncios veiculados por essas mídias. Observemos, então, os anúncios transcritos abaixo, os quais foram veiculados entre 2009 e 2010, para que compreendamos quais os recursos linguísticos utilizados, quais as condições de produção dos textos, assim como as relações hegemônicas e o conteúdo ideológico subjacente a eles.

1- Ofertas Rede Unilar. Visite agora mesmo as lojas Adriano Móveis e aproveite as ofertas imperdíveis que só o Adriano Móveis oferece pra você. Confira! Fogão Esmaltec 6 bocas, R\$ 359,00. Celular Samsung C 276, com rádio FM, viva voz, só R\$ 155,00 à vista ou em mensais de 15,50 no cartão. Você também encontra câmera digital Samsung, 12 mega pixels, só R\$ 299,00 à vista. Se você está procurando toca CD pra o seu carro, Adriano Móveis tem. Auto rádio com toca CD e MP3 hbuster, só R\$ 189,00 à vista. Passe agora mesmo nas lojas Adriano Móveis,

menores preços, melhores prazos, crediário próprio e facilitado. A entrega mais rápida da praça. Adriano Móveis, Rede Unilar, lugar bom de comprar! (Rádio Farol, Touros/RN, jul. 2010)

2- Explosão de preços baixos é na Casa França da Rede Casas Potiguar. Ofertas em móveis e eletros pra você fazer a festa. Crediário facilitado, preço baixo de à vista e as menores parcelas do mercado. Pode soltar os fogos e comemorar, porque comprar barato é na Casa França Móveis da Rede Casas Potiguar. Casas Potiguar, você muito mais feliz. (Rádio Farol, Touros/RN, jul. 2010)

Os comerciais acima são oriundos do setor moveleiro, o qual se destaca no investimento em publicidade no Mato Grande. Detendo-nos no vocabulário utilizado, percebemos que o primeiro anúncio apresenta expressões, como: “ofertas”, “menores preços”, “menores prazos” e “crediário próprio e facilitado”. Já o segundo contém os seguintes termos: “preços baixos”, “ofertas”, “crediário facilitado”, “preço baixo de à vista”, “menores parcelas do mercado” e “comprar barato”. Observando cerca de vinte comerciais de rádio e de multimídia <sup>6</sup> veiculados na região do Mato Grande no período de 2009 a 2010, mais especificamente, em João Câmara e em Touros, as duas cidades pólos da região, notamos que é recorrente o uso de um vocabulário que alude à economia e à facilidade nas compras.

Quando buscamos dados sobre a economia do Rio Grande do Norte, obtemos informações de que o estado está em desenvolvimento e possui como principais atividades: agricultura, pecuária, pesca, produção de petróleo e de sal, bem como turismo. Na região do Mato Grande, só não encontramos a produção de petróleo e a salineira. Programas de desenvolvimento têm sido incrementados, a maioria deles em fase modelar. Um exemplo disso é o Programa DRS (Desenvolvimento Regional Sustentável) do Banco do Brasil, o qual consiste na criação do Pólo de Tilapicultura, através da instalação de tanques nos assentamentos rurais

---

6 Utilizaremos a expressão multimídia para nos referirmos ao telão instalado na praça pública de João Câmara.

da região. Esse programa surgiu há cinco anos e hoje já conta com uma produção de 13 toneladas mensais <sup>7</sup>.

Entre os planos de desenvolvimento do Mato Grande está a aposta nas cooperativas. O IFRN - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte -, instalado em 2009 em João Câmara, oferece o curso de Cooperativismo, acreditando que, através da formação de profissionais nessa área, contribuirá para a manutenção das cooperativas já existentes (como é o caso da que existe no povoado do Amarelão, que beneficia castanha-de-caju e chega até a exportar para outros Estados) e para a criação de novas que explorem o potencial da apicultura, da farinha de mandioca e da piscicultura.

Apesar da ocorrência de investimentos, a região ainda está longe de um patamar em que a renda média da população sofra uma melhora significativa. Martins e Cavalcanti (2010, p. 15), num estudo realizado sobre a implementação do PAA - Programa de Aquisição de Alimentos - no Rio Grande do Norte, em que o Mato Grande mereceu destaque, afirmam que grande parte dos agricultores familiares, aos quais o programa se dirigia, pertence aos “estratos de mais baixa renda, com 60% obtendo rendimentos inferiores a 1 S.M <sup>8</sup>. mensal, enquanto 11% possuem renda entre 1 e 3 S.M. e 29% acima de 3 S.M.”.

A região do Mato Grande <sup>9</sup>, segundo dados do IBGE em 2004, possui um IDH médio de 0,599, bem abaixo da média do Estado. De acordo ainda com dados de 2004 do IBGE, a população da região é em sua maioria rural (71.036 habitantes das áreas rurais enquanto 60.827 são moradores das áreas urbanas). A população rural subsiste a partir da agricultura familiar e de benefícios do governo (incluindo aposentadorias, pensões e bolsas), estando boa parte dela inserida em assentamentos de reforma agrária. Já a população urbana tem no comércio, em órgãos públicos e em benefícios do governo suas principais fontes de renda.

Tomando como ponto de partida a noção de que o discurso, pelo menos em AD e em ACD, não pode ser analisado como um mero “objeto ‘verbal’

---

7 Disponível em: <http://www.empresasmercado.com.br/noticia.php?id=43>. Acesso em: 10 jul. 2010.

8 Abreviatura utilizada pelos autores para se referirem ao salário mínimo.

9 Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Mato\\_Grande\\_\(regi%C3%A3o\\_do\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Norte\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Mato_Grande_(regi%C3%A3o_do_Rio_Grande_do_Norte)). Acesso em: 27 jul. 2010.

autônomo”, mas precisa ser enxergado como uma “interação situada”, isto é, “como uma prática social ou como um tipo de comunicação numa situação social, cultural, histórica ou política” (DIJK, 2008, p. 12), podemos afirmar que a ênfase no preço dos produtos ultrapassa a questão de estratégia de marketing e de concorrência entre as lojas e é reveladora do contexto socioeconômico em que as lojas estão inseridas. Os comerciais transcritos abaixo são também amostras disso.

3- A Rede Unilar Adriano Móveis, fazendo parte da maior rede de lojas de móveis e eletrodomésticos do Rio Grande do Norte e Paraíba, tem como prioridade gerar a maior satisfação possível aos seus clientes. Tanto com suas lojas modernas, variedades de produtos e marcas, como também com profissionais que tornam essa missão realidade. As maiores promoções e formas de presentear seus clientes tornam do Adriano Móveis um grande ponto de referência no setor moveleiro e de eletroeletrônico. As lojas, com estruturas de primeiro mundo, oferecem aos clientes a maior comodidade possível. Com a promoção dos campeões de prêmios e da moto 0 km realizada pela Rede Unilar Adriano Móveis, de forma gloriosa, no ano de 2009, três pessoas tiveram suas vidas mudadas. Continue sendo cliente da Rede Unilar Adriano Móveis, [pois] você ganha no preço, na facilidade e no atendimento. Rede Unilar Adriano Móveis, o dono do menor preço. (Montoril Vídeo Produções, João Câmara/RN, 01 ago. 2009)

4- Todo mundo compra em Flávio, Flávio. Tudo bem, todo mundo vem pra Flávio [música]. Rua José Severiano da Câmara/RN – fone: 3262-2962 [escrito na tela]. O que você precisa para o seu lar, em Flávio eletromóveis, tem com facilidade e qualidade. Bom atendimento e a menor prestação sempre. Você já sabe, você conhece, é Flávio eletromóveis que faz a sua vida mais feliz. Rua Vereador José Severiano – Centro, João Câmara – Fone: 3262-2962. Tudo bem, todo mundo vem pra Flávio [música]. Na promoção

13 da sorte, a loja Flávio eletrodomésticos mais uma vez sorteou. Veja os ganhadores: Maria das Graças – Sítio Catolé, Jardim de Angicos/RN – 1 computador – dezembro de 2008; Ana Lúcia – Rua do Motorista, Poço Branco/RN – R\$ 1.000,00 – janeiro de 2009; Maria Lúcia – Rua Nossa Senhora de Fátima, 470, João Câmara/RN, R\$ 1.000,00 – fevereiro de 2009; Cleiton Soares – Rua da Esperança, 376, João Câmara/RN – TV e DVD – março de 2009; Maria das Dores – Fazenda Santo Antônio, Parazinho/RN – R\$ 1.000,00 – abril de 2009; Milena Paula do Nascimento – Matão de Jó, João Câmara, ganhadora do mês de – prêmio: 1 refrigerador; Maria Cardoso de Oliveira – Rua Joaquim Rebouças, 439, João Câmara – ganhadora do prêmio: 1 quarto completo; Gilnete Edmar – Rua Nossa Senhora de Fátima, 85, João Câmara/RN – R\$ 1.000,00 – julho de 2009; Maria Zilda - Rua 29 de outubro, João Câmara/RN – estante, estofado e centro – agosto de 2009; Joana Dark – Fazenda 2 Irmãos – Lages do Cabugi/RN – TV e Playstation – setembro de 2009 [as imagens dos ganhadores acompanham essas informações]. Faça como esses ganhadores, venha para a loja Flávio eletrodomésticos, aproveite a promoção 13 da sorte. E no final da promoção, Flávio eletrodomésticos dá 6 motos 0 km. Flávio eletrodomésticos, fazendo a sua vida mais feliz. (Montoril Vídeo Produções, João Câmara/RN, 01 nov. 2009).

De acordo com o anúncio 3, os principais ganhos do cliente são “no preço, na facilidade e no atendimento”, mas a ênfase está mesmo no preço, pois o Adriano Móveis é “o dono do menor preço” e essa é a palavra que vem primeiro. No anúncio 4, a palavra “facilidade” aparece antes de “qualidade” e a expressão “menor prestação” vem acompanhada do advérbio “sempre”, que sugere uma situação de permanência. Além disso, merece destaque a presença da palavra “promoção(ões)”, não porque seja uma peculiaridade dos anúncios da região, pois sabemos que esse vocábulo tem sido explorado largamente na publicidade em geral, mas porque ela adquire uma função toda especial no Mato Grande, onde o público visado pelas lojas, em sua



maioria, pertence à classe C, a qual apresenta renda inferior ou igual a um salário mínimo.

Nas palavras do gerente da Rede Unilar Adriano Móveis (Touros)<sup>10</sup>, 90% do público-alvo da loja pertence à classe C. Uma proporção parecida pode ser atribuída a outras lojas do setor moveleiro, já que comercializam móveis e eletroeletrônicos também populares. As imagens de dez dos ganhadores da promoção ‘13 da Sorte’, realizada pela cadeia de lojas Flávio Eletromóveis (anúncio 4), deixam evidente que todos têm aparência humilde. Desses ganhadores, nove são mulheres, quatro delas idosas (provavelmente aposentadas). Dos dez, quatro moram na zona rural (de João Câmara, Jardim de Angicos, Parazinho e de Lajes do Cabugi) e o restante mora em bairros pobres de João Câmara e de Poço Branco. Os prêmios oferecidos foram: computador, dinheiro (mil reais), TV e DVD, refrigerador, quarto completo, estante, estofado e centro, bem como aparelhos de TV e Playstation.

O sequenciador temporal “agora”, presente no Anúncio 1, ecoa nos demais a partir da ideia de promoção, pois ela representa um convite à compra imediata, já que acentua a ideia de tempo limitado. Embora nos dias atuais o uso da promoção seja algo tão recorrente que, muitas vezes, gera descrédito, é também verdade que ela ainda exerce um grande incentivo ao consumo. Todos nós como consumidores temos o desejo de pagar mais barato pelo que compramos, principalmente quando possuímos um baixo poder aquisitivo. As empresas exploram exatamente isso.

A promoção tem um efeito psicológico positivo, transmitindo uma noção de ganho. Isso se torna quase irresistível para alguns clientes. Heilman et al (apud SANTINI, 2008) acreditam que a ascensão do estado de humor dos consumidores e o efeito psicológico de renda (economia) ocasionado pela promoção tendem a aumentar as compras impulsivas. Para Kimball (apud SANTINI, 2008, p. 33), “a promoção de vendas seria uma indução direta para oferecer valor extra ou incentivo para determinada marca/bem”. Já Laroche et al (apud SANTINI, 2008, p. 33) diz que essa técnica encoraja “consumidores a adquirirem mercadorias não planejadas e realizarem estocagem de produtos promocionados”. Santini (2008, p. 33) ainda lembra que vários “estudos têm indicado que esta ferramenta é uma valiosa forma de comunicação dentro da grande mídia da propaganda”. Podemos, então,

---

10 Em entrevista a nós concedida no dia 21 jul. 2010, ocasião em que visitamos a loja situada na cidade de Touros.

afirmar que os anúncios envolvendo promoções motivam alguns clientes a comprarem de forma impulsiva e não planejada.

Os verbos no imperativo, induzindo ação, só vêm a reforçar essa ideia da compra imediata. No primeiro anúncio, estão nos termos: “visite”, “aproveite”, “confira” e “passe”. No segundo, embora não tenhamos o imperativo, temos a forma modalizada “pode comemorar” que adquire um valor injuntivo. No terceiro, os verbos se referem em sua maioria ao que a loja faz pelos clientes: “gerar”, “tornam”, “presentear”, “oferecem”, mas o imperativo também está presente na sentença: “continue sendo cliente”, que tem uma grande força, por ser a frase final. Já no último comercial, a forma imperativa volta a aparecer num maior número de vezes numa sequência que, se seguida, resultará na compra certa: “veja”, “faça”, “venha” e “aproveite”. Os clientes em potencial são motivados a verem as promoções, fazerem como os ganhadores fizeram, irem à loja e efetuarem a compra, participando da promoção.

Todos esses anúncios exercem um grande poder sobre o público-alvo. Van Dijk (2008, p. 17) define poder social como “controle de um grupo sobre outros e seus membros”. Para o autor, para ser efetivado, esse controle depende, em parte, do controle do contexto e do discurso. No primeiro, o acesso ativo, isto é, à produção dos discursos é restrito por grupos ou instituições mais favorecidos. Já no segundo, o que, como e quais atos de fala podem ou devem ser ditos são estruturas a serem controladas.

Detendo-nos no controle do discurso, podemos afirmar que o controle social é exercido, em grande medida, no/pelo discurso. Nas palavras de van Dijk (2008, p. 23), “muitas formas de poder contemporâneo [...] devem ser definidas como poder simbólico”, o que implica dizer que, muitas vezes, envolve o controle sobre o discurso, a partir da “lógica da reprodução”, a qual consiste na influência exercida sobre grupos menos privilegiados que favorece os interesses daqueles que são detentores do poder. Dijk (2008, p. 23) ainda assegura: “controle do discurso público é [...] indiretamente, controle do que o público quer e faz. Não há necessidade de coerção se se pode persuadir, seduzir, doutrinar ou manipular as pessoas”.

Isso é bastante válido no caso do discurso publicitário. Segundo Tavares (2006), a publicidade, de modo ardiloso e perverso, é capaz de exercer o poder numa acepção foucaultiana, ou seja, aquilo que é dito está submisso a uma determinada ordem discursiva que regula o discurso num dado

momento histórico. Tavares (2006, p. 123) afirma ainda que esse tipo de discurso carrega uma ideologia segundo a qual “a lógica do consumo é socialmente bem vista” e enfatiza:

[...] magicamente, o sentido de um poder que se legitima pela ordem de um espetáculo, no qual o receptor tem um papel e um script a seguir, que é o de ser consumidor (identidade) em um contexto de consumo como um enunciado de pertencimento, idolatria, controle e aceitação social.

Vejamos os anúncios a seguir, os quais são do setor de transporte e também representam um outro grande incentivo ao consumo, muitas vezes irrefletido, na região do Mato Grande.

5- Consórcio nacional Honda. Honda Fanny 125 por apenas 72 parcelas de R\$ 125,76 mensais. Incrível, é menos de R\$ 3,60 por dia. Já imaginou? Consórcio Nacional Honda: é rápido, fácil e seguro. Passe agora mesmo na Baixa Verde Honda. Fone: 3262-1000. (Rádio Assunção 89 FM, João Câmara/RN, 2009).

6- Prepare-se! Em 2010, você vai realizar o seu sonho de pilotar uma moto Honda. Isso mesmo, pilotar uma moto Honda! Muitas promoções, preços imbatíveis e as melhores motos do mercado. Só na Potiguar Honda, você vai encontrar os planos feitos especialmente pra você. Vendas à vista, consórcio, financiamento, boleto, segunda via de consórcio, boleto de lance, ofertas de lance e muito mais. Na Potiguar Honda, tem moto de 150 cilindradas Tamix a álcool e a gasolina, esperando por você. Em 2010, você vai acelerar em uma Honda. E pra você que é fã de moto com um designer do futuro, venha conferir o novo modelo da moto Honda que substitui a Twister. Potiguar Honda, oferecendo a oportunidade e os modelos de moto que você esperava. Venha,

venha pra Potiguar Honda e saia acelerando. Rua Prefeito José Américo, vizinho ao Banco do Brasil. (Rádio Farol, Touros/RN, jul. 2010).

Observando os dois anúncios supracitados, notamos que o primeiro deles enfatiza a facilidade da compra através do consórcio. Para demonstrar essa facilidade, é feito um cálculo em que é apresentado o valor de R\$ 3,60 por dia. Tal cálculo favorece a ilusão de que comprar uma moto é algo muito barato. Quando o número de parcelas é mencionado, é antecedido pelo clássico “apenas”. A frase “Consórcio Nacional Honda: é rápido, fácil e seguro” resume o que afirmamos sobre esse anúncio. Já a frase “Passe agora mesmo”, através do uso do imperativo e do sequenciador de tempo “agora” acompanhado do vocábulo “mesmo” servem para reforçar a ideia da compra imediata.

A concessionária Honda se instalou em João Câmara em 2009 e é perceptível o aumento rápido e significativo do número de motos circulando na cidade. A maioria delas compradas de forma parcelada. Quando as compras são à vista, algumas vezes, os clientes fizeram algum empréstimo. Em Touros, ela também é recente, mas já é nítido o aumento do número de motos trafegando na cidade.

Voltando ao setor moveleiro e de eletroeletrônicos, podemos observar que entre as estratégias de venda adotadas pela maioria das lojas instaladas na região do Mato Grande está a contratação de vendedores externos que fazem panfletagem e/ou vendas no sistema de ‘porta em porta’, ou seja, no domicílio dos clientes. O uso constante de carros de som nas áreas urbanas e rurais veiculando anúncios é um outro procedimento muito adotado.

Exemplifica muito bem isso o caso da Rede Unilar Adriano Móveis que, segundo o gerente da unidade situada em Touros<sup>11</sup>, além dos trios elétricos, usa motocicletas tipo *stradas* equipadas com som, as quais são usadas para fazer propaganda e vendas na zona rural. Circulando nas rodovias estaduais que interligam as cidades do Mato Grande, é comum nos depararmos com caminhões baús que vão fazer entregas em pequenos povoados ou ainda em assentamentos de reforma agrária que se localizam nos chamados cinturões das cidades. Como a distância entre as cidades que compõem a região

---

11 Ver nota anterior.

varia entre 11 km e 143 km <sup>12</sup>, é bem frequente o tráfego intermunicipal de veículos das lojas.

Na zona urbana, é comum vermos trios elétricos e outros veículos equipados com som circulando, especialmente nos centros das cidades. Esses veículos normalmente disputam a atenção dos clientes numa competição acirrada. Às vezes encontrarmos quatro ou cinco carros de som ao mesmo tempo em níveis sonoros, muitas vezes intoleráveis. Além disso, algumas lojas ainda contam com caixas de som nas entradas. Nos inícios e finais de mês em que isso é intensificado, o centro, em especial, de João Câmara e de Touros, se assemelham ao centro comercial do bairro do Alecrim <sup>13</sup>, em Natal.

No caso de Natal, mesmo havendo um Decreto de Publicidade que proíbe o uso dos altos falantes nas publicidades em geral (Decreto 4.621/92), muitas vezes ele é infringido. No caso das cidades do Mato Grande, esse decreto inexistente, bem como uma secretaria especializada em meio ambiente, mas existe uma portaria que disciplina o uso dos carros de som <sup>14</sup>. Essa portaria, que foi firmada pela Promotoria Pública, estabelece os horários e os níveis em decibéis a serem respeitados pelos carros de som. Ela passou a existir depois de alguns problemas envolvendo os carros de som que circulam diariamente na região.

Especialmente no início e no final de cada mês, é comum as lojas intensificarem as propagandas, por se tratarem de períodos de pagamento de aposentados e pensionistas, como também de funcionários públicos. Como exemplo disso, temos o caso da loja Flávio Eletromóveis, situada em Touros, que chega a realizar passeatas com um grupo de aproximadamente 15 a 20 mototaxistas, os quais são uniformizados com camisas que levam o emblema da loja.

---

12 As cidades mais próximas são Poço Branco e Taipu: 10,3 km, com trajeto pela BR 406. Já Jandaíra e Maxaranguape são as mais distantes: 143 km, pela BR 406. Disponível em: <http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&tab=wl>. Acesso em: 29 ago. 2010.

13 É um dos bairros mais populares de Natal e um grande centro do comércio popular na cidade. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Alecrim\\_\(Natal\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Alecrim_(Natal)). Acesso em: 29 ago. 2010. O Alecrim é um dos bairros mais antigos e uma espécie de shopping a céu aberto, para onde o público se dirige com o interesse de comprar barato. Nele são tradicionais os barulhos de carros, inclusive de som. Há vendas de produtos originais e piratas. Disponível em: <http://www.artigonal.com/turismo-artigos/o-bairro-do-alecrim-natalrn-1359684.html>. Acesso em: 29 ago. 2010.

14 A portaria a que nos referimos é 002/2008. Disponível em: [http://matogrande.zip.net/arch2008-08-01\\_2008-08-31.html](http://matogrande.zip.net/arch2008-08-01_2008-08-31.html). Acesso em: 29 ago. 2010.

Esse programa agressivo de marketing, adotado pelas lojas do setor moveleiro, tem culminado com o aumento do número de pessoas que estão endividadas. “Antes os aposentados significavam muito para o comércio da região, mas hoje estão todos endividados. Sobrevivemos hoje pela graça de Deus”, reclama a proprietária de um pequeno comércio do setor frigorífico de João Câmara <sup>15</sup>.

O estímulo ao consumo de forma intensa tem impulsionado muitos a consumirem além do seu poder real de compra. Motivados pela ideia de aproveitar as promoções, muitos acabam ficando “no vermelho”. Não pesando bem a relação custo/benefício, são atraídos pelas “vantagens” das compras parceladas. A facilidade no momento da compra acaba influenciando e os gastos aumentam, o que acaba desequilibrando o orçamento, em especial, daqueles que pertencem à classe C.

Van Dijk (2008, 17), ainda abordando a questão do poder social ou controle social, afirma que quando “esse controle se dá também no interesse daqueles que exercem tal poder, e contra os interesses daqueles que são controlados, podemos falar de abuso de poder”. Conforme o autor explica esse abuso deve ser entendido em seu aspecto negativo e que envolve “injustiça e desigualdade, isto é, todas as formas ilegítimas de ação e de situações”. (DIJK, 2008, p. 28)

É interessante notar que o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) prevê, em seu artigo 6, inciso IV, como direitos básicos do consumidor: “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”. No artigo 37, o Código expressa claramente: “é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva” e, nos parágrafos primeiro e segundo, define as noções de enganosa e abusiva da seguinte forma:

§ 1º – É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características,

---

15 Comentário registrado durante conversa com a proprietária do Açougue “O prazer da carne” no dia 02 jul. 2010.

qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º – É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Embora não tenhamos elementos para afirmar que a publicidade realizada no Mato Grande, através dos anúncios de rádio, multimídia, carros de som e panfletagem, é enganosa, podemos dizer que ela se torna abusiva<sup>16</sup> na medida em que, quando veiculada pelos carros de som, chega, muitas vezes a agredir o meio ambiente, ocasionando poluição sonora. Além disso, induz o consumidor a adotar um comportamento prejudicial, uma vez que, pela excessiva publicidade, o leva a um consumo exagerado, além de seu poder real de compra. Especialmente isso acontece através das recorrentes promoções com seu dilatado poder de persuasão e insistência. Tornam-se então comuns as compras através de cartões de crédito e de crediários.

É nesse cenário que, em aproximadamente uma década, só em João Câmara se instalaram mais de dez agências de crédito, as quais são correspondentes dos bancos BMG, Bradesco, BMC, Cruzeiro do Sul, Santander, Mercantil do Brasil. Essas agências também apresentam um programa agressivo de marketing. As agências de crédito chegam a fazer hoje atendimento nas casas. Elas conseguem os telefones de clientes em potencial (provavelmente junto ao INSS, ao Estado e às Prefeituras) e agendam visitas às casas. Além desses bancos, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica têm convênio com muitas prefeituras da região do Mato Grande e também fazem empréstimos consignados, especialmente, para servidores públicos municipais.

Há muitos casos de pessoas que, não tendo renda fixa para fazer um

---

<sup>16</sup> Em nosso trabalho, não conceberemos o termo abusivo no sentido estrito em que é empregado no Direito do Consumidor pelos doutrinadores. Utilizaremos-no num sentido mais amplo.

empréstimo, recorrem a parentes que são aposentados, pensionistas ou funcionários públicos. Esses parentes são os que assumem as dívidas, isto é, os empréstimos, os quais são consignados, apresentando margem de 30%. Entre janeiro e agosto de 2010, em bancos como o BMG, as taxas de juros ao mês, por exemplo, no caso de aposentados e pensionistas do INSS, variaram de 2,2 a 2,5, atingindo até 45,94% ao ano. Quando procuramos informações sobre os rendimentos das cadernetas de poupança, observamos que eles não chegam a 1% ao mês. A Poupança Ouro do Banco do Brasil, em junho de 2010, apresenta índices que não chegam 0,6% ao mês<sup>17</sup>.

Segundo informações obtidas nas agências de crédito, o negócio mais comum é a compra de dívidas e o refinanciamento, já que a grande maioria dos aposentados e pensionistas, o principal público-alvo, já tem empréstimo em seu nome. Conversando com aposentados que já fizeram empréstimos e já conseguiram liquidar a dívida, eles afirmam que é muito difícil quitar as dívidas por causa das taxas de juros e dos bancos não estarem dispostos a negociar. Os anúncios transcritos abaixo são provenientes de duas agências de crédito instaladas em João Câmara, que são correspondentes do Banco BMG.

7- Atenção aposentados e pensionistas do INSS, funcionários públicos estadual e federal. Está precisando de dinheiro para reformar a sua casa? Trocar seu carro, quitar suas compras atrasadas ou curtir as festas juninas? A Casa de Crédito tem a solução. Vá hoje mesmo à Casa de Crédito e faça seu empréstimo novo ou refinance o seu antigo e receba em apenas 24 horas. O que você está esperando? Vá hoje mesmo e procure um de nossos agentes. E para você empregado público estadual, estamos fazendo o Cartão Bonsucesso. Compramos também sua dívida de todos os bancos. Promoção mês das mães. Fazendo seu empréstimo novo no valor de R\$ 4.000,00, você receberá um lindo celular Nokia Claro Cartão. (Montoril Vídeo Produções, João Câmara/RN, maio 2009)

---

17 Disponível em: [http://www21.bb.com.br/portallb/rendimentosPoupanca/CPR1,2,99.bbx?tipoPessoa=1&codigoMenu=1092&codigoRet=5490&bread=7\\_2](http://www21.bb.com.br/portallb/rendimentosPoupanca/CPR1,2,99.bbx?tipoPessoa=1&codigoMenu=1092&codigoRet=5490&bread=7_2). Acesso em: 29 ago. 2010.



8- Cumpadre (sic), eu fiz um empréstimo em 60 meses, pagando R\$ 153,00 por mês e retirei R\$ 4.500,00. O que você acha? Rapaz, você se precipitou. Fiz um empréstimo de R\$ 5.000,00 em 59 meses com um mês de carência e tem mais: no seu empréstimo, a partir de R\$ 4.000,00, você ganha brinde, que pode ser ventilador, liquidificador ou ferro de engomar. Não é sorteio e sim brinde da Atual Empréstimo. Empréstimo fácil e rápido, sem consulta ao SPC ou SERASA, margem livre que libera até 5.000,00 para aposentados, pensionistas do INSS, servidor estadual, federal, polícia militar. Fale com a Atual Empréstimos. Já, você, funcionário do estado, que não tem margem, a Atual libera. Compramos dívidas de todos os bancos. Você sai com dinheiro. Rua Francisco Calaça, próximo à Oficina de Cacete. Telefone: 3262-3915 ou 9177-6919 e filial na cidade de Parazinho. (Rádio Baixa Verde, João Câmara, jun. 2010)

Observando os anúncios acima, notamos o emprego do imperativo nas expressões “não perca tempo” e “receba em até 24 horas”, o uso do sequenciador temporal “hoje mesmo” e o anúncio de promoções e brindes. Esses elementos nos chamam a atenção por enfatizarem a ideia de que o empréstimo é algo que pode ser feito de imediato. A estrutura textual geral dos três anúncios é parecida, seguindo o padrão dos comerciais do BMG: aposentados e pensionistas são os primeiros a serem mencionados, depois vêm servidores públicos. Aparecem também, nos dois, expressões como: “compramos dívidas de todos os bancos”. Os brindes mencionados são todos eletroeletrônicos, o que se deve, provavelmente, ao fato de o BMG também atuar nesse setor. Essa proximidade entre setor de empréstimo e o setor de eletroeletrônico no Mato Grande vai mais além, uma vez que muitas lojas do setor têm parcerias com financiadoras. O crédito que é oferecido, em geral, de até 20 parcelas, deve-se ao fato de algumas dessas lojas contratarem financiadoras.

Entre os motivos subjacentes para a realização de empréstimos no primeiro anúncio está a quitação de compras atrasadas. Provavelmente, as condições de produção em que o anúncio foi produzido contribuíram para que esse motivo seja mencionado, ou seja, o grande número de clientes

endividados. De acordo com uma reportagem exibida pelo Jornal Hoje, em 13 de maio de 2009<sup>18</sup>, o número de empréstimos consignados no Brasil tem crescido consideravelmente, com base em dados do Banco Central, só em março de 2009, o volume chegou a 82 bilhões de reais.

Conforme a matéria do Jornal Hoje, uma pesquisa realizada pela Associação Comercial de São Paulo revela um dado preocupante: muitas pessoas estão fazendo esse tipo de empréstimo para pagar as dívidas. E a reportagem completa que embora pareça ser um bom negócio trocar juros altos por taxas bem mais baixas, isso só é verdadeiro se for possível quitar as prestações em dia, o que nem sempre ocorre. A facilidade para contrair empréstimos e a falta de planejamento chegam a desorganizar as finanças de muitas famílias.

O aumento do número de empréstimos consignados para pagar dívidas, observado em grandes centros como São Paulo e em vários lugares do Brasil, também pode ser notado na região do Mato Grande. O crescimento do número de agências de crédito é um fator que corrobora essa ideia. É provável que o maior consumo de produtos do setor moveleiro e de eletroeletrônicos, bem como do setor de transportes, seja um dos elementos que contribuem para isso. É provável também que a publicidade, muitas vezes abusiva, tenha uma estreita relação com esse aumento.

Tendo como fonte o Banco Central, a matéria do Jornal Hoje informa ainda que os juros anuais no Cartão de Crédito chegam a 237,9%, no cheque especial a 169,1%, no empréstimo pessoal a 38,1% e no empréstimo consignado a 28,7%, o que gera a impressão de que é vantajoso recorrer a um empréstimo consignado para sanar dívidas. Mas, conforme o educador financeiro Reinaldo Domingos, em entrevista concedida ao telejornal, “empréstimo não serve, não pode ser utilizado para o dia-a-dia, é somente em casos emergenciais, porque empréstimo consignado significa dívida e dívida tem que ser paga”.

As agências de crédito, no entanto, contrariam essa lógica, pois nenhum dos motivos apresentados para se fazer o empréstimo pode ser definido como emergencial. Além da quitação de contas atrasadas por causa de compras efetuadas, são mencionadas as seguintes razões: reforma da casa,

---

18 Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=BB4-6OUuJY8&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=BB4-6OUuJY8&feature=player_embedded). Acesso em: 03 ago. 2010.

troca de carro, festas e dívidas em bancos. O empréstimo é apresentado como uma espécie de panacéia para todos os males. A ideia da compra das dívidas em bancos tem um efeito psicológico positivo sobre quem se encontra endividado. Não é fortuito que o primeiro anúncio traz a frase: “A Casa de Crédito tem a solução”. No entanto, ela esconde a ideia de que o devedor contrairá uma nova dívida.

Um empréstimo como o que é apresentado no segundo anúncio (da Atual Empréstimos), que exige do cliente um prazo de 60 meses, isto é, 5 anos, para quitar a dívida, em que estão embutidas taxas que variam entre 2,2% e 2,34 ao mês e quase 30% ao ano não parecem ser bem a solução esperada por alguém que tem renda mensal de um salário mínimo, parece? Por 4.500,00 retirados, o cliente paga uma parcela mensal de R\$ 153,00. Ao final dos 60 meses, o cliente terá pagado R\$ 9.180,00, isto é, mais do que o dobro do valor recebido. Esse valor se torna mais representativo no caso de refinanciamento, procedimento adotado com frequência por aqueles clientes que já possuem um empréstimo. O refinanciamento implica dizer que o cliente aumentará o tempo para quitar o empréstimo para além dos 60 meses e com isso o valor a ser pago.

Partindo da noção de que as práticas sociais são modos habituais, de tempos e espaços específicos, através dos quais os sujeitos empregam recursos materiais ou simbólicos, com o objetivo de atuarem conjuntamente no mundo (como diriam RESENDE; RAMALHO, 2006), é apropriado dizermos que o discurso publicitário na região do Mato Grande tem exercido um poder capaz de influenciar as práticas sociais relativas ao consumo e à má administração das finanças, as quais têm sido grandemente intensificadas. Esse poder, de acordo com Fairclough (2008), deve-se ao fato de a publicidade possuir um forte conteúdo ideológico, sendo capaz de nos fazer alvos dos interesses dos grupos dominantes, podendo ser um mecanismo usado para sustentar a hegemonia desses grupos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através desse trabalho, foi possível observarmos o poder exercido pelo discurso publicitário na região do Mato Grande. Poder esse que, por vezes, chega a ser abusivo, uma vez que é exercido através de procedimentos

(como é o dos anúncios das recorrentes promoções) capazes de induzir o cliente em potencial às compras de maneira impulsiva, sem que haja um planejamento. Esse tipo de prática social acaba conduzindo o cliente à necessidade de recorrer aos empréstimos, os quais culminam, em geral, com um desequilíbrio financeiro considerável na população de baixa renda. Dessa forma, acreditamos que nosso trabalho, por ter sido desenvolvido numa perspectiva crítica, seja útil para incentivar um consumo mais consciente por parte, em especial, do público classe C que faz parte da região.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 2007.

**Código de defesa do consumidor** (Lei 8.078/1990). Disponível em: <http://www.emdefesadoconsumidor.com.br/codigo/codigo-de-defesa-do-consumidor.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2010.

DIJK, Teun A. van. Discurso e dominação: uma introdução. In: \_\_\_\_\_. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social nas sociedades contemporâneas**. In: \_\_\_\_\_. Discurso e mudança social. Trad. Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008. p. 247-274.

\_\_\_\_\_. Teoria social do discurso. In: \_\_\_\_\_. **Discurso e mudança social**. Trad. Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008. p. 89-131.

MAGALHÃES, Célia M. A análise crítica do discurso enquanto teoria e método de estudo. In: \_\_\_\_\_. (org.). **Reflexões sobre a análise crítica do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 2001. p. 15-30.

MARTINS, Sérgio Paganini; CAVALCANTI, Lita Isabel. **Avaliação do impacto da execução do PAA no estado do Rio Grande do Norte**. Disponível em: <http://www.inagrodf.com.br/revista/index.php/SDR/article/viewFile/27/24>. Acesso em: 02 ago. 2010.

PEDRO, Emília Ribeiro. **Análise crítica do discurso**: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos. In: \_\_\_\_ (org.). Uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Caminho, 1998. p. 19-46.

PEDROSA, Cleide Faye. **Proposta teórica da Análise Crítica do Discurso**: contribuição dos estudiosos na área. Natal: UFRN, 2010. (Inédito)

RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. **Ciência social crítica e análise de discurso crítica**. In: \_\_\_\_\_. Análise de discurso crítica. São Paulo: Contexto, 2006. p. 25-54.

SANTINI, Fernando de Oliveira. Fundamentação teórica. In: \_\_\_\_\_. **Promoção de distribuição de prêmios e sua influência na compra por impulso e nas intenções de recompra**. Porto Alegre: PUCRS, 2008. p. 20-48. Disponível em: [http://tede.pucrs.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=1457](http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1457). Acesso em: 26 ago. 2010.

TAVARES, Fred. **Publicidade e consumo**: a perspectiva discursiva. Rio de Janeiro, v.11, n. 26, p. 117 a 144, janeiro / junho 2006. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/8297535/Publicidade-e-Consumo>. Acesso em: 01 ago. 2010.

WODAK, Ruth. De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. In: \_\_\_\_; MEYER, Michael (org.). **Métodos de análisis crítico del discurso**. Trad. Tomás Fernández Aúz y Beatriz Eguibar. Barcelona: Gedisa, 2003. p. 17-34.

# ASPECTOS DA LITERATURA ORAL DA REGIÃO DO MATO GRANDE

Rebeka Carocha Seixas<sup>19</sup>

## INTRODUÇÃO

A literatura oral faz parte do conjunto de manifestações culturais de um povo, está diretamente ligada aos seus costumes e crenças, e à própria memória. A Região do Mato Grande é uma região que está em desenvolvimento, muitas das cidades que a compõem tem sua história estudada recentemente, as raízes desses povos e seus aspectos aos poucos vão se delineando e aparecendo a partir dos estudos de diversos pesquisadores. Pesquisar e refletir sobre a literatura oral desta região é também compreender sua história através das lendas, mitos, contos e demais elementos da cultura oral. A maioria dos moradores mais antigos da região sabem contar pelo menos uma história da literatura oral que caracteriza esse povo. Mapear as histórias do Mato Grande é mapear o percurso do imaginário de seus habitantes, buscando compreender através da cultura oral as descendências mais primitivas desse povo.

O objetivo deste artigo é analisar os contos, lendas, mitos e suas variantes, procurando compreender as possíveis influências sofridas pela cultura local. Para isso iniciamos um trabalho de pesquisa, registro e análise desenvolvido com os alunos de nível médio do ensino regular e do EJA - Educação de Jovens e Adultos -, do Instituto Federal do Rio Grande do Norte - IFRN -, *Campus João Câmara*, no primeiro semestre do ano de 2010. O trabalho partiu de um levantamento feito pelos alunos com os moradores mais antigos da região.

---

<sup>19</sup> Rebeka Carocha Seixas, Mestre em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Estudos da Linguagem, UFRN. Professora de Artes - Teatro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - IFRN – *Campus João Câmara*. Email: rebeka.caroca@ifrn.edu.br

Esses moradores relataram histórias antigas que aparecem com diversas variações e que podemos dizer que compõem a acervo da cultura local. A orientação dada aos alunos foi a de que gravassem uma entrevista com um morador antigo da região e que, ao transcrever a história, conservassem o texto original, incluindo possíveis erros de concordância, utilização de gírias e elementos da linguagem popular característicos. Isso possibilitou uma maior aproximação com elementos da cultura local e fez com que os alunos percebessem a importância da manutenção dessa linguagem para a cultura popular da região. A coleta desse material possibilita uma análise sobre pontos característicos da Região que estão sendo esquecidos pelos moradores. Resgatar as suas histórias é resgatar também a identidade desse povo e de suas mais primárias descendências. Algumas histórias possuem elementos que se relacionam diretamente com contos da tradição universal, outros trazem elementos de contos já coletados em outras regiões do Rio Grande do Norte e do país, por historiadores como Luiz da Câmara Cascudo.

As histórias orais aqui apresentadas fazem parte da cultura oral da Região do Mato Grande, e a escolha das mesmas se deve à sua relevância para os moradores mais antigos da região e que foram fonte dessas histórias. Segundo a maioria dos moradores entrevistados, são essas as principais histórias que seus pais, avós e bisavós contavam, histórias que os moradores cresceram ouvindo, e que invadem o imaginário local. Registrar essas histórias é também garantir que não se percam no tempo e nem se dissolvam no processo de mutação que a cultura oral invariavelmente sofre. É importante dizer que não pretendemos através deste registro congelar ou engessar essas histórias, mas sim registrá-las, para que os futuros moradores da região, filhos netos e bisnetos destes que nos relataram, possam também conhecer os elementos que faziam parte do imaginário da região.

A presente pesquisa representa um primeiro passo para que possamos conhecer, registrar e analisar este rico material que faz parte da memória e da identidade dos habitantes da Região do Mato Grande.

## **CULTURA POPULAR: TENTATIVAS DE DEFINIÇÃO**

Antes de iniciarmos as reflexões sobre a literatura oral da Região do Mato Grande, definiremos alguns conceitos que serão trabalhados ao longo deste capítulo, o primeiro deles se refere à cultura popular. O conceito de cultura popular é amplamente debatido, muitas são as opiniões e tentativas

de se chegar a uma definição do termo. Uma questão que se apresenta como um consenso entre a maioria dos teóricos é o caráter de mutação da cultura popular, ou seja, a cultura está em constante transformação e está diretamente ligada às mudanças sofridas por uma determinada sociedade.

Segundo Arantes (1981):

Alguns pesquisadores mais sofisticados concebem essas manifestações culturais “tradicionalis” como resíduo da cultura “cultura” de outras épocas (às vezes de outros lugares), filtrada ao longo do tempo pelas sucessivas camadas da estratificação social. Neste sentido, diz-se: “o povo é um clássico que sobrevive”. (p.16).

Afirmar a cultura popular como tradicional é também afirmar que seu tempo áureo ocorreu em uma época distante e por isso hoje não passa de um relembrar o passado. Como dito anteriormente, a cultura “é um processo dinâmico”, está em constante mudança. A partir do momento em que o indivíduo lança mão de elementos da cultura popular no seu dia-a-dia, ele já está atuando sobre ela, transformando-a. Essas transformações sempre ocorrerão, segundo Arantes (1981), ainda que se tente intencionalmente manter suas características tradicionais para impedir que desapareçam ou se alterem ao ponto de não serem mais reconhecidas. O homem pode até conseguir preservar “os objetos, os gestos, as palavras, os movimentos, as características plásticas exteriores” (p.21-22), porém jamais conseguirá evitar que seu sentido seja alterado no instante em que se muda o contexto em que determinada manifestação ocorre. A cultura popular caracteriza um determinado povo e fora desta comunidade adquire novos sentidos. Um conto, lenda ou mito contado por um morador antigo da Região do Mato Grande, ao pé do Turrião <sup>20</sup>, adquire sentido diverso, deste mesmo conto relatado neste capítulo, pois lá no Torreão ele estará inserido dentro de seu contexto, e aqui, mesmo preservando suas características, inclusive as de linguagem, estará fora de seu contexto original, portanto, terá um novo sentido. Ainda segundo Arantes:

---

20 Turrião é o nome de um lajedo, distante aproximadamente 3 km da cidade de João Câmara - RN e que se localiza na Serra do Torreão, um dos pontos mais avançados do grande Planalto da Borborema, uma região montanhosa do interior do Nordeste brasileiro. A Serra do Torreão é considerada oficialmente como o símbolo da cidade de João Câmara.



Em se tratando de vida social, a cultura (significação) está em toda a parte. Todas as nossas ações, seja na esfera do trabalho, das relações conjugais, da produção econômica ou artística, do sexo, da religião, das formas de dominação e de solidariedade, tudo nas sociedades humanas é constituído segundo os códigos e as convenções simbólicas a que denominamos “cultura” (p.34).

Ou seja, a cultura popular é uma construção simbólica do nosso dia-a-dia, do dia-a-dia dos nossos antepassados, esses códigos, que são transmitidos e transformados, constroem a nossa história e a aproximam de nós, não em forma de relíquias de tempos passados, mas como algo que está em constante alteração. Um dos elementos que caracterizam essa efemeridade da cultura popular é a oralidade, todo o saber popular é transmitido através da linguagem oral, não contando com o registro escrito. Não podemos pensar em congelar a cultura e sim em buscar formas para que ela possa se desenvolver e se transformar dentro da sociedade moderna, sem que os símbolos presentes se dissolvam, mas, ao contrário, se transformem, se modifiquem.

Segundo Paul Zumthor, em sua obra *Introdução à Poesia Oral*, a cultura é um conjunto, com suas complexidades e misturas, que está vinculado a uma dada sociedade, e carrega consigo as representações, os comportamentos e os discursos comuns a um “grupo humano, em um dado tempo e espaço”. Geralmente está associada a um determinado povo e os seus atributos, a sua origem, se dão nas camadas mais pobres da sociedade. A cultura popular não está ligada ao conhecimento científico, pelo contrário é no saber popular que ela se insere, e sua espontaneidade está ligada a uma despreocupação com o saber científico. Segundo Zumthor, a cultura popular é efêmera em sua constituição, justamente por ser constituída por elementos da oralidade, não possuindo assim registro escrito.

O caráter efêmero da cultura popular, devido à ausência de registro e a espontaneidade da fala, traz a preocupação com a sua permanência e conservação. A performance aparece como um ato único e que não se repete apontando para um

caráter efêmero, necessitando da relação entre aquele que emite a mensagem e o que recebe, “de fato, a voz humana constitui em toda a cultura um fenômeno central” (ZUMTHOR, 2000:13).

Quando se fala de linguagem oral, temos que levar em consideração que “Tudo que é dito, é dito por alguém”. (MATURANA; VARELA, 2005, p.32). Ao analisarmos esta frase percebemos que a linguagem, um dos elementos responsáveis por estabelecer a comunicação entre os seres humanos, carrega em si todo um referencial que é característico do indivíduo que profere a palavra. Que aquele que fala, antes de elaborar o discurso, recebe uma série de informações do seu meio social, e apenas depois de refletir sobre essas informações e analisá-las de acordo com a sua cultura, seus valores, suas crenças se “posiciona discursivamente”. A linguagem é o “espelho do homem”, através da qual ele demonstra seu pensamento, que é formado nas experiências sociais. Daí dizer-se que “quem conta um conto aumenta um ponto”, cada um de nós, ao transmitirmos um saber o embobamos de nossas próprias experiências.

Segundo Paul Zumthor, a voz, enquanto instrumento de divulgação das histórias populares, é elemento primordial de cada cultura, podendo ser entendida como signo, como elemento capaz de transmitir mensagens que são recebidas pelo leitor de maneira diferente, levando em consideração o que cada um traz consigo, de conhecimentos e de experiências acumuladas ao longo da vida. A voz é capaz, por exemplo, de trazer suspense, emoção e diversos sentimentos que se transformam em signos que são lidos por aquele que recebe a mensagem. A voz é elemento essencial para que o saber popular seja transmitido e preservado.

A voz, por ser elemento de transmissão da cultura popular também se constitui como formadora da identidade de um dado povo, identidade esta que está constantemente sendo alterada por seus agentes, pelo povo que transmite esses saberes. Segundo Stuart Hall, pesquisador jamaicano no campo dos Estudos Culturais, em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade* (2005):

(...) a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento

do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (HALL, 2005:38).

Ou seja, a cultura popular como elemento integrante da identidade de um povo está também em constante processo de construção, nunca está acabada, mas é algo que permanece acompanhando o desenvolvimento de uma sociedade. O mais importante é que esta identidade é algo que se constrói através do tempo, que tem um caráter de pertencimento, e, através dessa identidade que é erigida também a partir da oralidade, o indivíduo se percebe enquanto integrante de um determinado grupo. A cultura popular constitui-se então como elemento integrante da identidade de um determinado grupo social.

## **O CONTO, A LENDA E O MITO NA REGIÃO DE JOÃO CÂMARA**

Os contos, lendas e mitos de tradição oral se caracterizam como elementos primordiais para a constituição do imaginário e da psicologia coletiva de um povo. A oralidade contribui para a preservação dos costumes, das crenças e das normas de um determinado povo. Além da importância cultural, no sentido da preservação da história, documentando o fazer e o pensar de uma dada comunidade, a tradição oral também preserva o aspecto lúdico e didático das histórias uma vez que o narrador pode encher de magia e de encanto o seu enredo, e trazer ensinamentos através da moral de cada história contada. Além disso, as histórias, a cada nova vez que são contadas, devido ao seu caráter efêmero, podem ser modificadas pelo narrador, que pode trazer à ela um novo final, um novo desenrolar, novos personagens atribuindo a elas flexibilidade, ou seja, cada vez que são contadas, essas histórias são recriadas.

Segundo Luiz da Câmara Cascudo (1984), a Literatura Clássica está voltada para um saber científico e pautado nas regras das academias, puramente intelectual, já a literatura oral, traz consigo o saber do povo, é importante frisar que Cascudo deixa claro a relevância da imaginação para o desenvolvimento desta literatura pautada na experiência dos povos mais antigos e que se atualiza no saber popular de hoje. A literatura oral

permanece viva nas fazendas, nos ranchos, onde é narrada e ainda provoca medo, ensina e encanta diversas gerações.

A literatura oral é como se não existisse. Ao lado daquele mundo de clássicos, românticos, naturalistas, independentes, digladiando-se, discutindo, cientes da atenção fixa do auditório, outra literatura, sem nome em sua antiguidade, viva e sonora, alimentada pelas fontes perpétuas da imaginação, colaboradora da criação primitiva, com seus gêneros, espécies, finalidades, vibração e movimento, continua, rumorosa e eterna, ignorada e teimosa, como rio na solidão, e cachoeira no meio do mato. (CASCUDO, 1984, p.27).

Câmara Cascudo chama a atenção para a relação da literatura oral com o imaginário de um determinado povo, segundo o autor norte-riograndense é nesse saber que é passado de geração para geração e onde a tradição permanece e se transforma, que as principais características de um povo podem ser descobertas e lidas.

Existem vários gêneros que compõem a literatura oral, como os contos, lendas, cantos, fábulas, adivinhas, anedotas e mais uma infinidade de formas em que esta literatura se apresenta. Toda essa rica diversidade faz parte da sabedoria popular do nosso país, caracterizando uma cidade, um estado, um país. Diante de toda esta diversidade, nos ateremos a relatar os contos e as lendas da tradição oral da Região do Mato Grande, por se tratar de gêneros bastante lembrados pelos moradores mais antigos, que, segundo os alunos que fizeram as entrevistas, ainda continua sendo uma expressão bem forte e viva da cultura dessa região.

Uma das características mais importantes da lenda e do conto popular é o anonimato, ou seja, por mais que tenham sido registrados em livros, por historiadores, estes não são seus criadores, sua origem se perdeu no tempo, ao longo da história humana. Outra característica é a sua capacidade de persistir no tempo, sua linguagem acessível e o fácil entendimento dessas histórias as tornam compreensíveis para qualquer geração. O modo de transmissão oral também é uma das características dos contos populares, passados de pai para filho, de geração para geração. Devemos ressaltar que não são membros comuns de uma comunidade os que transmitem essas

histórias, pois em algumas culturas, somente aqueles que são capazes de atribuir mistério e magia, além de seduzir seus ouvintes com suas narrações é que são considerados com o dom de contar. Geralmente essas histórias também possuem temas antigos, não são histórias atuais.

O conto popular é um texto narrativo geralmente criado pela imaginação popular, são histórias curtas que visam educar, enriquecer e encantar o ouvinte. Cada região e cada local tem os contos que a caracterizam, e alguns se assemelham a contos de comunidades e/ou regiões aproximadas ou mesmo localizadas a uma certa distância. A época que são contados também influencia, porque esses contos podem ganhar novos personagens, novos desfechos, novas situações a cada nova vez que são contados. Podem apresentar fatos possíveis, ou fantásticos, podem atribuir a animais características humanas e também podem trazer ensinamentos.

Escolhemos alguns exemplos de histórias da literatura oral da Região do Mato Grande para que possamos analisar quais são as suas principais características e quais são as suas principais variações. O mito descrito abaixo <sup>21</sup>, *A Baleia Gigante Que Morava na Serra do Torreão* surgiu como forma de explicar os tremores e abalos que ocorrem na Região do Mato Grande, principalmente na cidade de João Câmara:

Muitas pessoas diziam que os estrondos que davam na Baixa Verde eram por conta de uma cama de baleias que havia debaixo da serra. Segundo a crença popular, o local, muito antigamente, foi morada de baleias gigantes, que quando se movimentavam, provocavam os estrondos <sup>22</sup>.

Outras variações atribuem os tremores de terra ocorridos em João Câmara às baleias que moravam embaixo da Igreja Nossa Senhora Mãe dos Homens, que se localiza na praça central de João Câmara. Segundo relatos, era o padre que organizava as missas antigamente quem utilizava essa explicação para justificar os tremores de terra ocorridos na Região. Essas variações ocorrem justamente pela efemeridade das histórias que são

---

21 É importante frisar que os contos serão mantidos como descritos pelos alunos que entrevistaram os moradores, mantendo assim sua linguagem peculiar.

22 Mito coletado por Patrícia Ferreira e Renato Silva, alunos do curso de Cooperativismo EJA do IFRN, *Campus João Câmara*.

transmitidas oralmente, e a cada nova “contação”, uma nova versão pode surgir.

Outro conto característico do Mato Grande, *O Torreão Cachimbando*, se refere à morte de um idoso na serra do Torreão, muitas variações são apresentadas pelas diferentes pessoas entrevistadas. A versão abaixo é a única em que o nome do senhor que desapareceu é citado.

Diz a lenda que um senhor muito conhecido na região chamado Julio Matias costumava sair para caçar na Serra do Torreão, apesar de todos o alertarem em relação ao perigo que lá existia, pois naquele lugar habitava uma onça. Foi quando certo dia ele saiu para caçar como era de costume, só que desta vez ele não voltou. No dia seguinte os familiares e amigos saíram para procurá-lo, foi quando avistaram uma certa fumaça vinda da Pedra do Urubu, chegando lá avistaram os restos mortais do senhor Matias. Depois disso toda vez que surge uma fumaça em torno do torreão dizem que é o senhor Matias cachimbando .

Na recolha feita pelos alunos esta história aparece como a mais lembrada pelos moradores antigos da região. A versão abaixo se apresenta mais completa, incluindo até uma data aproximada da morte do caboclo pela onça, porém não consta o nome do senhor, o que atribui um caráter ainda mais misterioso à história:

Conta que há muitos anos atrás por volta do século XVIII quando nosso município não era povoado ainda aqui na sede conhecida como Matas, morou um caboclo que gostava muito de fumar cachimbo, e todos os dias ia dar um passeio na Serra do Torreão. Os caçadores sempre encontravam o caboclo no mato próximo à serra e alertavam que naquelas bandas existiam onças ferozes que se escondiam no alto da serra, mas o caboclo não acreditava e continuava andando por lá. Certo dia ele saiu para um passeio sobre a serra e nunca mais voltou, os caçadores desconfiaram sobre a sua falta e decidiram

ir em busca dele, por vários dias procuraram até que encontraram apenas uma ossada que disseram ser do velho caboclo. A partir daí a serra começou a cachimbar, nos períodos chuvosos aparece uma névoa no pico da serra, e toda a população da época dizia que era a fumaça do cachimbo daquele velho caboclo, e sempre as pessoas afirmavam quando iria chover, portanto essa lenda passou de geração a geração contada por muitos não se sabe realmente quem é o velho, mais essa lenda existe .

Uma das justificativas apresentadas por moradores da região é a de que a lenda surgiu para justificar o nevoeiro que cobria o morro do Torreão nos dias mais frios do inverno, porém outra justificativa é a de que algumas mães tinham medo que seus filhos subissem a Serra do Torreão, por isso essa história foi inventada, para que as crianças, com medo, decidissem não subir a Serra. Nesta outra versão da mesma lenda o “mulato” já se apresenta com medo da onça.

O torreão antes tinha uma vila onde morava um mulato que passava o dia a pitar seu cachimbo, vício predileto do mesmo, ele era muito corajoso, gostava de fazer caminhadas com destino à Serra do Torreão e vivia sempre dizendo que não tinha medo de encontra-se com onça, quando alguém pedia, para ele ter cuidado ele começava a zombar dos amigos. Até que certo dia caminhando pela serra sem perceber, estava frente a frente com uma onça, lutou bastante, mas não resistiu, foi morto e comido pela onça. Seus amigos da vila ficaram preocupados e apreensivos com o desaparecimento desse mulato, pois ele era muito querido, por ser bondoso e gostar de contar estórias fantásticas de aventuras e fantasias da época. Ansiosos, os vizinhos ficavam olhando em direção ao Torreão para ver se o caboclo aparecia enfim com três dias depois do ocorrido começou a subir uma fumaça no pico da serra do torreão, na Pedra do Urubu, uma névoa branca era vista de longe e todos achavam que era do cachimbo do velho que estava mandando um aviso. Os vizinhos

logo se organizaram como se fosse uma procissão para subir a serra e ver o que aconteceu, quando chegaram no topo, constatam que a onça havia comido o mulato porque no local ainda encontravam-se pegadas da fera, sangue e restos das roupas do mulato. Sendo ele muito bondoso e caridoso, todos ficaram muito tristes e a partir desse dia sempre que essa névoa aparecia na Serra do Torreão diziam que era o mulato cachimbando. Portanto ficou marcado a lenda do velho cachimbando que na época servia para explicar os fenômenos da natureza aqui em nosso município .

Percebe-se que o próprio narrador da história já tem a consciência de que a história foi criada para explicar um fenômeno da natureza que ocorria na Região do Mato Grande. As variações nesses contos populares são importantes para demonstrar o quanto a literatura oral é rica em possibilidades de interpretações, refletindo também a criatividade do povo que cria e recria a história. Esta lenda é bastante presente no imaginário local e é conhecida pela maioria dos moradores da região, configurando-se como um registro importantíssimo para a memória local.

A história do *Timbó: a Lenda Em Que o Boi Falou*, se assemelha às histórias contadas em outras regiões do Rio Grande do Norte, onde o boi se apresenta com características humanas.

Os negros que trabalhavam na fazenda do engenho Timbó viviam sob o regime de escravidão. Lá não havia domingos, feriados nem dias santos. Mesmo quando se tratava de sexta feira da paixão eram obrigados a trabalhar. Aconteceu que numa sexta feira santa um escravo recebeu ordens para ir buscar o boi diamante, ao chegar no curral ele falou: levanta diamante, ai o boi respondeu: nem na sexta feira santa eu tenho descanso!

O homem correu assustado para a casa da fazenda, e disse para o capataz o que tinha acontecido. O capataz falou que iria ver isso de perto, mas se o boi não falasse novamente, o colocaria no tronco e lhe



dava muitas chicotadas. Daí o capataz foi ao curral e falou: levanta diamante! Ai o boi olhou para ele e falou: nem na sexta feira santa tenho descanso! Então afirma-se que a partir desse dia ninguém trabalhou mais em dias considerados santos <sup>23</sup>.

Outra lenda que também parece instigar o imaginário da região é a lenda intitulada *A garota Lobisomem*. Esta lenda é contada não só pelos moradores antigos, como também pelos jovens que moram na região. Segundo relatos, a menina-lobisomem já apareceu dezenas de vezes e assombra os moradores.

Uma garota toda noite saía pra passear, seu pai muito desconfiado resolve segui-la ao chegar em uma esquina encontrou algumas roupas jogadas pelo chão e um livro de São Cipriano, daí ficou assustado sem saber o que aconteceu, abalado ele queimou os pertences que encontrou.

Então sua filha de apenas 16 anos se transformou em um lobisomem e passou a assombrar todos na região do Mato Grande, dizem que ela já matou três pessoas, e virou lenda nessa região <sup>24</sup>.

Segundo moradores da região e os próprios alunos do IFRN, *campus* de João Câmara, esta menina virava lobisomem porque lia o livro de São Cipriano, que segundo os moradores é o santo dos rituais de magia, este livro também é conhecido como o livro da capa preta. No caso desta lenda, história real e ficção se confundem. Alguns moradores relatam que habitava a região uma família cuja mãe havia ido embora e as duas filhas do casal teriam ficado com o pai. A filha mais nova, revoltada, fugiu de casa e, depois de certo tempo, retornou grávida, não se sabe de quem. Segundo relatos,

---

23 Coleta realizada por Thomas Silva e Arthur Gabriel, alunos do curso Técnico em Cooperativismo do IFRN, *Campus* João Câmara.

24 Relato por Dona Marta. Coleta realizada por Edmilson Dias e Jéssica Martins, alunos do Curso Técnico em Informática do IFRN, *Campus* João Câmara.

depois disso ela começou a morder todas as pessoas que chegavam perto dela, chegando mesmo a tirar sangue de algumas. A maioria dos moradores concorda que essa história realmente aconteceu na região, porém, depois de algum tempo, a menina sumiu e, segundo alguns dos moradores entrevistados, ela se transformou em Lobisomem e vive a atacar animais da região.

Esse conjunto de histórias coletadas representa apenas uma pequena parte do acervo da literatura oral da Região do Mato Grande e nos possibilita uma visão parcial dos elementos que a compõem, principalmente no que se refere à tradição e à identidade de seus habitantes. É importante ressaltar que nossa pesquisa está em andamento, sendo os contos, lendas e mitos aqui relacionados, apenas uma pequena mostra da rica cultura dessa região.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A etapa inicial deste projeto de pesquisa nos possibilitou recolher, relatar e registrar alguns contos que compõem a literatura oral da Região do Mato Grande. A coleta desse material se apresentou como fator significativo para que possamos trabalhar na descoberta dos elementos formativos da cultura oral da região. Analisar e descobrir os elementos que compõem todo o repertório cultural da Região do Mato Grande se configura como elemento primordial para o avanço de nossa pesquisa no sentido de caracterizar a cultura que é produzida na região, e de que forma o imaginário local foi sendo construído através dos anos. A importância deste trabalho está principalmente no registro dessas histórias para que no futuro esses contos, lendas e mitos possam ser conhecidos.

## REFERÊNCIAS

ARANTES, Antônio Augusto. **O que é cultura popular?** Coleção Primeiros Passos, São Paulo: Ed. Brasiliense, 1981.

CASCUDO, L. C. **Literatura oral no Brasil**. 3. Ed. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1984.v

DURAND, G. **Campos do imaginário**. Trad. Maria João Batalha Reis. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

ELIADE, Mírcea. **Mito e Realidade**. Trad. Póla Civelli. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento**. Trad. de Humberto Mariotie Lia Diskin. São Paulo: Palas Athenas, 2005.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Ed. EDUC, 2000.

# NARRATIVAS MÍTICAS NO UNIVERSO SIMBÓLICO DA CULTURA

Lucrécio Araújo de Sá Júnior<sup>25</sup>

## INTRODUÇÃO

Na Região do Mato Grande muitos textos são transmitidos pela cadeia da oralidade popular. A manutenção desses textos dá-se pela reminiscência, pelo costume e pelo esquecimento, permitindo ao passado permanecer vivo. Interessa aqui observar a qualidade própria do imaginário popular que se revela nas vozes sociais. Assim, a pretensão deste estudo está centrada, antes de tudo, no reconhecimento do uso da voz popular como ação orientada que permite a relação sincronia/diacronia entre memória e identidade. Para a abordagem proposta, serão observadas duas narrativas míticas que fazem parte do universo simbólico de João Câmara/RN. A escolha dos textos expressa um referencial: a relação entre memória e identidade cultural.

Numa interpretação mitohermenêutica dentro do campo do imaginário, é possível descrever as imagens sincronicamente de acordo com o uso que se faz delas no contexto cultural. Diacronicamente é possível estudar a duração das imagens. A duração das imagens coaduna duas dimensões: a) a dimensão qualitativa, que considera a relação espaço-temporal da

---

25 Doutor pela Universidade Federal da Paraíba com estágio na Universidade de Lisboa pelo Programa de Doutorado no Exterior - PDDEE/CAPES. É Professor na área de Didática e Prática de Ensino em Filosofia do Departamento de Práticas Educacionais e Currículo (DPEC) no Centro de Educação (CE) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atualmente faz parte do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PpgEL), onde desenvolve pesquisas em Filosofia da Linguagem e Linguística. Email: lucrecio.sa@gmail.com

narrativa, a localização, a estrutura e a ideia; b) a dimensão substantiva, que considera a relação cultural do imaginário com o espaço.

Seguindo tal orientação este trabalho concentra-se no esteio de uma mitohermenêutica, que pode ser entendida como uma jornada interpretativa, de cunho linguístico-antropológico, buscando, a partir do processo da construção de textos orais populares, o sentido dos símbolos e das imagens organizadas em narrativas. Evidentemente, isso não é apenas descrição, e também não permanece ao âmbito mais específico da produção científico-racionalista, pois não se limita a procedimentos cartesianos. A partir dos estudos de Jung, Gilbert Durand, Mircea Eliade, Gaston Bachelard observarei no decorrer deste trabalho que o discurso mítico e a *esquematologia (schéme)* se definem como forma simbólica bem elaborada e complexa no Imaginário popular. A linguagem simbólica revela o valor expressivo de uma hermenêutica nas imagens, nos símbolos do sagrado.

## O TERRITÓRIO DO MATO GRANDE

Na Região do Mato Grande/RN não existem estudos e registros da história e da memória cultural dos seus moradores. Isto é o que confirma o conteúdo do relatório *Estudo Propositivo: Região do Mato Grande/RN* (2005) que assegura faltarem informações consistentes da realidade local da região para uma melhor compreensão do desenvolvimento social. Muitos desses bens culturais de natureza imaterial estão perdendo a sua força de expressão; nesta região as tradições da cultura popular estão sendo desvalorizadas em detrimento do processo de globalização e do poder com que atua a indústria cultural nos meios de comunicação de massa.

A Região do Mato Grande é constituída por 15 municípios: Bento Fernandes, Jandaíra, João Câmara, Maxaranguape, Parazinho, Pedra Grande, Poço Branco, Pureza, Rio do Fogo, São Miguel do Gostoso, Taipu, Touros, Caiçara do Norte, São Bento do Norte e Ceará-Mirim. Todos esses municípios ingressaram como parceiros na instalação do *Campus* João Câmara na cidade, que está situado na BR 406, num terreno de 100.140 m<sup>2</sup>, distando 2 km do centro da cidade.

O território do Mato Grande ocupa importante área do território

estadual, cuja superfície é bastante específica, estando inserido no contexto do semiárido norte-rio-grandense, em consonância com a realidade nordestina. A escassez e irregularidades das chuvas se constituem em fator limitante para o seu desenvolvimento, e a constatação de grande parte de sua superfície ser geologicamente sedimentar, com relevo plano e drenagem insignificante, dificulta, ou mesmo impossibilita a acumulação da água de superfície. No contexto de sua geografia, está circundado, ao Norte, pelo Oceano Atlântico, formando uma faixa litorânea que envolve cinco municípios; a Leste, pela Zona do Litoral Oriental, que tem como polo de influência a área metropolitana de Natal. Limita-se, a oeste, com uma parte da Zona Mossoroense; e, ao Sul, com as Zonas do Agreste e parte das Serras Centrais. Apresenta uma posição geopolítica estratégica, uma vez que está localizada no ponto mais próximo do continente europeu e é servida por três eixos rodoviários principais pavimentados: a BR- 406, ligando a cidade de Natal a Macau; a BR-101, que foi estendida até o município de Touros, permitindo a ligação litorânea com o sul do País; e a BR 304, que corta o espaço estadual no sentido leste-oeste, alcançando a cidade de Fortaleza, capital do Ceará. Todas essas rodovias convergem para a estrutura portuária e aeroviária de Natal, possibilitando o transporte de produtos em poucas horas para a Capital do estado. Apesar de dispor desses importantes ativos, o território não teve um crescimento sustentável; pelo contrário, experimentou ciclos, passando por períodos de importante crescimento e outros de retração.

O Território apresenta uma área geográfica total de 5.732,1 km<sup>2</sup>, representando 10,8% da área do estado e com área municipal média de 382,1 km<sup>2</sup> superior à média estadual que é de 318km<sup>2</sup>/município. Caracteriza-se por ser um território tipicamente rural, com densidade demográfica de 35,5 habitantes/km<sup>2</sup>, bem inferior ao da média do Estado que é de 52,30 habitantes/km<sup>2</sup>.

A população do Território do Mato Grande é de 203.507 habitantes, dos quais 98.128 residem na zona urbana e 105.379 residem na área rural. Dos quinze municípios que compõem o território, onze deles tem população menor que 10.000 habitantes e quatro apresentam população inferior a 5.000 habitantes.

A situação dos indicadores do território é preocupante, pois demonstra a estagnação econômica em que a região se encontra. Esta situação de pobreza do território traz como consequência a migração de grande

contingente de trabalhadores para a região metropolitana de Natal. Esta migração da população agrava os problemas urbanos da grande Natal, que já tem índices preocupantes de desemprego e carência de serviços básicos para a população. No Mato Grande, o IDH fica na média de 0,625 que é um valor muito baixo quando comparado com o de Natal, cujo valor é de 0,7873 e também abaixo do índice do Estado que é de 0,702.

A realidade atual aponta uma população ativa com baixo nível de escolarização, o que certamente dificulta a inserção no mercado de trabalho mais exigente em qualificação profissional. Comparando a situação dos indicadores de educação do território com a observada em Natal, encontramos uma situação bastante precária. Considerando que com a chegada do IFRN na Região, as condições de acesso a educação estão melhorando, é possível afirmar que a implantação de um Projeto voltado para o reconhecimento e valorização da cultura levará ao desenvolvimento de outros fatores que contribuem para o IDH. Diante da situação geral exposta, é necessário um grande esforço do poder público e da sociedade civil para implementar medidas capazes de amenizar o problema no curto e médio prazos e construir alternativas viáveis, capazes trazer melhorias à vida social dos habitantes da Região.

## **A MEMÓRIA COLETIVA E AS RELAÇÕES COM O IMAGINÁRIO**

Entre muitos dos textos orais que circulam na Região do Mato Grande é possível citar a Lenda do fogo do batatão (Poço Branco), a história da visita de São Pedro a Terra (Bento Fernandes), a história do papagaio de Taipu (Taipu), e diversas histórias sobre lobisomem; especificamente em João Câmara temos a *Lenda do Torreão cachimbando*, a *Lenda da Pedra da Cutia* e a *história da baleia que mora embaixo da Igreja de Nossa Senhora Mãe dos Homens* que é a seguinte,

Reza a lenda que as causas dos tremores de terra de João Câmara aconteciam porque em baixo da cidade passaria um rio caudaloso, que significa segundo os dicionários, rio que é abundante em águas, e que esse rio iria estourar pela Igreja Matriz Nossa Senhora Mãe dos Homens, e mais, que dele

sairia um ser místico, que poderia ser uma baleia, uma sereia, ou um dragão, e que eles iriam matar boa parte da população de João Câmara. Para termos conhecimento dessa lenda estivemos com Monsenhor Luiz Lucena Dias, em seu sítio que está localizado no matão, comunidade rural de João Câmara <sup>26</sup>.

Essa lenda, no conjunto das demais obras orais do Mato Grande, implica uma revalorização do uso expressivo da imagem em geral associada com o símbolo. A maneira pela qual os diversos componentes da lenda participam dela é medida, em cada caso, pela imbricação possível das sínteses ativas com as sínteses passivas que cada símbolo representa. No campo do imaginário, as narrativas possibilitam apreender instantaneamente certos tipos de relações constantes e destacá-las das obscuridades das aparências cotidianas. Isto se apresenta para nós como se tudo aí buscasse uma significação, um conceito e um deciframento. Conhecer o espaço em que a baleia reside, a Igreja, pressupõe um conhecimento do espaço social, que poderá ser mostrado por metáforas (o tempo sagrado) ou por semelhanças (as materializações). Num sentido mais estrito, a narrativa sobre a baleia como causa dos terremotos traduz as regras de conduta de um grupo social ou religioso. Procedem, portanto, do elemento sagrado, à volta do qual se constituiu o grupo (narrativas simbólicas da vida e da morte, lendas que explicam os sacrifícios, ou a origem dos tabus). Teoricamente esta análise ganha consistência com as contribuições da Antropologia, como descreve Saraiva:

O problema da imaginação conhece brilhante renascimento no início do século XX (...) do desenvolvimento das ciências humanas, nomeadamente da psicologia patológica e da etnologia (estudo dos ritos, simbolismo religioso, mitologia, iconografia). G. Durand inspira-se em Cassirer, Freud, Jung, Adler, M. Eliade, Lévi-Strauss,

---

26 Coleta realizada por Letícia Gabriela Cândido Dias e Victor Sávio, estudantes do Curso Técnico em Cooperativismo do IFRN, João Câmara.



Bachelard, R. Bastide, Ricoeur e muitos outros investigadores, mas sobretudo em Bétcherev e Dumézil e Piganiol. Graças ao método complexo do ‘trajeto antropológico’, estuda o patrimônio imaginário da humanidade em que imagens e símbolos são considerados conjuntamente. O seu método supõe a incessante interação que existe ao nível do imaginário, entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social (SARAIVA, 1990, p. 1340).

No universo simbólico da cultura, o imaginário popular, em seus fundamentos, se explicita pelas associações que podem ser elaboradas entre planos abstratos e concretos de relações ou de identificações com as imagens. A imaginação como fonte “ativa” se configura como um saber, um tipo de conhecimento, que recria e dá regularidade ao processo. Mas um aspecto se destaca em relação ao tempo social: ele pode ser passível da relatividade dos tempos cíclicos e dos tempos lineares.

Seguindo a lógica externalista do pensamento científico, o termo “imaginário” modifica-se por pressão das reflexões sobre a alteridade, mas também porque a necessidade que move a racionalidade ocidental, de incluir a diferença num processo de homogeneização generalizante de seus pressupostos convencionados como lógicos. Frente à descoberta de modos alternativos de simbolizar fenômenos diversos em culturas diferentes da sociedade ocidental e à penalização das que reagiam contra a ocidentalização (LÉVI-STRAUSS, 1985), durante muito tempo desenrola-se uma verdadeira “guerra das imagens” (GRUZINSKI, 1995). Dessa forma, torna-se necessário, na atualidade, elaborar significados abrangentes para o imaginário popular, capazes de absorver o potencial simbólico dessas culturas.

As tradições orais são fundamentais para a manutenção e movência dos costumes e servem de alicerce para a constituição da história de uma sociedade. Bachelard refere-se à relação entre passado e presente da imagem como “imagens mútuas”, em que a indiscernibilidade entre o real e o imaginário, ou entre o presente e o passado, são constituintes do caráter objetivo da imagem, que é duplo por natureza. A memória coletiva vai recuperar ou manter o que pode permanecer funcional. Só há registro daquilo que realmente interessa ou que tem utilidade. Não podemos

pensar em manutenção das tradições sem pensarmos em memória, nas suas formas de registro e na seleção do que se vai registrar. A memória coletiva captura os fragmentos significantes e os transforma em elementos de tradição; é o resultado de uma seleção, consequência de uma vontade de esquecimento.

No domínio do imaginário, a narrativa de uma lenda, como outras formas artísticas, acorda uma importância substancial ao espaço, enquanto entidade de várias metamorfoses, cuja leitura/interpretação permite, quantas vezes, a emergência de grandes mitos e arquétipos que participam na história do texto literário, tornando possível a compreensão dos domínios da consciência humana. Em textos orais como no exemplo a seguir deveremos reportar-nos à representação literária e simbólica do espaço no percurso iniciático do saber popular em curso. Vejamos a *lenda do Torreão Cachimbando*:

Conta o professor José Aldo Monteiro, que ao pé da Serra do Torreão durante muitos e muitos anos, corria à boca pequena que, nos anos 50, um cidadão chamado Francisco José, dado a pitar um inseparável cachimbo de onde saíam abundantes baforadas, mulato muito querido e conhecido em Baixa-Verde, por conta das suas histórias fantasiosas, gostava muito de caçar na Serra. Os amigos sempre o preveniam dos riscos que corria, visto que uma onça habitava o lugar. Certo dia o mulato Francisco foi caçar e não retornou à noite, como era de costume. Apreensivos, os amigos e familiares foram à sua procura logo que raiou o dia e só encontraram os seus restos mortais graças a uma fumacinha que saía do cume da serra, onde fica a chamada Pedra do Urubu. Tal fumaça foi entendida como sendo um indicativo do local onde o corpo estava e teria saído, segundo os supersticiosos, do cachimbo do velho. Assim nasceu a *lenda do Torreão Cachimbando*, que na época servia para explicar o fenómeno meteorológico que ocorre nas serras em épocas de grandes invernações, em dias mais frios, principalmente nas primeiras horas do dia, quando

o cume da Serra amanhecia todo envolvido por uma densa camada de nuvens, que se desfazia logo que o sol começava a esquentar <sup>27</sup>.

O relato sobre o *Torreão Cachimbando* situa um nível de consciência que é conjuntamente o da interpretação do real e da produção de uma nova realidade. É uma leitura imaginária do momento histórico, ao mesmo tempo em que é um ato criador, que contribui para modificar o olhar sobre o curso dos acontecimentos. Essa conceituação sobre a percepção mítica, quando a aplicamos em relação ao imaginário popular, toca-se em um fato central: um dado gerador, aquele que deflagrará as múltiplas possibilidades de representação e de aproveitamento do mundo. A partir daí, será possível tratar em pé de igualdade um certo número de ideias, de acontecimentos, o surgimento de outros textos orais, cujo parentesco torna-se identificável pelo elo legendário que une a todos. A imagem simples de um mito é a origem, além de uma narrativa, da imagem-chave de uma dada situação que está em movimento de mudança.

Os mitos narram não apenas a origem do mundo, dos animais, das plantas e do homem, mas também todos os acontecimentos primordiais, em consequência dos quais o homem se converteu no que é hoje – um ser mortal, sexuado, organizado em sociedade, obrigado a trabalhar para viver e trabalhando de acordo com determinadas regras. Mircea Eliade enuncia que não há dúvida de que o destino do gênero humano é tocado pelos mitos. Para ele os mitos influenciam as decisões, tamanho é seu poder de difusão e de multiplicidade como forma de representação. Rank considera o mito como um sonho coletivo de um povo.

É importante estar atento para as condições de “uso” das expressões linguísticas; pois é na prática social orientada, ou seja, no próprio uso da voz, que a tradição oral passa a veicular todos os elementos expressivos e pragmáticos - referentes ao sentido e significação das expressões. Essa cosmogonia constitui o caráter imagético das narrativas simples e originais, pois elucida um sortimento de recriações em que se retrata com maior complexidade a questão do sentimento vencendo o medo, a necessidade

---

27 Recolha de Ana Beatriz Silva de Oliveira e Maria Beatriz Alves Costa, estudantes do Curso Técnico em Cooperativismo do IFRN, João Câmara.

da luta contra o destino, a reverência à autoridade misteriosa e a obediência aos nexos enigmáticos da ordem vigente; esses movimentos compreensivos são vetores de um tempo. Tempo esse, que, em seus movimentos cíclicos, permitiu nascerem ritos ou seres míticos.

Essa projeção mítica mensura a imaginação que se propaga desde os tempos imemoriais até os dias de hoje. Nas culturas populares, há uma contínua construção, um reaproveitamento de narrativas anteriores que, por diferentes ingredientes, recriam outros relatos, seja pela embriaguês momentânea da arte ou por incidentes concretos do corpo social.

Reconstituindo a existência de textos orais particulares a uma cultura, observando as formas de conservação no espaço de tempo que lhe é propício, *a memória realiza uma síntese ativa sobre a determinação da síntese passiva operada na imaginação*. O passado deixa de ser “o passado imediato da retenção [para ser] o passado reflexivo da representação”. Como afirma Deleuze (1988), os registros da consciência que se movem em torno das representações da *repetição* e da *diferença* que estabelecemos sobre e com os fenômenos, como registros de nossa própria consciência de continuidade e de mudança, são inscritos nas imagens e podem ser assim investigados, sob algumas abordagens.

Penso aqui, sobretudo, na elaboração de Deleuze acerca da subjetividade originária que constitui a repetição, apropriada de Hume, ou seja, a ideia de que o imaginário que se repete não muda, “mas muda alguma coisa no espírito que a contempla” (DELEUZE, 1988, p. 127). Ideia que imprime uma regra básica à relação estabelecida originariamente: “um não aparece sem que o outro tenha desaparecido” (Idem, p. 127). Sobre essa premissa, Deleuze elabora uma reflexão que busca efetivar duas sínteses do tempo: a do presente vivo e a do passado puro. As referências movimentadas nessa análise configuram um campo interessante de elementos para as investigações acerca de devoções e imagética religiosa.

Frequentemente, nota-se que um mito não dispõe de uma autoria. Sua origem tem de ser obscura; seu próprio sentido o é, em parte. Apresenta-se como a expressão anônima de realidades coletivas, ou, mais exatamente, comuns. Esse aspecto anônimo do mito é interessante. Ele se contrapõe, nos dias de hoje, à sede das autorias, das propriedades e pertinências intelectuais. Ao ser interpretado, seja por qualquer *performer*, ele passa a pertencer a alguém, que também assume conformidade mítica. Estas

passam, entre inúmeras outras, a serem recriações importantes sobre o mito, e, de certa forma, enquanto marcos de uma dada leitura bem-sucedida, constituem-se como mitos na esfera da cultura.

Mas, mesmo assim vistos, esses textos não esgotarão seu potencial de interpretações. Nisso, funcionarão, no domínio da cultura, como na ambiguidade de possibilidades do oráculo; ou seja, ele não pertence a uma esfera única de interpretação, mas, ao tempo das inúmeras possibilidades de significação. Cada nova significação aumenta a potencialidade do oráculo. Isso possibilita ao imaginário, por exemplo, obter uma fonte inesgotável de criações, em avassaladora escolha combinatória de conteúdos.

O mito é nosso arquétipo, diria Jung; ou nosso reflexo no espelho do inconsciente, afirma Lacan. O caráter mais profundo do mito - em instâncias psicológicas -, é o poder que ele tem sobre nós, em geral involuntário, atrelado à trama da civilização. Assim visto, o mito passa a exercer um poder de coerção sobre os que nele se identificam. Seu enunciado desarma as instâncias críticas, reduz ao silêncio a razão, e opera com a imaginação a criação de novos elementos representacionais que nos tocam de maneira profunda. A constatação da obscuridade dessas narrativas antigas tem parentesco com a cartografia enigmática de nosso inconsciente.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pelo imaginário somos contemplações, somos imaginações, somos generalidades, somos pretensões, somos temporalidades múltiplas. Este processo complexo e cotidiano está associado à projeção e à identificação, polarizadas pelos símbolos da cultura. O mito é a história de um povo. Ele é uma identidade primeira e mais profunda de uma coletividade que quer se explicar, propondo argumentos sobre fenômenos e acontecimentos enigmáticos, cuja explicação transcende às normas da razão.

A Região do Mato Grande/RN, alheia a interesses e mecanismos de uma política neoliberal, não possui delineada a sua história e sua identidade, merecendo das instituições ligadas à educação e cultura, uma atenção muito especial e necessária. O estudo da cultura em detrimento da memória coletiva implica na necessidade de se reconceituar o termo identidade

cultural no sentido de ampliá-lo. As tradições orais enquanto expressões de um dado povo também devem, na atual conjuntura global, passar por uma reconceituação, uma vez que o uso poético da voz, como sendo arte, brota espontaneamente através da perpetuação de uma história. A sociedade, como enfatiza Zumthor, precisa da voz de seus contadores, independente das situações concretas em que vive. Mais ainda: “no incessante discurso que faz de si mesma, a sociedade precisa de todas as vozes portadoras de mensagens arrancadas à erosão do utilitário”. (ZUMTHOR, 2000, p. 56).

Como elemento central para o plano de um projeto que objetive estabelecer diretrizes estratégicas para o conhecimento, fortalecimento e valorização da identidade cultural da Região do Mato Grande e favorecer o desenvolvimento sustentado do território, é preciso reconhecer como linhas centrais a organização e fortalecimento dos atores sociais, a integração e implementação de políticas públicas e a adoção de princípios e práticas referentes à identidade social. Tal integração possibilitará a formação de uma consciência necessária, capaz de desencadear o processo de desenvolvimento, respeitando as fragilidades sociais e ambientais da região.

A população do Mato Grande espera por ações concretas das várias instâncias de governo para resolução de seus problemas básicos nos mais variados setores. O importante papel de ações que culminem no reconhecimento do patrimônio cultural da Região do Mato Grande, além de oferecer o fortalecimento e valorização da cultura local e da identidade social, pode proporcionar o acompanhamento ativo do processo das políticas públicas na região. É imprescindível ressaltar que as diretrizes para a criação de projetos que visem reconhecer e fortalecer o patrimônio cultural não devem estar pautadas na simples prática de meramente colecionar e reunir “resíduos” culturais como costumes exóticos ou de “antigos costumes” que ainda “subsistem em espaços atrasados”. Muito pelo contrário, a filosofia de ações dessa natureza deve estar centrada na valorização da transmissão da memória oral em diálogo com seu contexto cultural, orientando para a percepção da função racional de muitos costumes nas rotinas do trabalho cotidiano e da vida prática. Nesse ponto, não serão assumidas formas defensivas dos “significados, atitudes, valores”, mas se objetivará pesquisar as representações populares a partir das suas relações sociais.

## REFERÊNCIAS:

BACHELARD, G. **O materialismo racional**. Trad. João Gama. Lisboa Edições 70, 1990.

BARTHES, Roland. **Rethorique de l'ímage**. Communications, nº 4, 1964.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. Trad. Eloísa de Araújo Ribeiro. São Paulo: Editora Brasiliense, 2005.

DURAND, G. **Campos do imaginário**. Trad. Maria João Batalha Reis. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

ELIADE, Mírcea. **Mito e Realidade**. Trad. Póla Civelli. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

JUNG, C. G. Os arquétipos e o inconsciente coletivo. Trad. Maria Luiza Apy, Dora Mariana. Petrópolis: Vozes, 2000.

PITTA, Danielle Perin Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica editora, 2005.

SANTOS, M. F. **O espaço crepuscular: mitohermeneutica e jornada interpretativa em cidades históricas**. In: Ritmos do imaginário. Org. Danielle Perin Rocha Pitta. Recife: Ed. Universitária, 2005.

SARAIVA, M. Manuela. Imagem. In: **Logos**: Enciclopédia luso-brasileira de filosofia. (Vol. 2). Lisboa: Verbo, 1990.

# NOVA RURALIDADE: CONCEPÇÕES, EMBATES E REFLEXÕES SOBRE PARTICULARIDADES NA REGIÃO DO MATO GRANDE

Márcio Adriano de Azevedo<sup>28</sup>

Andrezza Maria Batista do Nascimento Tavares<sup>\*\*29</sup>

Renier Cavalcanti Dantas<sup>\*\*\*30</sup>

## INTRODUÇÃO

O Brasil tem suas raízes históricas, políticas, econômicas e culturais marcadas pela dimensão e questão agrária, sendo possível identificar diferentes momentos, quais sejam: do período de transição da Monarquia à República, do Estado oligárquico ao populista, deste último ao militar, durante a crise do militarismo e nos movimentos e partidos que desde o final dos anos de 1970, vêm lutando para que o Estado formule e implemente políticas públicas de natureza agrária que desenvolvam ações socialmente referenciadas. Para Ianni (2004), mesmo com as modificações

---

28 Doutor em educação pela UFRN. Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN. Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Educação e Diversidade (NEPED/IFRN *Campus* João Câmara). marcio.azevedo@ifrn.edu.br.

29 Doutora em educação pela UFRN. Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN. Membro de Grupo de Estudos e Pesquisa em Linguagens, Formação Profissional Docente e Inclusão Social (GELFOPIS/IFRN – *Campus* Macau). andrezza.tavares@ifrn.edu.br.

30 Graduado em Educação Física pela UFRN e Especialista Educação Física escolar (UFRN). Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN. Membro de Núcleo de Estudos e Pesquisas em Educação e Diversidade (NEPED/IFRN *Campus* João Câmara). renier.dantas@ifrn.edu.br.



ocorridas desde a extinção da escravatura, as bases agrárias continuam sendo importantes no Brasil, embora a industrialização e a urbanização, acentuadas desde os anos de 1930, tenham exercido uma influência estrutural no meio rural, tensionando e suscitando uma discussão que imprime à questão agrária a compreensão de diferentes concepções que se inserem no cenário socioeconômico brasileiro conforme os projetos políticos em disputa.

Nesse sentido, identificaremos algumas definições que vêm sendo cotejadas sobre o conceito de rural e sua diferenciação e/ou relação com o urbano. Para Vale (2005), as características que diferenciam o rural do urbano são sinteticamente: a) a baixa densidade populacional; b) o uso econômico predominantemente agropecuário; c) os moradores têm um perfil que se caracteriza pelo pertencimento às pequenas coletividades e às relações particulares com o espaço; d) a cultura se identifica e representa especificamente o meio rural; e) os sujeitos se relacionam com a natureza por meio de práticas e de representações particulares, tendo relação com espaço, o tempo, a família, as crenças, os costumes, entre outros aspectos, que se diferenciam da cidade; f) as vivências coletivas resultam das relações e dos interconhecimentos sociais; g) menor diferenciação e mobilidade sócio-espacial; posse da terra como o centro do sistema político-econômico.

Tais características ainda são predominantes em algumas regiões do País, como no Nordeste, mas também esta e outras áreas vêm sofrendo alterações sob a lógica capitalista, como aquelas localizadas no “Norte pioneiro do Paraná, como extensos trechos do Estado de São Paulo, como os campos de arroz e trigo do Rio Grande do Sul apresentam desenvolvimentos diretamente vinculados à expansão do capitalismo (IANNI, 2004, p. 100)”. Para Reis (2006), não há consenso conceitual e metodológico entre os formuladores de políticas públicas, entre os demógrafos, bem como entre os pesquisadores brasileiros sobre as definições sobre o rural brasileiro. Para o autor, trata-se de uma discussão polêmica e que está longe de ser resolvida, pois, além de vigorar uma legislação anacrônica, existem poucos estudos no Brasil voltados para a compreensão da problemática.

Tratando as características que definem o rural, os estudos de Reis (2006) enfatizam que estas se associam aos fatores ocupacionais e ambientais, dependendo do tamanho das comunidades e das diferenças na densidade e diversidade populacionais. Na discussão até aqui, apresentamos a visão de alguns autores sobre as características que podem definir o que é rural,

diferenciando-o do urbano. Porém, sobre a definição do que é a cidade, identificamos que a sua concepção é uma invenção do Estado Novo, por meio do Decreto-Lei 311, de 1938, o qual transformou em cidades todas as sedes municipais existentes, independentemente de suas características estruturais e funcionais. Desse modo, pequenos povoados e/ou simples vilarejos transformaram-se em cidades por norma que continua em vigência desde o período pós-64, sobretudo em função do Estatuto da Cidade. “Por exemplo, ao dispensar da exigência de Plano Diretor quase todas as cidades com menos de 20 mil habitantes. Será razoável que no início do século 21 se considere *cidade* um aglomerado de menos de 20 mil pessoas?” (VEIGA, 2001, p. 3, grifos do autor). Para o autor, as cidades que tem esse perfil são considerados *municípios rurais*.

Veiga (2001) ressalta, ainda, que até o ano de 1938 não havia dispositivo legal que diferenciasse o campo e a cidade. Como já foi dito, foi o Estado Novo que estabeleceu as regras de divisão territorial no Brasil, vigentes até hoje, embora em 1991 o IBGE tenha definido “três categorias de áreas urbanas (urbanizadas, não-urbanizadas e urbanas-isoladas) e quatro tipos de aglomerados rurais (extensão urbana, povoado, núcleo e outros)” (VEIGA, 2001, p. 9). No início do século XX, consolidara-se uma oligarquia rural, suprimida pela hegemonia da cidade sobre o campo, quando as estruturas de poder do país suplantaram econômica e politicamente o setor agrícola. Três causas contribuíram para o fim dessa oligarquia rural no Brasil:

Em primeiro lugar, a Grande Depressão Econômica dos anos 1929-33 e a Revolução de 1930 [...] Foi nessa época que as burguesias agrária e comercial, ligadas ao setor externo (exportação e importação), perderam o controle exclusivo do poder político para as classes urbanas emergentes (empresários industriais, classe média, militares, operários). [...] a verdade é que a Revolução de 1930 representou uma vitória da cidade sobre o campo; isto é, das classes sociais urbanas sobre as classes sociais rurais (IANNI, 1976, p. 149).

Temos, assim, uma situação particular que privilegia o setor industrial sobre o setor agrário, sobretudo a partir dos anos de 1950. Identificamos

também que o desenvolvimento no setor industrial acelerou a economia urbana em maiores proporções do que a agrária, visto que aqueles centros atendiam, com maior amplitude, à reprodução do capital industrial em escala mundial. “[...] as transformações políticas e sociais que acompanham a crise dos anos 1920-33 e a Segunda Guerra Mundial de 1939-45 criaram as condições propícias à transição para um sistema econômico em que predomina o setor industrial. [...]” (IANNI, 1976, p. 149). Nesse contexto, configurou-se nos anos de 1950-1960, uma estrutura política e econômica em que prevaleciam os interesses da burguesia industrial urbana. Não obstante, “[...] no âmbito das forças produtivas (capital, tecnologia, força de trabalho e divisão social do trabalho) [...]” (IANNI, 1976, p. 149)”, o campo e a cidade, em suas relações de produção capitalista, mantiveram-se interligadas. Como terceira causa dessa suplantação campo-cidade, identificamos também que:

[...] foi-se desenvolvendo cada vez mais a dupla dependência que caracteriza a situação da sociedade agrária brasileira desde a época em que a burguesia agrária perdeu a hegemonia política para as outras classes sociais, particularmente, a burguesia industrial. Já não era apenas o produto do trabalho agrícola que somente podia realizar-se como mercadoria no âmbito da cidade e do comércio mundial – ou seja, sob o controle de outras empresas, grupos econômicos e interesses – mas, o próprio excedente econômico efetivo produzido pelo setor agrário passou a ser apropriado em outras esferas do sistema econômico nacional e mundial (IANNI, 1976, p. 149-150).

O rural foi se revestindo de novas características socioeconômicas, embora mantivesse a sua configuração de *rural profundo* <sup>31</sup>.

---

31 Áreas rurais que não sofreram nenhuma influência metropolitana. Esse conceito foi apresentado por Couto Filho (2005), em debate na Mesa Redonda "Agricultura familiar no Nordeste: pluriatividade e alternâncias tecnológicas de produção", por ocasião do Colóquio de Ciências Sociais da UFRN, realizado no período de 22 a 25 de novembro de 2005

## COMPREENDENDO O *NOVO RURAL*

A partir dos anos de 1990 o campo brasileiro foi permeado por uma diversidade tamanha, segundo a qual o rural não poderia ser mais compreendido como somente agropastoril ou mesmo agroindustrial. Desse modo, passaram-se a se conceber três visões distintas acerca das atividades socioeconômicas desenvolvidas no setor: agrícolas, não-agrícolas e pluriativas<sup>32</sup>. No Estado do Rio Grande do Norte, por exemplo, 61,8% das atividades desenvolvidas no campo correspondem àquelas não-agrícolas. Percebemos, assim, que no decorrer das décadas subseqüentes aos anos trinta do século XX:

Essas transformações ocasionaram a incorporação de recursos “racionais” de organização e administração das empresas, bem como de procedimentos tecnológicos avançados. Desde as modificações nos modos de exploração da força de trabalho até a adoção do avião como meio de comunicação, passando pelo trator, adubos, rotação das lavouras, exame científico das possibilidades das terras, etc., a economia agrária sofreu e continua sofrendo progressivamente, a ação de fatores internos e externos que revelam, entre outros fenômenos, a expansão da mentalidade capitalista no campo. Os fenômenos conhecidos como “êxodo rural”, ou “migrações internas”, são também expressões demográficas e ecológicas de processos econômicos e sociais que atingiram substancialmente o chamado “complexo rural” tradicional. (IANNI, 2004, p. 101).

Nesse complexo rural, sobretudo a partir dos anos de 1990, algumas problemáticas se agravam, principalmente no estágio de desenvolvimento produtivo e excludente que foi introduzido no campo, como o crescimento do trabalho assalariado; a precarização do emprego rural; a sobrecarga da força de trabalho; a expulsão de pequenos e médios produtores de suas

---

32 Atividades agrícolas e não-agrícolas desenvolvidas por camponeses residentes em áreas rurais (Cf. AZEVEDO, 2006. Vide referências ao final deste estudo).

terras, pela inviabilidade produtiva; contínuas migrações, especialmente dos trabalhadores; crescente orientação da produção pela lógica do mercado global e informacional; o elo dos produtores rurais a complexos agroindustriais em que predominam as decisões dos núcleos de poder vinculados às grandes empresas transnacionais ou transnacionalizadas; e a subordinação dos países periféricos a esses sistemas de poder. As grandes empresas agroindustriais e transnacionais incidiram sobre as políticas que influenciam o comércio exterior de produtos de origem agropecuária, expandindo, desse modo, as suas esferas de influência em vários países do Terceiro Mundo e da economia mundial. Analisando a *Nova Ruralidade* na conjuntura da economia global, Teubal (2006) ressalta que essas corporações:

[...] dominan una parte importante del comercio mundial de los productos agropecuarios. Seis corporaciones comercializan el 85% del comercio mundial de granos – Cargill (EE.UU), Continental (EE.UU), Mitsui (Japón), Louis Dreyfus (Francia), André/Garnac (Suiza) y Bunge y Born (Brasil); quince corporaciones controlan entre el 85% y 90% del comercio algodonoero; ocho corporaciones responden por el 55% al 60% del comercio mundial del café; siete empresas comercializan en 90% del consumido en el mundo occidental; tres empresas dominan 80% del comercio de bananas; otras tres empresas dominan el 83% del comercio de la cocoa; cinco firmas compran el 70% del tabaco en rama (TEUBAL, 2006, p. 49).

O autor ressalta, ainda, que o comércio mundial de produtos agropecuários aumentou de 65 mil dólares, em 1972, para 500 mil, em 1997. Essa mudança está associada à crescente intervenção e abertura do comércio mundial de produtos desse setor, por meio de instituições como o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), que medem e articulam as relações econômicas em escala global. Na América Latina, em especial, a partir dos anos de 1990, as exportações tiveram um significativo crescimento, apesar de que “[...] los

éxitos de mercado de estas exportaciones ni siempre fueron acompañados por los correspondientes beneficios sociales”. (TEUBAL, 2006, p. 49).

Nesse sentido, as desigualdades sociais foram acentuadas no campo, aumentando os índices de pobreza nesse setor, como mostram os estudos da UNESCO (2002; 2004a, 2004b). A economia global e informacional, associada à Nova Ruralidade, deixa milhares de sujeitos às margens do desenvolvimento socioeconômico, visto que não podem usufruir dos avanços econômicos e tecnológicos dos quais se sustenta o agronegócio. Analisando a pobreza rural na América Latina e no Caribe, o BID (1998) mostra que se podem distinguir quatro importantes fatores que afetam as transformações da ruralidade na Região:

- 1) A integração e a competitividade econômica em escala global;
- 2) O novo modelo de Estado;
- 3) A progressiva degradação e conseqüente valorização do meio ambiente;
- 4) As relações entre gênero, etnia e pobreza.

O documento ressalta, ainda, que a falta de acesso à modernização e as precárias condições da educação são fatores que contribuem para a marginalização e a pobreza dos pequenos e médios produtores, bem como daqueles que dependem do trabalho assalariado. A *Nova Ruralidade* impõe uma nova dinâmica às relações socioeconômicas, geradas pelo agronegócio, segundo a qual o rural não pode mais ser compreendido como somente agropastoril ou mesmo agroindustrial. Entretanto, o avanço da tecnologia na agricultura brasileira vem reforçando o caráter excludente do agronegócio, que moderniza a produção e exige trabalhadores cada vez mais especializados, gerando, assim, um exército de trabalhadores desempregados e/ou condicionados a regimes e condições cada vez mais desumanas<sup>33</sup>.

---

33 Na melhor das hipóteses, o capitalismo globalizado trouxe enormes benefícios às elites, à classe média e à elite da classe trabalhadora. Mas abandonou na beira da estrada do progresso multidões de deserdados e sem destino, mergulhados em formas perversas de sobrevivência. São os indevidamente chamados de excluídos, porque incluídos

Segundo Maia (2003) e Reis (2006), a ideia de Novo Rural, no Brasil, é resultado dos processos de industrialização e de urbanização do rural - entendido como a extensão do urbano – disseminados desde os anos de 1930, além da modernização tecnológica e do desenvolvimento de atividades secundárias e terciárias no campo. Essa concepção foi introduzida no Brasil a partir do governo de Fernando Henrique Cardoso, a partir dos anos de 1990. Assim:

Nesse projeto, cabe ao Estado a definição de um modelo de desenvolvimento e a determinação de políticas às quais os trabalhadores deverão se interagir. Em sua acepção predominam políticas como, por exemplo: o Banco da Terra, ou seja, as negociações são definidas no território político-econômico da lógica do capital (FERNANDES, 2001, p. 35).

Com a propagação de novas tecnologias – microeletrônica, engenharia genética, química, biotecnologia –, que consolidam o modelo agroindustrial e, conseqüentemente, o agronegócio, beneficiam alguns e excluem a maioria dos sujeitos do campo, que ficam também à deriva dos benefícios políticos, socioeconômicos e culturais que esses avanços podem oferecer, conforme já mencionamos. Entre os anos de 1990 e 2000, o setor agrícola brasileiro reduziu em 21% os postos de trabalho. “Os resultados mostram que, se a tecnologia mais moderna hoje utilizada fosse disseminada para todas as regiões produtoras do País, a demanda da força de trabalho agrícola sofreria redução de cerca de 60%” (PRIORE; VENÂNCIO, 2006, p. 215).

Não se trata de defendermos a ideia de que os avanços tecnológicos não sejam necessários, mas que não sejam acessíveis apenas à minoria dominante, reforçando, assim, o caráter excludente das condições de vida e de trabalho de milhões de brasileiros que habitam no campo, denotando que o rural não tem mais significado histórico relevante. O cenário cerceado de contradições vem imprimindo ao campo brasileiro um ciclo permanente

---

foram nas funções residuais e subalternas da cloaca de um sistema econômico que não parece ter como funcionar e sobreviver sem iniquidades e injustiças. (MARTINS, 2000, p. 16).

de discussões antagônicas e díspares acerca da reforma agrária <sup>34</sup>. A questão vem atravessando décadas, sem que se tenha definições políticas socialmente referenciadas na formulação e implementação de políticas afirmativas. Como observa Sá (2004), as posições sociais e políticas do latifúndio vêm se mantendo historicamente no reordenamento jurídico brasileiro desde o período de mudanças das capitâneas para governadoria até a Constituição de 1988. Discutindo sobre essa problemática em âmbito nacional, Sá (2004) faz saber que o latifúndio, no Brasil, apresenta uma particularidade sui generis com relação a outros países da América Latina, uma vez que:

Estas imensas propriedades, improdutivas ou de superada criação extensiva, como se viu, resistiram às rupturas políticas e transformações supraestruturas. Adaptou-se às formas capitalistas de produção e comercialização, deixou-se assimilar pela organização empresarial avançada e garantiu, pelo domínio territorial, o fortalecimento e a sobrevivência da burguesia rural com notável transcendência política (SÁ, 2004, p. 34).

As forças e os interesses dominantes do latifúndio no Brasil perpetuam-se ao longo da história e parecem consolidar-se com a agroindústria – na colônia, com a cana-de-açúcar – e atualmente com o agronegócio, dentre outros; o embate é cada vez mais acirrado em decorrência das desigualdades que no campo mostram-se de forma tão perversa quanto na cidade. Isto é, identificamos um setor altamente modernizado da agricultura –

---

34 "Sua expressão mais alta foi o Estatuto do Trabalhador Rural, sancionado em maio de 1963, que estendeu o direito de sindicalização e outras regalias do trabalhador urbano ao assalariado agrícola. E, também, o projeto de reforma agrária do próprio poder executivo, constante da Mensagem Presidencial de março de 1964 e que, provavelmente, teria sido aprovado, se o governo Goulart não caísse, deposto por um golpe militar". (RIBEIRO, 2004, p. 28). Para Martins (2000), é inquestionável também que a CPT e o MST foram importantes protagonistas responsáveis pela inclusão da questão agrária na agenda política do Estado brasileiro, sem que a discussão fosse tratada como um problema residual, esporádico e sem maior importância político-social, como vinha ocorrendo desde a aprovação do Estatuto da Terra. "Fizeram-no, portanto, sem o saber, pela tortuosidade das vias indiretas, por meio das repercussões injustamente negativas de suas ações e não pela via política de quem propõe, assume e administra politicamente a proposta e a conquista." (MARTINS, 2000, p. 21). Ressalta, portanto, que a luta dos movimentos tornou-se maniqueísta e redutiva, visto que desejam promover uma revolução sem dela participar ativa, pública, responsável e politicamente possível e viável, ante o cenário e a realidade agrária que se configurou historicamente no Brasil.



*agrobusiness* – “representando quase 50% do PIB brasileiro, ao lado de um setor, como os Sem-Terra, que lutam por um pedaço de terra para produzir (MENEZES NETO, 2005, p. 1-2). Por outro lado, estudos revelam que o Brasil é praticamente o único país do mundo que ainda pode desenvolver uma política de reforma agrária por meio da redistribuição de terras, sem prejuízo do segmento mais dinâmico do setor agrícola, responsável pelo excedente destinado à exportação. “Trata-se de indiscutível vantagem comparativa, pois permite a inclusão dos excluídos, ao mesmo tempo em que as políticas econômicas tratam da inclusão do país no âmbito da globalização” (GUANZIROLI; ROMEIRO; BUAINAIM; DI SABBATO; BITTENCOURT, 2001. p. 252).

Conforme já foi ressaltado, isso se torna mais evidente a partir dos anos de 1980-1990, quando se propagam as novas tecnologias – microeletrônica, engenharia genética, química, biotecnologia –, beneficiam poucos em detrimento da maioria, visto que, geralmente, a porção camponesa que em grande parte está à margem dos avanços tecnológicos, fica também à deriva dos benefícios políticos, socioeconômicos e culturais (FERNANDES, 2008; SANTOS, 2004). Desse modo, percebemos que é “difícil conciliar na mesma mesa latifundiários e camponeses, que são classes que têm interesses contrários e se confrontam entre si desde sua existência” (MAIA, 2003, p. 226). Diante dessas evidências, percebemos que, no debate político sobre a reforma agrária, sobretudo a partir dos anos de 1990, desencadearam-se algumas concepções que expressam interesses contrários. O Estado, por sua vez, atende aos grupos dominantes, reproduzindo e mantendo as bases histórico-políticas e, ao mesmo tempo, apoiando e fomentando o modelo de desenvolvimento econômico do campo, sob o prisma da modernização agrícola conservadora urbano-industrial e do agronegócio. Dessa forma, constatamos que:

No debate sobre o caráter da Reforma Agrária nos anos 90 foi majoritária a ideia de que esta política pública não era mais necessária do ponto de vista do desenvolvimento econômico do país. Por essa concepção, grandes produtores respondem às demandas do mercado. Nesta etapa, é caro capitalizar e tornar competitivos os pequenos agricultores beneficiários da Reforma Agrária (MOLINA, 2004, p. 65).

Partindo desse pressuposto, os latifundiários e os agroindustriais entendem que a reforma agrária deve atender apenas a uma política social compensatória, tendo em vista que o país já conseguiu responder aos desafios impostos pelo mercado e pela produção no setor agrícola. Em contraposição a esses argumentos, a autora referenciada analisa que:

A visão de Reforma Agrária como política social compensatória ignora que este desenvolvimento agrícola, considerado “eficiente”, só alcançou resultados porque o próprio Estado propôs, garantiu e viabilizou a entrada do capital no campo, transformando a agricultura em uma questão indissociada do sistema financeiro (MOLINA, 2004, p. 66-67).

Assim entendidos, os interesses dos movimentos sociais e dos camponeses vão de encontro a esse modelo. Eles defendem que o Estado desenvolva uma política de reforma agrária, de cunho econômico-social, que gere impacto nos processos produtivos e redistributivos, que produzam mudanças estruturais. Propõem, dessa forma, que o Estado volte a sua atenção para um novo modelo de organização e de produção agrícola, com base na agricultura familiar. Essa proposição constitui-se em um desafio, visto que a “agricultura hoje é majoritariamente patronal por força de determinadas correlações políticas históricas. O que não significa que o modelo do agronegócio seja o único caminho para uma agricultura moderna” (MOLINA, 2004, p. 69). A autora esclarece, ainda, que a reforma agrária pautada no modelo da agricultura familiar enseja a possibilidade de incluir os camponeses no espaço de seus direitos e de seus anseios como cidadãos. Nesse horizonte,

[...] uma mudança no modelo de desenvolvimento requer a reorientação das políticas públicas, com a readequação da importância do campo na elaboração de políticas macroeconômicas. Nesta estratégia, a Reforma Agrária ocupa papel nuclear, porque seria instrumento para estimular e desencadear o

processo de aumento e geração de renda à imensa parcela da população brasileira que está à margem do processo de globalização (MOLINA, 2004, p. 70).

Entendendo também que a reforma agrária depende de decisões políticas afirmativas e de direitos plenamente assegurados, “[...] a reforma agrária começa a se apresentar hoje como uma luta pela transformação da própria sociedade brasileira para um outro sistema, onde o trabalhador não só trabalhe, mas também se aproprie dos frutos do seu trabalho”. (GRAZIANO DA SILVA, 2001, p. 106). Ainda segundo o autor, não se pode planejar o desenvolvimento no meio rural tendo apenas como foco a agricultura familiar, visto que essa proposta ignoraria praticamente a metade dos pobres rurais no Brasil, que são famílias constituídas exclusivamente de empregados agrícolas e não-agrícolas. O autor defende também que qualquer perspectiva de desenvolvimento que se vislumbre, não pode ignorar a questão da geração de empregos e nem a necessidade de elevação da taxa salarial, em particular, do poder aquisitivo do salário mínimo, que baliza não apenas os salários agrícolas, mas também a renda da agricultura familiar no Brasil. Nessa perspectiva, Reis (2006) também ressalta que:

[...] que a pluriatividade no Brasil aparece como importante alternativa de emprego e renda no campo, uma vez que o desemprego e o subemprego nas atividades agrícolas consistia, há algumas décadas, em um fator decisivo na manutenção das altas taxas de êxodo rural. [...] Diante de uma série de problemas encontrados nos grandes núcleos de aglomeração populacional, o “Novo Rural” se apresenta como uma alternativa de ocupação e renda para um grande número de pessoas que sofrem com o desemprego urbano, e mesmo para aqueles trabalhadores inseridos no mercado formal urbano que se encontram pouco dispostos a arcarem com os elevados custos de moradia e transporte presentes nas metrópoles (REIS, 2006, p. 7).

A ideia de que o novo rural apresenta-se como uma alternativa de ocupação e de renda para os trabalhadores, defendida pelos autores parece

desconsiderar que as reais características assumidas pela concepção de ruralidade, conforme definem Ianni (2004) e Prado Júnior (2007), inserem os trabalhadores rurais no histórico e vicioso ciclo de exploração e de venda de sua força de trabalho, instituindo-se na forma de empregado assalariado ou de proletariado agrícola. Estudos, como o de Azevedo (2006), mostram que ainda predomina no Brasil a realidade em que os trabalhadores recebem um salário para trabalhar em atividades diversificadas como agricultura, pecuária, agroindústria, extração vegetal e mineral, cumprindo uma jornada no limite ou que excede a 8 horas diárias de trabalho.

Ainda sobre esse aspecto, Dantas (2005) enfatiza que no Rio Grande do Norte, por exemplo, observa-se que no período de 1992 a 2002, houve um crescimento da população que trabalha parcialmente na agropecuária, trabalhando uma jornada que excedeu 14 horas diárias. Esses sujeitos se ocuparam de trabalho agrícola não-remunerado. Ainda segundo o autor, o trabalho assalariado precário – sem carteira de trabalho assinada –, no mesmo período de 1992-2002, teve uma média de 77,5%, alcançando um índice de 92,1%, em 2002. As análises de Graziano da Silva (1999; 2001) e de Reis (2006) sobre a *nova ruralidade* parecem não considerar também que, mais de um século depois da abolição da escravatura negra, ainda registram-se relações de trabalho dessa natureza. Em contraposição a essa perspectiva:

O que se entende e deve entender por “reforma agrária” nas atuais circunstâncias do país, é a elevação dos padrões de vida da população rural, sua integração em condições humanas de vida, o que não é e está longe ainda de ser o caso em boa parte do Brasil. A grande massa dos 30 e tantos milhões de brasileiros que vivem no campo e tiram seu sustento do trabalho da terra, se encontra em nível de miserabilidade que tem poucos paralelos em qualquer outra parte do mundo (PRADO JÚNIOR, 2007, p. 88).

Mesmo que a defesa dos movimentos sujeitos do campo propugnasse a reforma agrária pela via do trabalho assalariado, isso implicaria em proporcionar uma proteção legal a esses sujeitos, o que geralmente também

não ocorre, bem como modificar a estrutura fundiária da propriedade da terra, “[...] no sentido de corrigir a extrema concentração que caracteriza essa propriedade, a fim de proporcionar aos trabalhadores rurais maiores oportunidades de acesso à posse e utilização da terra em proveito próprio” (PRADO JÚNIOR, 2007, p. 91). Sobre a particularidade da propriedade privada da terra, percebemos que a América Latina concentra a maior desigualdade do planeta em termos de distribuição de terras, estando também associada à maior concentração de renda, inclusive, naqueles países onde a relevância da agricultura familiar vem diminuindo (BORÓN, 2003).

Reafirmando essa posição, os estudos de Stavenhagen (1976) revelam que essa é uma problemática antiga no Continente Latino-americano. Mesmo antes de a terra ter sido transformada em mercadoria, os espanhóis e os portugueses foram presenteados com grandes lotes de terras, como recompensa por suas conquistas e, nesse particular, a “[...] propriedade privada da terra tornou-se o padrão geral na América Latina” (STAVENHAGEN, 1976, p. 33). Depreendendo-se dos aspectos anteriores, identificamos que o Brasil só perde para o Paraguai, em termos de concentração da terra. Significa que aqui são encontrados os maiores latifúndios do planeta. A título de ilustração, identificamos que a extensão das 27 maiores propriedades existentes no país atinge uma superfície equivalente ao Estado de São Paulo (TONELLI, 2004). Como vimos, a luta pela Reforma Agrária iniciou no Brasil a partir dos anos de 1960, e vem atravessando décadas, sem que se tenha nenhuma definição e nenhuma operacionalização política consistente para resolver a questão da propriedade privada. Por isso mesmo, que a lógica excludente do agronegócio e a lutas dos movimentos sociais e sindicais do campo vêm intensificando um denso, tenso e polêmico debate sobre a reforma agrária na agenda governamental brasileira.

Para os sujeitos que moram e trabalham no campo, o rural não pode ser compreendido apenas como um espaço que pertence ao latifúndio e à produção agropecuária e/ou agroindustrial, mas como um campo de possibilidades, de construção de uma identidade cultural que contemple as suas necessidades e especificidades (FERNANDES, 2002). As indefinições políticas, sobretudo do Estado brasileiro, em torno da reforma agrária vêm reforçando o caráter excludente e atrasado da ruralidade, sobretudo no que concerne às condições de vida da maioria dos sujeitos que moram e trabalham no setor. Isso influencia, diretamente, as formas como se organizam e se estruturam alguns serviços básicos junto às populações

rurais, como a educação. “Até agora a sociedade brasileira mostrou-se incapaz de acabar com a deplorável situação de miséria material e moral que continua a dominar sua ruralidade” (VEIGA, 2001, p. 120).

## **ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A REGIÃO DO MATO GRANDE NO CONTEXTO DA NOVA RURALIDADE**

A região do Mato Grande<sup>35</sup> é constituída por 15 municípios: Bento Fernandes, Jandaíra, João Câmara, Maxaranguape, Parazinho, Pedra Grande, Poço Branco, Pureza, Rio do Fogo, São Miguel do Gostoso, Taipu, Touros, Caiçara do Norte, São Bento do Norte e Ceará-Mirim, tendo uma população de 203.507 habitantes, dos quais 98.128 residem na zona urbana e 105.379 residem no setor rural. São municípios caracterizados por uma população inferior a 10.000 habitantes, cujas matrizes socioeconômicas, políticas e culturais são predominantemente *rurais*<sup>36</sup>, conforme mostra o Plano de Desenvolvimento Sustentável do território do Mato Grande (RIO GRANDE DO NORTE, 2006). Estudos destacam que a região se destaca estrategicamente em sua geopolítica estratégica, visto que se localiza no ponto mais próximo do continente europeu, tendo, ainda, três dos principais eixos rodoviários do Estado, que convergem para a “estrutura portuária e aeroviária de Natal, possibilitando o transporte de produtos em poucas horas para a Capital do Estado” (BRASIL, 2005, p. 16)

---

35 Mato Grande foi um povoado foi formado por trabalhadores incorporados na construção da linha ferroviária, bem como por trabalhadores rurais ou pequenos negociantes, provenientes das sedes e zonas rurais dos municípios de Ceará-Mirim, Taipu, Touros e Lajes, que, para prestarem pequenos serviços aos trabalhadores na linha férrea, emigravam para o povoado, a fim de se estabelecerem. Aos poucos, esses trabalhadores foram construindo barracos e pequenos casebres de palha e de madeira, abundantes na região (Cf. BAIXAVERDE.COM, 2009, p. 1).

36 “Um aspecto que não pode ser esquecido e que teve grande importância na reestruturação e ocupação espacial da região nos últimos anos é a política de reforma agrária, implementada pelos governos federal e estadual, através da estratégia de assentamentos rurais. O fato de o território estar inserido numa área historicamente de grande concentração fundiária motivou os movimentos sociais a realizarem uma forte ação na região que culminou com a desapropriação de muitas terras que foram convertidas em áreas de assentamentos de reforma agrária. Conforme informações contidas no Plano de Desenvolvimento Sustentável do Litoral Norte, das 13.857 famílias assentadas pelo INCRA no Estado desde 1987, 34% delas foram para assentamentos localizados, principalmente, em João Câmara e Touros. Sabe-se, todavia, que a maioria desses assentamentos enfrenta sérias dificuldades para sua auto-sustentação, em virtude de praticar uma agricultura de baixo nível tecnológico, resultando produtos de pequena densidade financeira e dependente do regime de chuvas, mas, mesmo assim, provocou alteração na dinâmica demográfica com repercussão mais significativa nas áreas rurais” (BRASIL, 2005, p. 29-30).

Mesmo apresentando uma posição socioeconômica estratégica e potencialmente relevante no Rio Grande do Norte, as perspectivas de desenvolvimento na Região são desafiadoras. Segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região (RIO GRANDE DO NORTE, 2006), o índice de Desenvolvimento Humano do Mato Grande apresenta-se na média de 0,625, situando-se bem aquém do município do Natal (0,7873) e do Estado do Rio Grande do Norte (0,702). Essa situação provoca, entre outros problemas, uma tendência acentuada de migração dos trabalhadores locais para a região metropolitana de Natal. “Esta migração da população agrava os problemas urbanos da grande Natal, que já tem índices preocupantes de desemprego e carência de serviços básicos para a população” (RIO GRANDE DO NORTE, 2006, p. 7).

Quando se compara, por exemplo, os indicadores da educação nos municípios que compõem a Região do Mato Grande com aqueles do município de Natal, capital do Estado, encontramos uma situação bastante adversa. “A realidade atual aponta uma População Ativa com baixo nível de escolarização, o que certamente dificultará a inserção no mercado de trabalho mais exigente em qualificação profissional” (RIO GRANDE DO NORTE, 2006, p. 7). As atividades econômicas da Região estão associadas ao comércio, ao extrativismo e à agropecuária, com predominante tendência a um “[...] modelo de produção com base na grande propriedade, pois a concentração fundiária da região é muito alta” (RIO GRANDE DO NORTE, 2006, p. 8).

Outra atividade que desempenhou um importante potencial para o Mato Grande foi a cultura do sisal<sup>37</sup>. Entretanto, com a queda de preços da fibra, no mercado internacional, ocorreu uma desvalorização, mas que ainda pode ser potencializada, pois o território detém grandes áreas com a cultura e pode ser uma alternativa viável na medida, conforme ressalta o Plano de Desenvolvimento Sustentável. Ainda com referência aos potenciais econômicos, percebemos que são amplas as potencialidades da região, mas as dificuldades de comercialização “tem sido o grande gargalo da produção familiar, pois a inserção da produção e agregação de valor dos produtos tem

---

37 O sisal foi outra importante atividade econômica até o início dos anos 70, vindo a região do Mato Grande a ser a principal produtora dessa fibra e a cidade de João Câmara seu grande pólo de beneficiamento e comercialização. Mas, questões de mercado determinaram seu declínio e estagnação. As crises sucessivas do algodão e do sisal foram sempre ligadas às conjunturas do mercado internacional e às políticas econômicas, muitas vezes desfavoráveis à produção interna, ao mesmo tempo em que 50 facilitavam as importações do exterior” (BRASIL, 2005, p. 50).

sido pequena, deixando a agricultura familiar cada vez mais descapitalizada” (RIO GRANDE DO NORTE, 2006, p. 10), reforçando as análises que a literatura cotejada vem mostrando, quando analisa as contradições entre o discurso e a prática no campo da chamada nova ruralidade.

Segundo o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Mato Grande (RIO GRANDE DO NORTE, 2006), entre os desafios que se impõem à Região, pode-se destacar a concentração de terras, a exemplo do que ocorre historicamente no Brasil, conforme mostra Stavenhagen (1976); os minifúndios são insuficientes para as famílias sobreviverem, sendo necessárias políticas que se sustentem e se articulem, ancoradas na perspectiva enfatizada por Fernandes (2002) e Prado Júnior (2007); dificuldades de inserção dos produtos no mercado (comercialização); degradação ambiental; irregularidade climática; elevados índices de analfabetismo no meio rural, dificultando a apreensão e aplicação de conhecimentos e de técnicas avançadas às práticas de trabalho, como mostra Azevedo (2006); base social pouco organizada: pequeno número de organizações com atuação efetiva no território; baixo nível de associativismo; ingerência política; falta de integração institucional; migração da população rural para a zona urbana; falta de uma política adequada para preservação das sementes tradicionais; baixo índice de cobertura da Assistência Técnica Estatal; insuficiência de cursos profissionalizantes; falta de capacitação e de educação voltada para a Agricultura Familiar; entre outros.

Com relação às ameaças, percebemos que são enfatizadas: a burocracia no acesso ao crédito para Agricultura Familiar; falta de política agrícola e políticas de desenvolvimento rural; política de Crédito nem sempre adequada à realidade do Território; endividamento dos agricultores; sucateamento da Assistência Técnica; os governos municipais têm pouca credibilidade política e são ineficientes nos serviços básicos que oferecem; redução dos recursos públicos; linhas de crédito inadequado à realidade regional; entre outros.

Nesse sentido, o Plano de Desenvolvimento Sustentável ressalta que as políticas públicas e iniciativas governamentais e não-governamentais, bem como a sociedade civil organizada situam-se num contexto de enfretamento político, econômico, social e cultural, que exigem práticas e ressignificações da gestão pública e privada, estratégica, ambiental, de pessoas, de processos, entre outras, imprimindo a necessidade de maior conscientização ambiental; implementação de novas tecnologias – cadeia



produtiva estratégica –; modernização/descentralização das estruturas político-administrativas; ampliação e continuidade de financiamento por meio das linhas de crédito, como as do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

Também se destaca a necessidade de financiamento em áreas de educação tecnológica/turismo; emergências de novas instituições voltadas para o desenvolvimento regional; ampliação de editais para Projetos; ampliação do mercado para Agricultura Familiar através das feiras e da Central de Comercialização em Natal; consórcios entre Prefeituras para a implementação e efetividade de projetos estratégicos; ampliação do processo de formação em agroecologia e práticas de conservação do patrimônio natural do território; turismo rural, etc.

Por fim, identificamos que, além dos problemas históricos e político-estruturais, estudo propositivo do Ministério do Desenvolvimento Agrário (BRASIL, 2005) ressalta acerca dos desafios impostos à região, mostrando a necessidade de se dinamizar e de implementar ações de formação e acompanhamento em gestão de projetos produtivos, de fortalecimentos dos mecanismos de participação e da existência de núcleos em educação, ciência e tecnologia.

O estudo mostra também que essa dinamização exige diferentes formas de gestão, sobretudo com enfoque no planejamento participativo e no controle social, o que ainda se constitui em um vir-a-ser na realidade brasileira e na particularidade do Mato Grande. Embora a *nova ruralidade* no Brasil tenha sido concebida sob o avanço científico no setor e o advento das novas tecnologias, entre outros fatores, predominam as *velhas práticas*, sobretudo para os trabalhadores e agricultores familiares que vivem e trabalham no setor.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Márcio Adriano de. **Descompasso na política educacional: a reorganização da educação rural em Jardim de Piranhas/RN (1999-2006)**. Natal, 2006, 155 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

BAIXAVERDE.COM. **A história de João Câmara contada no livro de Paulo Alexandre**. Disponível em: <<http://www.baixaverde.com/integra.php?titulo=A%20historia%20de%20Jo%20E3o%20C%20E2mara%20contada%20no%20livro%20de%20Paulo%20Alexandre&integra=100>>. Acesso em: 19 maio 2009.

BORÓN, Atílio. El Estado y las “reformas del Estado orientadas al mercado”. Los “desempeños” de la democracia en América Latina. In: KRAWCZYK, Nora Rut; WANDERLEY, Luiz Eduardo. **América Latina: estado e reformas numa perspectiva comparada**. São Paulo: Cortez, 2003. p. 52-71.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria de Desenvolvimento Territorial – SDT. **Estudo Propositivo do território do Mato do Grande/RN**. Natal: SDT, 2005.

COUTO FILHO, Victor de Athayde (Coord.). Agricultura familiar no Nordeste: pluriatividade e alternâncias tecnológicas de produção. **Colóquio de Ciências Sociais da UFRN: Política e existência**. Natal: UFRN, 2005. Mesa redonda realizada em 24 nov. 2005.

DANTAS, Eduardo Janser de Azevedo. **A precarização do emprego no setor da agropecuária do Rio Grande do Norte nos anos 90**. Natal, 2005. 54 f. Monografia (Ciências Econômicas) – Departamento de Economia – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Conflitualidade e desenvolvimento territorial. IN: UNICAMP. Universidade Estadual de Campinas. **Luta pela terra, reforma agrária e gestão de conflitos no Brasil**. Campinas: UNICAMP, 2008.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Diretrizes de uma caminhada. In: KOLLING, Edgar Jorge; CERIOLI, Paulo Ricardo; CALDART, Roseli Salete. **Educação do campo: identidade e políticas públicas**. Brasília: Articulação Nacional por uma Educação Básica do Campo, 2002. (Coleção Por uma Educação Básica do Campo, 4).

FERNANDES, Bernardo Mançano. **Questão agrária, pesquisa e MST**. São Paulo: Cortez, 2001. (Coleção Questões da nossa época, 92).

GUANZIROLI, Carlos; ROMEIRO, Ademar; BUAINAIM, Antonio M.; DI DI SABBATO, Alberto; BITTENCOURT, Gilson. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI. Rio de Janeiro**: Gramond, 2001.

GRAZIANO DA SILVA, José. **O novo rural brasileiro**. 2. ed. Campinas: UNICAMP, 1999. (Coleção Pesquisas, 1).

GRAZIANO DA SILVA, José. Quem precisa de uma estratégia de desenvolvimento? In: GRAZIANO DA SILVA, José; BIANCHINI, Valter; WEID, Jean Marc Von Der. **O Brasil rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Brasília: MDA/CNDRS/NEAD, 2001.

IANNI, Octavio. **Origens agrárias do Estado brasileiro**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

IANNI, Octavio. Relações de produção e proletariado rural. In: SZMRECSÁNYI, Tamás; QUEDA, Oriowaldo (Orgs.). **Vida rural e mudança social**. 2. ed. São Paulo: Nacional, 1976. p. 148-159.

MAIA, Lucíola Andrade. O problema agrário brasileiro e a luta do MST por uma educação do meio rural. In: MATOS, Kelma Socorro Lopes de. (Org.). **Movimentos sociais, educação popular e escola: a favor da diversidade**. Fortaleza: UFC, 2003.

MARTINS, José de Souza. **Reforma agrária: o impossível diálogo**. São Paulo: EDUSP, 2000.

MENEZES NETO, Antônio Júlio. **Educação, sindicalismo e novas tecnologias nos processos sociais agrários**. Disponível em: <<http://www.senac.br/informativo/BTS/233d.htm>>. Acesso em: 28 fev. 2005.

MOLINA, Mônica Castagna. O Pronera como construção prática e teórica da Educação do Campo. In: ANDRADE, Marica Regina; DI PIERRO, Maria Clara; MOLINA, Mônica Castagna; JESUS, Sônia Meire Santos Azevedo de. **A educação na reforma agrária: uma avaliação do Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária**. Brasília: Ação educativa, 2004.

PRADO JÚNIOR, Caio. **A questão agrária**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

PRIORE, Mary Del; VENÂNCIO, Renato. **Uma história da vida rural no Brasil. Rio de Janeiro**: Ediouro, 2006.

REIS, Douglas Sathler dos. O rural e o urbano no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS (ABEP), 15., 2006. **Anais...** Caxambú, MG, 2006. p. 1-18.

RIBEIRO, Darcy. Reforma Agrária e João Goulart. **Revista Pense Século 21**, Natal, p. 28-30, jun. 2004.

RIO GRANDE DO NORTE. **PLANO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TERRITÓRIO DO MATO GRANDE – RN**. [S.l.]: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 2006.

SÁ, Miranda. Reflexões sobre a reforma agrária. **Revista Pense Século 21**, Natal, p. 33-36, jun. 2004.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 11. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

STAVENHAGEN, Rodolfo. A comunidade rural nos países subdesenvolvidos. In: SZMRECSÁNYI, Tamás; QUEDA, Oriowaldo. (Orgs). **Vida rural e mudança social**. 2. ed. São Paulo: Nacional, 1976.

TEUBAL, Miguel. **Globalización y nueva ruralidad em América Latina**. Disponível em <[http://: www.scholar.google.com.br](http://www.scholar.google.com.br)>. Acesso em: 20 maio 2006.

TONELLI, Maria Luiza. Reforma Agrária e violência urbana. **Revista Pense Século 21**, Natal, p. 8-11, jun. 2004.

VALE, Ana Rute do. O rural brasileiro frente à urbanização: velha ou nova ruralidade? in: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 3. SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA JORNADA ARIIVALDO UMBELINO DE OLIVEIRA, 2., 2005. **Anais...** Presidente Prudente, 2005.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura. **Educación para la población rural (EPR)**: situación y perspectivas de América Latina. Santiago: Oficina Regional de Educación para América Latina y Caribe. 2004a.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura. Proyecto Regional de educación para América Latina y el Caribe. **Primera reunión intergubernamental del proyecto regional de educación para América Latina y el Caribe**. Havana: UNESCO, 2002.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura. Educación del la población rural: uma baja prioridad. **Educación Hoy - Boletín del sector educación de la UNESCO**, Paris, n. 9, p. 4-8, abr./jun. 2004b.

VEIGA, José Eli da. et al. **O Brasil precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Brasília: MDA/CNDRS/NEAD, 2001.

**IFRN**  
*Editora* ■■■■

**Rebeka Carocha Seixas**

Doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Estudos da Linguagem, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre em Artes Cênicas pela (UFRN). Especialista em Teatro Contemporâneo pela Universidade de Artes Dulcina de Moraes (DF). Licenciada em Educação Artística com Habilitação em Teatro (UFRN). Professora de Artes - Teatro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - IFRN – Campus São Gonçalo do Amarante.

Email:

rebeka.caroca@ifrn.edu.br

**Matheus Augusto Avelino Tavares**

Doutorando em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Licenciado em Geografia pelo IFRN. Professor de Geografia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) – Campus João Câmara.

Email:

matheusgeografo@yahoo.com.br

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte iniciou em 1985 suas atividades editoriais com a publicação da Revista da EFRN, que a partir de 1999 se transformou na Revista Holos, em formato impresso e, posteriormente, eletrônico. Em 2004, foi criada a Diretoria de Pesquisa que fundou, em 2005, a Editora do IFRN. A publicação dos primeiros livros da Instituição foi resultado de pesquisas dos professores para auxiliar os estudantes nas diversas disciplinas e cursos.

Buscando consolidar uma política editorial cuja qualidade é prioridade, a Editora do IFRN, na sua função de difusora do conhecimento já contabiliza várias publicações em diversas áreas temáticas.



A publicação do livro “Olhares sobre a Região do Mato Grande” como um documento acadêmico, uma produção científica, é de grande valia para a Região por proporcionar ambiente de reflexão com sentido e significado para a sociedade que se identifica culturalmente. Se constituindo como fonte de águas claras para que possamos nos deleitar e nos banhar como testemunhas de dias melhores para a Região.

Este livro se caracteriza como fonte de água viva por apresentar estudos vivenciais que perpassam pela economia urbana, narrativas publicitárias e míticas, literatura, brincadeiras e ruralidade. Essas qualidades abordadas se corporalizam como um signo em todas as pessoas que as vivenciaram.

A obra acadêmica já faz parte da colheita de uma expansão dos Institutos Federais que adotou a cidade de João Câmara para aqui fazer florescer árvores frondosas, que possam ramificar em suas terras férteis e que muito nos orgulha por contribuir com o processo de formação humana dos nossos alunos, apresentando a beleza e o encantamento pela vida.

Professora Doutora Sonia Cristina Ferreira Maia, Diretora do IFRN - *campus* João Câmara.

