

A televisão e o desejo de se integrar ao Brasil: análise da representação da identidade inferiorizada do Piauí no jornal *O Dia* (1969-1972)¹

Edison MINEIRO²

Ana Regina RÊGO³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente artigo buscou compreender a representação da identidade inferiorizada do Piauí em notícias veiculadas pela imprensa sobre a implantação da Televisão no Estado. O processo de instalação do primeiro canal piauiense se iniciou ainda na década de 1960, mas apenas se concretizou em 03 de dezembro de 1972. Em meio ao contexto, a imprensa piauiense almejava o acontecimento como símbolo de prosperidade, e que possibilitaria a integração do Estado ao restante do Brasil. Para a execução desta pesquisa, foi necessário estudar a construção da identidade do Piauí, o conceito de representação, e o cenário de implantação da TV. Nesse sentido, se analisou o conteúdo de cinco edições do Jornal *O Dia* entre os anos de 1969 a 1972. As notícias associavam a ausência de um canal de TV com a identidade inferiorizada.

Palavras-chave: identidade; representação; televisão; Piauí

Introdução

O processo de instalação da Televisão no Piauí teve início ainda na década de 1960, concretizando-se apenas em 1972. A imprensa piauiense divulgava notícias estimulando a população a aguardar o canal, a nova tecnologia também foi representada como símbolo do progresso econômico e da modernidade. “Tal desejo provocava debates que recheavam as páginas dos periódicos locais com reportagens e crônicas que defendiam a necessidade de remodelação do espaço urbano de Teresina” (SANTOS, 2010, p.38).

Tendo em vista o contexto local, o presente artigo pretende compreender a representação da identidade inferiorizada do Piauí em notícias veiculadas pelo jornal *O Dia* entre os anos de 1969 e 1972 sobre a instalação da Televisão no Estado. O estudo parte da hipótese de que com a concretização da implantação da TV, a identidade do Piauí seria representada na imprensa de modo positivo, ou seja, o Estado abandonaria os estereótipos de isolamento e atraso econômico.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduado em Jornalismo (2016) pela Universidade Federal do Piauí, e membro do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação (NUJOC), email: edison.mineiro@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Jornalista pela UFPI (1996). Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ (1998). Doutora em Processos Comunicacionais pela UMEP (2010). Atua como professora na Graduação e Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Piauí e Coordenadora do PPGCOM-UFPI email: anareginarego@gmail.com

Após definição da hipótese, o trabalho buscou inicialmente explicar sobre os conceitos teóricos de identidade do Piauí e representação. Em seguida, houve a contextualização da implantação da TV no Piauí. Os momentos foram necessários para ao final analisar o conteúdo de cinco edições do jornal *O Dia*, se focando em matérias que associavam a identidade inferiorizada do Piauí com a ausência de uma emissora genuinamente local.

O acesso ao material jornalístico foi logrado no Arquivo Público do Piauí, por meio do Projeto Memória do Jornalismo Piauiense. A pesquisa também utilizou como embasamento teórico os estudos de Lindalva Santos (2010), Paulo Gutemberg Souza (2008), Roger Chartier (1990) e outros.

Vale ressaltar que este trabalho é um recorte da pesquisa “A Implantação da Televisão no Piauí: análises das representações da identidade do Piauí no jornal *O Dia* (1969-1972)”, desenvolvida como projeto de monografia pelo autor na Universidade Federal do Piauí.

Identidade do Piauí

A identidade é responsável por aglutinar os indivíduos, constituindo-os em grupos que estabelecem vínculos sociais. Segundo Kathryn Woodward (1997), o processo de construção de identidades se baseia no uso da diferença entre marcações simbólicas relativas às outras identidades. “As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social” (WOODWARD, 1997, p.41).

A estreita relação entre identidade e diferença também pode ser explicada através do conceito de alteridade⁴. A concepção que é amplamente utilizada nos estudos de ciências humanas e sociais propõe a existência de um “eu-individual”, após mediante contato com o “outro”. Em suma, a afirmação de identidades se baseia no processo de reconhecimento e diferenciação entre o “eu” e o “outro”.

O autor Edward Said (1990, p.13) explica a influência da alteridade, ao vislumbrar a forma como o Oriente foi criado a partir do Ocidente. O Oriente era quase uma invenção europeia, e fora desde a Antiguidade, um lugar de romance, de seres exóticos, de memórias e paisagens obsessivas, de experiências notáveis (SAID, 1990, p.13).

⁴ Segundo Abbagnano (2007), alteridade é colocar-se ou constituir-se como o outro. Desse modo, é a negação de si mesma e é exterior a si mesma: de modo que a exterioridade constitui a determinação fundamental da natureza (ABBAGNANO, 2007, p.46).

Exemplificando para o contexto brasileiro, é possível afirmar que a região Nordeste teve sua identidade construída na relação entre o “eu” e o “outro”. No caso a região Sul do país desponta como rica economicamente, com clima favorável a prática da agricultura e criação de animais, além da influência cultural de imigrantes europeus. O Nordeste seria, portanto, o “outro”, em que pobre de recursos financeiros e assolado por problemas da falta d’água, necessita a constante intervenção do governo federal para poder fornecer condições de sobrevivência a sua população.

A relação do Nordeste com a seca teve origem no ano de 1919 com a criação da Inspeção Federal de Obras Contra as Secas (IFOCS). Neste mesmo ano, o termo “nordeste” se referia a porção da região Norte castigada por problemas de ordem natural. A situação social atraiu a atenção dos meios de comunicação do Sul, garantindo ampla repercussão (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2006).

Como a grande imprensa, sobretudo nos anos 20 e 40, estava situada principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro, os costumes e comportamentos daquela população eram colocados acima dos costumes de quem vivia no Nordeste. A dicotomia exposta nos periódicos começou por representar a identidade de um Nordeste pobre em oposição à outra porção do país que expirava progresso. Além disso, a temática influenciou as primeiras publicações sobre a formação da população brasileira. Segundo Albuquerque Júnior (2006, p.44), intelectuais como Oliveira Vianna e Dionísio Cerqueira, viam no indivíduo nordestino o exemplo de degeneração racial, seja do ponto de vista físico ou intelectual.

O Piauí pertencendo, portando, à região Nordeste, também se inseriu dentro da área que referencia a propagação dos discursos da seca. A problemática climática tão relacionada a essa região do Brasil pode ser associada com outras questões, como a fé inabalável do povo piauiense, a influência da cultura sertaneja, problemas de instabilidade econômica e política. A divulgação de tais ideias, sobretudo pelos meios de comunicação, justifica a busca por uma representação do Estado.

No livro *O Piauí: a terra, o homem, o meio* (1970), com fins de estudo científico sobre o Estado do Piauí, o autor Renato Castelo Branco utilizava o determinismo geográfico como um dos fatores primordiais que auxiliaram na construção de símbolos identitários do Piauí. Não só as obras de cunho científico, mas também a literatura criava estereótipos e reforça a identidade de um Piauí atrasado e isolado em restante do país. De acordo com Costa Filho (2010), a literatura piauiense do século XIX buscou na representação da cultura sertaneja, elementos para formatar a identidade do Piauí. O livro

Ataliba, o Vaqueiro (1878), de Francisco Gil Castelo Branco constitui um dos exemplos desta época. O escritor Francisco Gil Castelo Branco, embora tenha passado a maior parte de sua vida entre o Rio de Janeiro e a Europa, ao escrever essa obra, contribuiria para consolidar uma representação do Piauí como lugar longínquo, tosco, inculto (COSTA FILHO, 2010, p.139).

A chegada do século XX trouxe conquistas positivas ao Piauí. Souza (2008, p.67), afirma que as mudanças econômicas em decorrência da entrada do Estado no mercado regional e internacional, por meio do extrativismo de produtos vegetais, permitiu a ascensão da cidade de Teresina. A capital foi beneficiada com urbanização, serviços de iluminação pública, distribuição de água, transporte público, entre outras obras.

Além de investimentos na infraestrutura, os avanços na educação também possibilitaram a formação de grupos intelectuais que discutiam sobre aspectos históricos relacionados à origem do Piauí, assim como a construção de uma identidade para o Estado. Entre os principais intelectuais da primeira metade do século XX podem ser citados Abdias Neves, Clodoaldo Freitas e Higino Cunha, responsáveis por inserir “conceitos-imagens de abandono, isolamento e atraso (...) numa luta para vencer um complexo de inferioridade econômico, social, político e sobretudo intelectual” (SOUZA, 2008, p.68). Esses pensadores ressaltavam em seus textos a necessidade do Piauí ter seus potenciais naturais e econômicos reconhecidos pelo o restante do Brasil, assim como ansiavam por poder desfrutar do progresso tecnológico e material que sucedia no restante do país, sobretudo na região Sul e Sudeste. A representação de tais ideias auxiliou no processo de construção da Identidade do Piauí e por fim influenciou outras gerações de intelectuais.

As aplicações econômicas na urbanização tiveram seu ápice nas décadas de 1960 e 1970. No governo de Alberto Silva (1971-1975) houve a concretização de obras grandiosas, como a inauguração da Universidade Federal do Piauí e a instalação do primeiro canal de Televisão. Segundo Ferreira (2009), o discurso do governador se baseava no crescimento do Estado e a capital, Teresina, deveria ser o foco do desenvolvimento, visto que a cidade recebia empresários, políticos e turistas.

Ferreira (2009, p.06) conta ainda que em decorrência da expectativa em torno de Teresina, famílias do interior iniciaram uma migração durante a década de 1970 em direção a capital. Ao chegarem na cidade, os novos moradores tinham que se abrigar nas regiões mais afastadas do centro urbano. Além disso, “os pobres que já moravam no centro também

tiveram suas casas derrubadas em prol do progresso e se alojaram na periferia” (FERREIRA, 2009, 06).

Em meio ao cenário conflituoso, os jornais piauiense exaltavam o governo de Silva, e quando tratavam de problemas sociais era para reproduzir o corriqueiro discurso da seca com pedidos de auxílio governamental ao interior do Estado.

É nítido que as notícias⁵ sobre a problemática da seca, perpetuavam a representação da identidade do Piauí relacionada ao isolamento e abandono. O acontecimento da instalação da primeira Televisão no Estado, que será posteriormente discutido, foi outro motivo para ressaltar a baixa autoestima incrustada no seio piauiense. “O mesmo complexo de inferioridade que vai caracterizar o nordestino, também vai identificar o piauiense, despertando nele reações acaloradas quando alvo de críticas, comentários ou piadas por parte de sulistas” (RODRIGUES, 2013, p.46).

Após esmiuçar sobre o conceito de identidade será necessário adentrar ao conceito de representação. O mesmo possibilita discutir o modo como as identidades são contestadas, e a forma como a partir disso são produzidas novas identidades.

Representação

O estudo sobre o conceito de representação se pretende focar no pensamento de Roger Chartier. O autor se baseou nos trabalhos desenvolvidos pela Psicologia Social, no conceito de representação coletiva apresentado por Émile Durkheim e nos estudos de Marcel Mauss para, então, apresentar a sua concepção de representação social.

Antes de adentrar na concepção de Chartier é essencial trazer um embasamento dos conceitos de representação coletiva e social. Em seu artigo intitulado *Acerca do Conceito de Representação*, publicado na Revista de Teoria da História, Dominique dos Santos (2011) conta que o conceito de representação coletiva foi introduzido em 1989, pelo sociólogo francês Émile Durkheim. O autor tinha a intenção de aplicá-lo a fenômenos como a religião, que deveria ser trabalhado por meio de investigações que tivessem por objetivo o coletivo. Émile Durkheim, ao propor esta divisão, se fundamentava na concepção de que as regras que comandam a vida individual são distintas das que comandam a vida coletiva. É

⁵ Na edição do jornal O Dia, 18 de fevereiro de 1971, o título da matéria “Fome ameaçando o povo: Fronteiras” relata o pedido de ajuda do município de Fronteiras castigado pela seca e que necessita de auxílio para atender a população carente. Na publicação do dia 26 de fevereiro, o jornal O Dia, relata novos prejuízos em decorrência da seca, com diminuição da safra de milho e possível visita do ministro do interior. No mês de março a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) encaminhou alimentos aos atingidos pela estiagem, por meio de parceria com a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO).

que para Durkheim, a vida social seria a condição de todo o pensamento (SANTOS, 2011, p.32).

A partir de interpretações do termo representação coletiva, na Psicologia Social foi introduzido o vocábulo representação social. A passagem de “coletivas” para “sociais” é tratada dentro da resenha Representações sociais e sociedade: a contribuição de Serge Moscovici, publicada na Revista Brasileira de Ciências Sociais (2004). Na obra resenhada por Márcio Oliveira (2004), Moscovici considera que as representações não são oriundas de uma única sociedade, mas de diversas sociedades que existem dentro de uma sociedade maior, logo essas representações não podem ultrapassá-la. No entanto, a substituição do termo “coletivas” para “sociais” é tão complexa que até mesmo Moscovici não conseguiu fornecer uma explicação: “não espere que eu jamais seria capaz de explicar a diferença entre coletivo e social” (MOSCOVICI, 2003, p.358 apud OLIVEIRA, 2004, p.184).

O conceito de representação social além de buscar compreender os significados produzidos pela relação entre mais de uma sociedade, também procura entender a produção simbólica que se sucede com as relações individuais, dentro do cotidiano das pessoas, pensamentos do senso comum, o pertencimento a determinado grupo social. As representações sociais são sintetizadores das referências que os diversos grupos fazem acerca do que conseguem apreender de suas vivências sociais inseridos no tempo e espaço (SANTOS, 2011, p.08). A partir de então se poderá configurar o modo como identidades são desenvolvidas, a forma como elas são contestadas e a ascensão de novas identidades.

Chartier ao refletir sobre representação social afirma que os grupos sociais e os meios intelectuais produzem variáveis conforme eles estão numa disposição estável e partilhada. Essas relações são responsáveis por gerar símbolos que adquirem sentidos. As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam (CHARTIER, 1990, p.17).

As representações permitem verificar a forma como os grupos tentam impor suas concepções, ideologias, valores acerca da sua visão de mundo social. Atores sociais se relacionam com outros atores e ao mesmo tempo podem estabelecer confronto, esse processo demonstra o modo como eles enxergam a sociedade em que estão inseridos e agem como gostariam que ela fosse.

Depois de explanar os conceitos teóricos como identidade e representação, fundamentais para a análise das materiais jornalísticas, o apontamento seguinte trata da contextualização do período de implantação da primeira televisão no Piauí.

Contexto de implantação da Televisão no Piauí

Em meio ao cenário de ascensão econômica, o Brasil teve a instalação da sua primeira televisão no dia 18 de setembro de 1950, se trata da TV Tupi no Estado de São Paulo. O empreendimento foi idealizado pelo empresário Assis Chateaubriand. Após a chegada da televisão, a tecnologia se disseminou pelo restante do país, como por exemplo Rio de Janeiro, Bahia, Ceará e Maranhão. O Piauí, pelo contrário, apenas veio desfrutar de uma estação genuinamente local no ano de 1972, ou seja, 22 anos depois da implantação do primeiro canal.

Encabeçado por Valter Alencar, o projeto da TV Rádio Clube se iniciou ainda na década de 1960, mas enfrentou inúmeros empecilhos para a sua concretização. De acordo com Santos (2010, p.78), o Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL), órgão federal responsável pela concessão e fiscalização dos serviços de comunicação no Brasil, exigia determinadas demandas para tal liberação. As obrigações resultavam na construção de prédio-sede para abrigar a televisão, regularização da documentação, qualificação de profissionais e a criação de uma Sociedade Anônima.

Apesar das dificuldades, os piauienses almejavam em ter sua própria Televisão. O Piauí antes da criação da TV Rádio Clube era assistido por duas emissoras. A TV Difusora com sede em São Luís (MA) passou a transmitir sua programação para a cidade de Teresina, no ano de 1968, após a instalação de uma torre na vizinha cidade de Timon (MA). Em seguida, precisamente em 1970, os parnaibanos também puderam conhecer a nova tecnologia, com a emissão dos sinais da TV Ceará, provenientes da cidade de Fortaleza (CE).

A chegada das emissoras não supriu as necessidades regionais, mais especificamente o canal maranhense que era constantemente bombardeado por críticas dos impressos de Teresina, como o jornal *O Dia*. No suplemento humorístico “Folha da Mãe Ana”, de autoria de Deusdeth Nunes, colunas humorísticas explicitavam a aversão em relação à qualidade dos sinais da TV Difusora. “Quereis dar um grande desgosto a vossa sogra? Presentei-a com um aparelho de televisão. O Society da paróquia zangado com a

TV-Difusora. Todos sem excessão. De Paulo a José” [sic] (JORNAL *O DIA*, 27 de outubro de 1969, p.04).

O processo de concessão ganhou impulso com o apoio do então Senador Petrônio Portella (1966-1979). O piauiense tinha influência no governo do Presidente Emílio Garrastazu Médici, naquele período ele também era Presidente do Senado Federal do Brasil. Em entrevista concedida ao jornal *O Dia*, em 20 de maio de 1971, Petrônio relata que havia enviado um telegrama a Valter Alencar, narrando sobre o contato que teve com o ministro das comunicações, Higinio Corsetti, a respeito da concessão do canal piauiense.

Após entraves burocráticos e políticos por parte do CONTEL, a TV Rádio Clube conseguiu a outorga no começo do ano de 1972, a inauguração veio a ocorrer no dia 03 de dezembro daquele ano. Outro fato relevante se deve às proximidades da abertura do canal, os jornais de Teresina também passaram a noticiar o apoio do então governador Alberto Silva. “Alberto Silva assumiu o cargo de chefe do Executivo estadual em 1971 por indicação do presidente Médici. Logo no início, deixou claro o interesse em marcar sua gestão com intervenções modernizadoras no espaço urbano da capital” (SANTOS, 2010, p.63). A chegada da tecnologia midiática foi a oportunidade para Silva se promover.

Ademais dos interesses políticos, grupos econômicos também ansiavam pela inserção do Piauí no processo de corrida tecnológica. Segundo Santos (2010, p.40), a implantação da TV Clube foi representada como símbolo de modernização de Teresina, em comparação com às frequentes associações negativas, como o atraso econômico e isolamento em restante do Brasil.

Após discorrer sobre o contexto de implantação da TV no Piauí, se pretende analisar conteúdo jornalístico do jornal *O Dia*, entre os anos de 1969 e 1972, verificando o conteúdo que aborda a temática sobre a instalação da TV no Piauí e como houve influência nas representações da identidade do Estado.

Análise da representação da identidade inferiorizada do Piauí no Jornal *O Dia*

Com o objetivo de compreender a representação da identidade inferiorizada do Piauí sobre a instalação da primeira Televisão no Estado, o presente trabalho utiliza a pesquisa exploratória, que de acordo com Santos (2008, p.26) é fundamental quando o autor tem pouca familiaridade com o tema, e a pesquisa documental, que se caracteriza pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico, como relatórios, reportagens de jornais, revistas, cartas, filmes, gravações, fotografias, entre

outras matérias de divulgação (OLIVEIRA, 2007, p.69 *apud* ALMEIDA, GUINDANI e SÁ-SILVA, 2009, p.05).

O objetivo desta pesquisa surge, portanto, das repetições de matérias que associavam a ausência de uma canal de Televisão no Piauí com a identidade inferiorizada do Estado. Por meio desta análise, procura-se compreender a representação negativa em torno da identidade do Piauí, e como a temática acerca da instalação da TV serviu para reivindicar outros anseios da época.

A amostra do trabalho é composta por cinco edições do Jornal *O Dia* veiculadas entre os anos de 1969 e 1972. Como modo de análise se utilizou a análise de conteúdo de acordo com Bardin⁶ (1977). Enquanto as unidades de registro se definiu as matérias e notícias de interesse para a realização desta pesquisa (FONSECA JÚNIOR, 2005, p.294).

Optou-se por analisar o jornal *O Dia*⁷, em decorrência de ser o periódico que circula há mais tempo no Piauí. O material foi obtido no Arquivo Público do Piauí, sendo que parte do acervo se encontra lacrado, e por meio do Projeto Memória do Jornalismo, os periódicos foram todos fotografados pelo pesquisador.

Análise do conteúdo das notícias

O artigo de opinião “TV no Piauí” publicado no dia 18 de janeiro de 1969 demonstra o sentimento de identidade inferiorizada e vitimização em torno do Piauí. A ausência de um canal próprio de TV no Estado é utilizada como pressuposto para a disseminação de críticas negativas.

Texto 01: [...] Será possível que nosso Piauí tão maculado, tão ridicularizado, não tenha vez mesmo quando uma pessoa se propõe a realizar alguma coisa de progresso? Existe um pensamento que diz: “só em se pensar em progresso já é progredir”. Mas aqui, ao que parece, a coisa muda. E como se cria dificuldades no sentido de arranjar as boas coisas. Será que o Piauí é padraço de seus filhos, ou seus filhos todos são seus padraços? [...] (JORNAL O DIA, 18 de setembro de 1969, p.06).

⁶ A análise de conteúdo disponibiliza informações suplementares ao leitor crítico de uma mensagem seja ele lingüista, psicólogo, sociólogo, crítico literário, historiador exegeta religioso ou leitor profano desejando distanciar-se da sua leitura <aderente>, para saber mais sobre o seu texto (BARDIN, 1977, p. 133).

⁷ Segundo Zózimo Tavares (2003, p.67), o jornal *O Dia* foi fundado em 01 de fevereiro de 1951, por Raimundo Leão Monteiro, o Mundico Santídio. Nos primeiros anos circulava duas vezes por semana, às quintas e domingos pela manhã. Em 1962 foi arrendado pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), e em seguida comprado pelo coronel Otávio Miranda, que o tornou em um diário moderno, primeiro impresso piauiense a circular com impressão em off-set e estrutura empresarial. “Até em então, os jornais em circulação estavam sempre a serviço de grupos e partidos políticos. Usavam linguagem apaixonada na defesa de suas idéias e virulenta no combate aos adversários” [sic] (TAVARES, 2003, p.67).

O texto citado utiliza termos como “maculado” e “ridicularizado” ao buscar representar o Estado do Piauí. O autor do texto analisado, Atualpa Albuquerque, transmite a ideia de que tudo almejado dentro do Piauí possui extremas dificuldades para se conseguir êxito. Outro cenário exposto no artigo, é que o Estado se encontra isolado em meio ao progresso econômico e tecnológico vivenciado pelo restante do Brasil.

Segundo Souza (2008, p.96), a associação da identidade do Piauí com os conceitos de abandono, isolamento e determinismo social, constitui uma justificativa utilizada desde o período colonial para explicar o atraso econômico. Determinados aspectos tidos como negativos pelos primeiros historiados-intelectuais destacam o fato da colonização ter acontecido do interior para o litoral do Estado, como um dos principais motivos da pouca expressividade econômica, em relação aos outros estados. Enquanto isso, em estados mais desenvolvidos como São Paulo e Bahia, a colonização ocorreu de forma contrária, ou seja, do litoral para o interior. Além disso, instituições como o Instituto de Geografia e História Piauiense (IGHP) e Academia Piauiense de Letras (APL) também perpetuaram o discurso do abandono nas produções de obras literárias, livros de história e outros materiais didáticos (SOUZA, 2008, p.257).

Esta retórica do abandono-isolamento-atraso, à qual se juntou as condições mesológicas, ainda constitui a explicação para o atraso cultural e intelectual do Estado, sendo reiteradamente evocadas durante o sec. XX na crítica e na história da literatura local (SOUZA, 2008, p.96).

Na coluna de Pompilio Santos publicada no exemplar do jornal *O Dia*, do dia 01 de julho de 1969, o autor atribui à cidade de Teresina, o motivo da imagem do Piauí ser vista de forma negativa.

Texto 02: Um ponto é inegável: a imagem negativa que espalham do Piauí é, em grande parte, por causa de Teresina. Se apresentássemos mais fachada onde contra o Estado seria menor. Não se admite, por exemplo, Teresina sem estação de TV, sem asfalto nas principais ruas, sem um teatro de categorias, sem bons hotéis, etc [...] (JORNAL O DIA, 01 de julho de 1969, p.03).

Na coluna, que recebeu o título de “Fachada também é muito importante”, a problemática da ausência de TV arrasta uma série de fatores negativos que assolam a vida dos teresinenses, como por exemplo, asfalto, teatros e hotéis disseminando o sentimento de identidade inferiorizada. No texto, o autor expõe que a opinião alheia, sobretudo de pessoas de outros estados do país, é crucial para a construção da identidade do Piauí. A solução para tornar essa identidade positiva seria estimular a fachada, isto é, ações como a instalação de

um canal de TV, que demonstrassem a ascensão tecnológica do Piauí perante os outros estados do Brasil.

Na edição do dia 14 de janeiro de 1970, a coluna de Pompilio Santos comenta sobre uma publicação da revista *Visão*. A revista de alcance nacional aborda sobre a instalação do primeiro canal no Piauí, destacando o empreendimento tecnológico.

Texto 03: Escreveu a revista “*Visão*” que o “O Piauí terá sua televisão em janeiro de 1970” e que a mesma “Será a mais bem equipada do Nordeste”. Janeiro entra depois de amanhã na segunda quinzena apenas com as esperanças de TV. De concreto mesmo nada. O Piauí é o Piauí (JORNAL O DIA, 14 de janeiro de 1970, p.03).

Ao referenciar uma publicação nacional sobre a primeira TV piauiense, o autor reforça a expectativa em torno da instalação, que traria visibilidade positiva ao Estado. Porém ao encerrar o comentário afirmando “O Piauí é o Piauí”, como justificativa do demorado processo em torno da concessão da TV Rádio Clube, cai no senso comum, utilizando a identidade de inferioridade que envolve o Estado como motivo para culpar a ausência de um canal de TV totalmente local. É preciso ressaltar que durante a ditadura militar, a outorga de um canal de televisão correspondia em um alongado procedimento. Na época, o CONTEL era responsável não só pela fiscalização do conteúdo exibido pelas emissoras, como também pela concessão de novos canais. Sem falar que a influência política era fundamental, visto que, o regime ditatorial se apropriava dos veículos de comunicação como ferramenta de propaganda.

No editorial intitulado “Desafio da TV” e publicado no exemplar do dia 07 de maio de 1971, a opinião do impresso *O Dia* reflete sobre a importância da instalação da TV para o Piauí.



Figura 01: editorial “Desafio da TV”, jornal *O Dia*, 07 de maio de 1971, p.03.
Fonte: NUJOC/Arquivo Público

Texto 04: Um estado que quer se desenvolver não pode, por hipótese alguma, desprezar a importância que representa um veículo de massa. Seja ele jornal, revista, emissora de rádio ou televisão. Todos são instrumentos de educação e cultura [...] O Piauí é um estado pobre. A estagnação econômica também decorre da falta de educação do povo. Como, portanto, não reivindicar para nós mais um veículo para instruir a massa? (JORNAL O DIA, 07 de maio de 1971, p. 03).

O discurso do jornal legitima os estereótipos e a identidade inferiorizada do Piauí que vem sendo discutida ao longo da análise. A Televisão é representada em todos os textos como sinônimo de progresso. Nesse caso, a chegada da tecnologia iria instruir a população, já que o Piauí é pobre e seu povo não tem educação. O editorial termina dizendo “não se pode aceitar essa humilhante, condição de ser sempre o último dos estados brasileiros no que respeita às grandes conquistas da técnica e da ciência” (JORNAL O DIA, 07 de maio de 1971, p.03), e por fim é feito um pedido de ajuda aos governantes piauienses.

De fato a concessão de uma estação de TV traz benefícios a qualquer sociedade, mas é preciso lembrar que na década de 1970 um televisor era vendido por um preço exorbitante⁸, tornando o produto de caráter elitista.

⁸ Segundo Lindalva Santos (2010, p.42), em Teresina, no ano de 1969, um televisor era vendido por NCR\$ 1.200,00, enquanto o salário mínimo da época era NCR\$ 129,60.

A tão sonhada instalação da TV Rádio Clube do Piauí aconteceu em um domingo, dia 03 de dezembro. A edição do dia 05 de dezembro de 1972 do jornal *O Dia* noticia o acontecimento.

Texto 05: [...] Uma das conquistas por que tanto sonhamos em e em favor de cuja realização há tanto tempo vimos lutando é a nossa estação de televisão. Os primeiros passos pareciam uma tentativa frustrada em busca de uma coisa inatingível em ordem às nossas atuais circunstâncias. Não desanimamos. [...] Os piauienses devem estar batendo palmas a essa importante realização. É a imagem nova de um Piauí que acredita no poder do trabalho e confia nas realizações da inteligência (JORNAL O DIA, 05 de dezembro de 1972, p.01).

A notícia “TV Rádio Clube” teve notoriedade na página sendo localizada na porção superior do lado esquerdo. A implantação do canal é demonstrada como o final de uma sinuosa batalha. O Piauí ainda é representado com uma identidade fragilizada, mas agora passa a ter motivo de orgulho perante os outros estados brasileiros.

A implantação do primeiro canal genuinamente piauiense é divulgada como símbolo da prosperidade do Piauí. As constantes matérias reivindicando uma Televisão também serviram para atrair os holofotes e expor outras necessidades, como a infraestrutura precária da década de 1970, período que o Piauí experimentou avanços em termos de urbanização, como a modernização da Avenida Frei Serafim, em Teresina. É notório que nos textos analisados os autores retratam o Piauí de forma negativa. Apesar de vencida a luta por uma emissora no Estado, até os dias de hoje a mídia divulga o discurso de um Piauí com uma identidade inferiorizada.

Considerações Finais

Ao longo da história, a construção da identidade do Piauí foi associada aos conceitos de abandono, atraso e isolamento ao restante do Brasil. Na década de 1950, o advento da Televisão foi celebrado como o progresso tecnológico do país. Enquanto dezenas de estados desfrutavam de uma estação televisiva, o Piauí só pôde aproveitar 22 anos depois de uma TV genuinamente local.

Nas cinco edições do jornal *O Dia*, é constante a relação da ausência de uma emissora local com o atraso econômico e isolamento social. O Piauí caracterizado por uma identidade tão fragilizada e inferiorizada passou a enxergar na TV uma oportunidade para se integrar ao restante do Brasil. O desejo, uma vez atendido, a imprensa representaria a identidade de modo diferente, mascarando as demandas sociais tão necessárias à época. A

entrada do Piauí no advento tecnológico era um artifício para distração popular, logo que adquirir o aparato televisivo se restringia apenas à elite piauiense.

A situação se contornou com a inauguração oficial da TV Rádio Clube. A edição analisada do dia 05 de dezembro de 1972 representou o acontecimento como sinônimo de progresso. A mídia evocou o patriotismo piauiense, e ascendeu a imagem do Estado mediante as suas publicações.

A hipótese, portanto, foi parcialmente atendida, uma vez que, a imprensa representou a ascensão da identidade do Piauí em decorrência da instalação do seu primeiro canal. O Estado que anteriormente era associado ao isolamento e atraso, teria razão para comemorar e se sentir integrado ao restante do Brasil.

Por fim, a conquista da implantação da primeira TV impulsionou o crescimento tecnológico na área da comunicação no Piauí. Nesse sentido, é preciso citar a vinda de importantes profissionais do segmento ao Estado e, posteriormente, possibilitou a criação do primeiro curso superior em Comunicação. Apesar dos saldos positivos, o Piauí ainda é evidenciado com uma identidade inferiorizada pela imprensa local, buscando a constante integração e igualdade ao restante do Brasil. Em suma, os problemas retratados se relacionam à seca e outras questões de ordem natural, além das adversidades econômicas, que exigem o constante amparo do governo federal.

Referências Bibliográficas

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. Brasil: Martins Fontes, 2007.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. **A Invenção do Nordeste e Outras Artes**. São Paulo, Cortez, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luiz Antero e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

CASTELO BRANCO, Renato. **O Piauí: a terra, o homem, o meio**. São Paulo: Quatro Artes, 1970.
CHARTIER, Roger. **A História Cultural - entre práticas e representações**. Col. Memória e sociedade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

COSTA FILHO, Alcebíades. **A Gestão de Crispim: um estudo sobre a constituição histórica da piauiensidade**. 2010. 194f. Tese (Doutorado em História Social) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, 2010.

FERREIRA, Karlene, S. A. **A Capital do Piauí na Década de 1970: Teresina, sonhada, construída e vivida pelos pobres urbanos**. In VI Simpósio de História Cultural Escritas da História: Ver-Sentir-Narrar, Teresina: ISBN, 2009, 11p.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. **Análise de Conteúdo**. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ed. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, S. B. S. de, Márcio Resenha de "Representações sociais: investigações em psicologia social" de Serge Moscovici. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 19, núm. 55, junho, 2004, pp. 180-186 Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo, Brasil.

RODRIGUES, Afonso, B. N. **A Construção da Identidade Cultural piauiense na revista revestrés**. 2013. 72f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal do Piauí, 2013.

SAID, Edward. **Orientalismo**: o oriente como invenção do ocidente. São Paulo: Companhia das letras, 1990.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia Científica**: a construção do conhecimento. 3ed: DP&A, 2008.

SANTOS, D. V. C. dos. **Acerca do Conceito de Representação**. Revista de Teorias da História, Universidade Federal de Goiás, p.1-27, ano 3, número 6, 2011.

SANTOS, Maria Lindalva Silva. **A força de um ideal**: História e memória da primeira TV piauiense. 2010. 161f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Piauí, Centro de Ciências Humanas e Letras, 2010.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, n. 1, julho de 2009.

SOUZA, Paulo Gutemberg de Carvalho. **História e Identidade**: as narrativas da piauiensidade. 2008. 300f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Brasil, Centro de Ciências Humanas e Letras, 2008.

TAVARES, Zózimo. **O Piauí no século 20**: 100 fatos que marcaram o estado de 1900 a 2000. 4ed. Teresina: Halley, 2003.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. IN: Silva, T. T. da (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

Jornais:

O DIA, Teresina, 18 de janeiro de 1969, nº 2622

O DIA, Teresina, 01 de julho de 1969, nº 2738

O DIA, Teresina, 14 de janeiro de 1970, nº 2898

O DIA, Teresina, 07 de maio de 1971, nº 3284

O DIA, Teresina, 05 de dezembro de 1972, nº 3886