

A construção da imagem discursiva de uma cidade e de um povo na literatura de cordel

(The construction of the discursive image of a city and its people in the popular poetry)

Márcia Regina Curado Pereira Mariano¹

¹Departamento de Letras do *Campus* Prof. Alberto Carvalho – Universidade Federal de Sergipe (UFS)

ma.rcpmariano@gmail.com

Abstract: Taking into account that we are social subjects, we can say that while expressing our discourse we build not just an individual ethos, but also a collective ethos. Based on the studies of the Argumentation and Rhetoric, the Semiotics of the Discourse and the French Analysis of the Discourse, our objective is to observe in the book *Na feira de Itabaiana tem?*, of Carlos Mendonça, the persuasive strategies used by him to build or to ratify discursive images of the city Itabaiana and its people. Through a typical literary manifestation which we call “literatura de cordel”, the author talks not only about the popular market of Itabaiana, a commercial and cultural symbol of the city, but also about its people, bringing to his poetry characters and situations that reveal an economically active city and a hard-working, creative, flirty and fun people.

Keywords: *Ethos*; persuasion; argument ,values; hierarchies

Resumo: Levando em consideração que somos sujeitos sociais, podemos dizer que ao enunciar construímos não apenas um *ethos* individual, mas também um *ethos* coletivo. À luz dos estudos da Argumentação e Retórica, da Semiótica discursiva e da Análise do Discurso francesa, nosso objetivo é observar, no livro *Na feira de Itabaiana tem?*, de Carlos Mendonça, as estratégias persuasivas utilizadas para construir ou reforçar imagens discursivas da cidade de Itabaiana e do povo itabaianense. Por meio da literatura de cordel, o autor fala não só da feira de Itabaiana, símbolo cultural e comercial da cidade, mas também da sua gente, trazendo para seus versos personagens e situações que revelam um município ativo economicamente e um povo trabalhador, criativo, galanteador e divertido.

Palavras-chave: *Ethos*; persuasão; argumentação; valores; hierarquias.

Introdução

O município de Itabaiana fica no agreste sergipano e está a 58 km de Aracaju. É a quarta cidade mais importante do estado de Sergipe, depois da capital e das cidades de São Cristóvão e Nossa Senhora do Socorro, que fazem parte da grande Aracaju. Essa importância vem de seu intenso movimento comercial, facilitado por sua localização: entre o sertão e a capital. Como rota dos caminhões que transportam mercadorias das mais diversas, Itabaiana é conhecida em Sergipe pela variedade de produtos encontrada no comércio varejista e atacadista local (frutas, verduras, cereais, carnes, peixes, industrializados, manufaturados, etc.) e pelos preços acessíveis, que atraem compradores de todo o estado e até de outros estados do Brasil. Destacam-se o comércio de ouro e a feira livre, que acontece às quartas-feiras e aos sábados no centro da cidade. De acordo com a página oficial de Itabaiana na internet, a feira acontece desde 1888, fixando-se no Largo Santo Antônio em 1928, onde ocupa hoje uma área de mais de vinte mil metros quadrados.¹

¹ http://www.itabaiana.se.gov.br/acidade_comercio.asp

A movimentação comercial e a fama do itabaianense de povo trabalhador são responsáveis por algumas das alcunhas pelas quais a cidade é conhecida, como Cidade do Ouro, Celeiro de Sergipe e Terra dos Ceboleiros, esta última numa referência às plantações e ao comércio de cebola, característicos na região no século XIX.² Aproveitando-se da presença constante de caminhoneiros vindos de vários locais do país, passou-se a investir também no comércio de caminhões, carrocerias e peças em geral para esse tipo de veículo, além de oferecer serviços especializados (como fretes e oficinas de conserto, por exemplo), o que levou o município a ser conhecido ainda como a Cidade dos Caminhoneiros.

É essa a cidade que abriga o *campus* Professor Alberto Carvalho, da Universidade Federal de Sergipe, instalado em agosto de 2006. O *campus* de Itabaiana integra o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), instituído pelo governo federal em 2007. Levando em conta essa história recente da UFS-ITA, consideramos necessário conhecer melhor a cidade e seus habitantes, verificar como as imagens de cidade próspera e povo trabalhador são construídas discursivamente e quais são as outras imagens de Itabaiana e dos itabaianenses que emergem de diferentes textos produzidos na região.

Nesta comunicação, analisamos o livro *Na feira de Itabaiana tem?*, poema rimado composto por 88 estrofes e de autoria de Carlos Mendonça, poeta e escritor local, que, por meio do gênero literatura de cordel, fala não só da feira de Itabaiana, símbolo cultural e comercial da cidade, mas também da sua gente, trazendo para seus versos personagens e situações que revelam um município ativo economicamente e um povo trabalhador, criativo, galanteador e divertido. O tema sobre o qual se desenvolve o poema, de acordo com a ficha do livro, é “Os aspectos econômicos, sociais e culturais existentes nas feiras livres do Nordeste” (MENDONÇA, 2011, p. 3).

À luz dos estudos da Argumentação e Retórica, da Semiótica discursiva e da Análise do Discurso francesa, nossos objetivos são observar, na obra já descrita, as estratégias argumentativas utilizadas pelo autor para construir ou reforçar imagens discursivas da cidade de Itabaiana e do povo itabaianense e continuar o diálogo teórico, já estabelecido por nós em trabalhos anteriores, entre diferentes abordagens do texto e do discurso. Com esse intuito, retomamos do *Tratado da Argumentação* de Perelman e Tyteca os conceitos de auditório, valores, lugares e figuras de Argumentação e Retórica. Da Retórica aristotélica resgatamos as noções de *ethos*, *pathos* e *logos*, sendo que o conceito de *ethos* também é visto nos estudos de Maingueneau e Amossy. Finalmente, situamos, ao longo do trabalho, a argumentação nos níveis narrativo e discursivo do texto, de acordo com o percurso gerativo de sentido de Greimas.

O *ethos* como meio de persuasão

Definindo a Retórica como “[...] a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão.[...]” (2011, p. 44), Aristóteles apresenta os três meios pelos quais se pode persuadir: aquele que depende do caráter pessoal do orador (*ethos*), e que ele considera “o mais eficiente meio de persuasão de que (o orador) dispõe”; o que estabelece a relação com o auditório, levando-o “a uma certa disposição de espírito” (*pathos*); e o próprio discurso (*logos*), naquilo que ele “demonstra ou parece

2 <http://culturaItabaiana.blogspot.com.br/2011/09/lendas-da-serra-de-itabaiana.html>

demonstrar”, ou seja, na escolha do tema e dos argumentos para elaborar um discurso verossímil (2011, p. 45).

Construída no discurso, a persuasão não prescinde a ele. Assim, o caráter do orador (o *ethos*) “[...] deve ser conseguido pelo que é dito pelo orador, e não pelo que as pessoas pensam acerca de seu caráter antes que ele inicie o discurso.” (ARISTÓTELES, 2011, p. 45). Ao discutir a concepção de *ethos* a partir do ponto de vista da Análise do Discurso de linha francesa, Maingueneau (2005) evidencia que é possível observar “[...] sua incidência em textos escritos e em textos que não apresentam nenhuma seqüencialidade do tipo argumentativo, para retomar os termos de Adam, e que também não se inscrevem necessariamente em situações de argumentação” (p. 67). Apesar de concordar com a noção de *ethos* como construção discursiva do enunciador, para o autor, vê-la apenas como “estatuto ou papel” (ou caráter) não é o suficiente, já que esse *ethos* evidencia também uma “voz” e um “corpo enunciante” (p.70). “Assim, a leitura faz emergir uma origem enunciativa, uma instância subjetiva encarnada que exerce o papel de fiador” (p. 72).

Relacionando o *ethos* ao enunciador, Maingueneau fala em *ethos discursivo* e *ethos pré-discursivo* ou *ethos prévio*. Segundo o autor (2005, p.71), só a primeira noção corresponde ao modo como Aristóteles aborda a questão e não se pode desconhecer o fato de que o leitor/ ouvinte (o público) possa construir imagens do enunciador antes de ele tomar a palavra, seja por que já tenha informações sobre esse enunciador ou por que cria expectativas a partir do gênero do discurso ou de “um certo posicionamento ideológico”.

Por sua vez, relacionando o *ethos* ao estilo, nos diz Discini: “Ao falar em estilo, falamos em unidade e em totalidade; unidade, porque há um sentido único, ou um efeito de individuação; totalidade, porque há um conjunto de discursos, pressupostos à unidade” (2003, p. 31). Partindo dessa concepção, podemos tanto incluir o enunciador do livro *Na feira de Itabaiana tem?* no conjuntos dos itabaianenses, quanto podemos incluir esse texto no conjunto dos textos produzidos em Itabaiana, o que nos remete a um projeto maior no qual se encaixa este artigo, e que pretende observar, num conjunto representativo de uma totalidade de textos produzidos na cidade e veiculados em meios diversos, pontos em comum que convirjam para a definição dos *ethé* de Itabaiana e dos itabaianenses. Por hora teremos, portanto, um resultado parcial, que será complementado com outros trabalhos que virão.

Ethos dito e ethos mostrado, pathos e logos no livro Na feira de Itabaiana tem?

Os *ethé* de um povo “hospitaleiro, honesto e trabalhador” e de uma cidade “grande” são anunciados (ditos) logo no segundo parágrafo do cordel:

- (01) Itabaiana em Sergipe
No Nordeste brasileiros
É uma grande cidade
De um povo hospitaleiro
Honesto e trabalhador
É um exemplo agresteiro

Ainda com relação ao *ethos* dito dos itabaianenses, encontramos ao longo do texto o adjetivo *amigueiro* (estrofe 61) e a representação de um povo animado, como na afirmação de que “uns vão (à feira) por animação”, de que ele (enunciador) vai à feira “encontrar com os amigos” e de que “de adultos a crianças/ comportamento é bacana”.

Entretanto, para se depreender o ethos discursivo “[...] não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si.” (AMOSSY, 2005, p. 9), na verdade, o que vale é o *ethos* evidenciado, mostrado pelo modo de dizer, e, eventualmente, o *ethos* dito (MAINGUENEAU, 2005, p. 70). E para identificarmos esse *ethos* é necessário analisarmos o texto como um todo, já que é na relação com o *pathos* e o *logos* que o *ethos* é construído. Assim, é o conjunto das estratégias persuasivas que pode nos revelar as imagens discursivas que estamos buscando, como nos indica Fiorin:

Onde se encontram, na materialidade discursiva da totalidade, as marcas do *éthos* do enunciador? Dentro desse todo, procuram-se recorrências em qualquer elemento c o m -posicional do discurso ou do texto: na escolha do assunto, na construção das personagens, nos gêneros escolhidos, no nível de linguagem usado, no ritmo, na figurativização, na escolha dos temas, nas isotopias, etc. (FIORIN, 2008, p. 143)

Começamos, pois, buscando indícios do leitor imaginado, o coenunciador do texto. Com esse intuito, estabelecemos um diálogo com a Semiótica de linha francesa. De acordo com os estudos de Greimas, no nível narrativo do texto, aquele que evidencia as transformações narrativas a partir das relações entre sujeitos e entre sujeitos e um objeto de valor, a ação dos sujeitos, o modo como se comportam e agem no texto, pode ser modificada de acordo com modalizações. A princípio, qualquer mudança de um estado inicial que envolva relações entre sujeitos e entre sujeitos e objetos pode ser estudada a partir do percurso gerativo de sentidos que inclui, além do nível narrativo, já citado, um nível fundamental, de oposições semânticas básicas em que os termos assumem forias e tensões diferentes em cada texto, e um nível discursivo, mais concreto e ligado à enunciação. Assim, tendo em vista a narrativa implícita na relação autor-leitor em *Na feira de Itabaiana tem?*, ou seja, a mudança que pode ser gerada nos sujeitos a partir da leitura do livro, e a fim de analisar as estratégias argumentativas presentes no texto, podemos imaginar que estamos diante da seguinte “historiazinha”:³ um autor que deseja levar o leitor a entrar em conjunção com seu livro, que é porta de entrada para o desejo de conhecer a cidade de Itabaiana e seu símbolo cultural e econômico: a feira. Como actantes no nível narrativo temos, assim, o autor e o leitor (sempre como construções discursivas), que cumprem o papel de destinador e destinatário, e o livro, que aparece como o objeto de valor.

O livro aqui analisado apresenta como título uma pergunta: *Na feira de Itabaiana tem?*. Por meio dessa questão, o enunciador instaura explicitamente um enunciatário modalizado por um *querer-saber*; ou seja, um leitor que estaria interessado em saber o que é que se encontra na feira, e compromete-se, julgando-se competente para isso, a responder à pergunta, firmando com esse leitor um acordo tácito, sem o qual a argumentação não é possível. A partir do trabalho argumentativo, esse enunciador quer levar o leitor a *crer* que a feira de Itabaiana é sem igual, e a *querer-fazer* : ir à feira, conhecer a cidade, comprar, etc., ou seja, quer transformar o enunciatário num possível próximo visitante da feira de Itabaiana. A colocação desses objetivos é explícita no texto, e na 1ª estrofe o enunciador projeta no enunciatário mais uma modalização, a do *dever-saber*:

3 “A sintaxe narrativa deve ser pensada como um espetáculo que simula o fazer do homem que transforma o mundo. Para entender a organização narrativa de um texto, é preciso, portanto, descrever o espetáculo, determinar seus participantes e o papel que representam na historiazinha simulada” (BARROS, 2003, p. 16).

- (2) [...] Agora você vai ler
O que precisa saber
Da maior feira do agreste (1ª estrofe)
Esse cordel com certeza
É simples e popular
Seu maior objetivo
É nossa feira divulgar [...] (86ª estrofe)

No entanto, antes de escolher os argumentos que comporão o logos, é necessário definir quem é esse auditório, porém, como afirmam Perelman e Tyteca, não é fácil determinar o auditório a quem fala o orador, e “[...] essa dificuldade é muito maior ainda quando se trata do auditório do escritor, pois, na maioria dos casos, os leitores não podem ser determinados com exatidão.” (2005, p. 22). Dessa maneira, “[...] em matéria de retórica, parece-nos preferível definir o auditório como o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação.”⁴ (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 22).

Na diferenciação entre o tipo de argumentação capaz de persuadir um auditório particular e um auditório universal, Perelman e Tyteca (2005, p. 31) afirmam que a argumentação *persuasiva* “[...] pretende valer só para um auditório particular [...]” e a *convincente* para “[...] todo ser racional”. Os autores ainda colocam que para atingir todos os auditórios (ou um auditório universal) busca-se a objetividade, com o “[...] desejo de transcender as particularidades históricas ou locais de modo que as teses defendidas possam ser aceitas por todos” (p. 29).

Analisando o livro de Carlos Mendonça, observamos que o *pathos* imaginado pelo enunciador é, inicialmente, um auditório particular, o dos moradores do nordeste brasileiro, com quem ele trava um diálogo informal, já na primeira estrofe:

- (3) Amigos de Itabaiana
De Sergipe e do Nordeste
Escute preste atenção
Seu moço cabra da peste [...] (1ª estrofe)⁵

Ao longo do texto, contudo, esse auditório torna-se mais abrangente e passa a incluir todos os brasileiros interessados pela cultura e pelos aspectos sociais e econômicos nordestinos e, por que não, o mundo, deixando claro que o enunciador também cumpre no texto o papel de destinador que quer levar o destinatário-leitor a um *querer-fazer*:

- (4) Quem ainda não conhece
Por esse Brasil a fora
Quando vir a Itabaiana
Vão a feira sem demora
Aproveite a ocasião
E leve no coração
Sua impressão na hora (66ª estrofe)
A imprensa eu agradeço
Por essa divulgação
Que todo mundo conheça
Do litoral ao sertão

4 Grifo dos autores.

5 Como nosso objetivo não é realizar a correção gramatical nem ortográfica do texto analisado, optamos por preservar o texto original.

No Nordeste brasileiro
Por esse Brasil inteiro
Outra feira não tem (não) (87ª estrofe)

O que comprova que o auditório presumido, apesar da aparente abrangência, é mesmo um auditório particular (o dos interessados pelo nordeste) é o uso de variações linguísticas em diferentes níveis (cabra da peste; fulôr de agrião, xexelento); a referência à cultura, como o coco e o reisado, instrumentos musicais (triângulo), literatura de cordel, contador de história, comidas típicas (manuê, saroi), frutas da região (pitomba, jaboti, cambucá) e uso de “medicina natural”; a colocação de valores e crenças específicos (o “preto veio benzedor”, o rezador); a retomada de aspectos históricos da consolidação do comércio na região (“No começo não tinha bancas/ Vendiam tudo no chão [...] (5ª estrofe)”); a citação de nomes de povoados e cidades de Sergipe (Pau quebrado, Cabeça do Russo, Pé do Veado, Areia Branca, Campo do Brito, Carira..) e de nomes e apelidos populares (Lipordina, Jinuária, João Mingau, Marieta, Saduminga, Atolado, Chico Tampa, Zé Tramela, Zé Ruela, Jatobá, Zefa, Mané... que acabam funcionando também como argumentos de autoridade).

Ainda no nível narrativo do texto, essa linguagem regional e informal, incluindo os nomes de produtos, personagens e localidades, é oferecida como um objeto que o destinatador considera ser positivo para o destinatário, na tentativa de persuadi-lo, de levá-lo a *querer-fazer*. Essa estratégia cumpre a função de interagir com um auditório particular, numa referência a crenças, valores e conhecimentos em comum, despertando emoções que levam à identificação entre autor e leitor e ao sentimento de orgulho de ser nordestino e brasileiro (no caso dos leitores que usam as mesmas variantes e compartilham da mesma cultura) ou de provocar o efeito discursivo de “novo”, de “surpresa” (no caso de leitores de outras regiões do país e/ou daqueles que não conhecem a literatura de cordel). Neste último caso, alguns usos podem ser sentidos como figuras de argumentação e retórica definidas, no *Tratado da Argumentação* de Perelman e Tyteca, como “[...] certos modos de expressão que não se enquadram no comum [...]” e, ainda, como “[...] uma estrutura discernível, independente do conteúdo, ou seja, uma forma [...] e um emprego que se afasta do modo normal de expressar-se e, com isso, chama a atenção.” (2005, p.189-190).⁶

Ainda com vistas a levar o leitor a *querer-fazer*, o autor se baseia no simulacro de uma boa feira livre: aquela que oferece quantidade e qualidade. No *Tratado da Argumentação*, Perelman e Tyteca definem como lugares da quantidade as “[...] premissas de ordem geral[...]” (2005, p.94) “[...] que afirmam que alguma coisa é melhor do que outras por razões quantitativas [...]” (p.97). Já os lugares da qualidade, “[...] aparecem na argumentação quando se contesta a virtude do número [...]” (p.100), valorizando o “único”, o “original”.

6 Em nossa tese de doutorado (MARIANO, 2007) observamos que o que é esperado em um determinado gênero pode não ser esperado em outro, assim, uma determinada estratégia argumentativa pode funcionar como figura de argumentação e retórica em um texto e em outro como um argumento esperado. Pensando especificamente, agora, sobre o livro *Na feira de Itabaiana tem?*, percebemos que isso pode ocorrer de acordo com o auditório: para alguns leitores, a linguagem utilizada pode causar surpresa e caracterizar uma figura de escolha e/ou de comunhão, de acordo com a tipologia de Perelman e Tyteca (2005, p. 194-203), para outros, é só um argumento esperado.

No poema analisado, o autor apresenta, até a 8ª estrofe, *objetos de acordo pertencentes ao real* (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 75), mais especificamente, fatos e verdades: apresenta a cidade de Itabaiana, fala da importância da feira para a economia sergipana e faz uma breve história da feira, desde a época em que não havia a parte coberta, até a sua reforma, argumentos que serviriam até para um auditório universal (o que não tira a possibilidade de serem questionados).

A comparação com um “Shopping popular” (7ª estrofe) vai reforçar o argumento de que se encontra tudo na feira e vai também dar-lhe a característica de modernidade. A comparação também vai ser vista na 9ª estrofe, em que o autor questiona uma autoridade nordestina: Luiz Gonzaga, e se propõe a demonstrar que o rei do baião estava errado em dizer que a melhor feira que existe é a de Caruaru. Começa aí uma longa lista de argumentos dos lugares da quantidade e da qualidade, que tem como objetivo comprovar a tese de que a feira de Itabaiana é a melhor. Estamos, efetivamente, no terreno da argumentação, da controvérsia, de diferentes pontos de vista. Curiosamente, aquele que é questionado não pode se defender, já que Luiz Gonzaga morreu em 1989 e o livro foi publicado em 2011. No entanto, o autor desafia não mais o próprio artista, mas aqueles que o tomam como autoridade no nordeste e aderiram à sua tese, e é a esses que o enunciador tenta persuadir. O desafio é também a base do repente ou da embolada, uma mistura de música e poesia de improviso, muito comum no nordeste brasileiro, em que duplas desfilam oralmente seus argumentos defendendo teses contrárias, o que nos leva a perceber a estreita relação entre a literatura de cordel e esse outro gênero.

- (5) Luiz Gonzaga disse
Que a melhor feira que há
É a de Caruaru
Isso eu não vou duvidar
Porém eu vou descrever
Para o Brasil conhecer
Da nossa o seu lugar (9ª estrofe)
Não conheço um só produto
Para aqui não encontrar
Vendedor e comprador
Tem até para sobrar
É tudo bom e bacana
A feira de Itabaiana
Com certeza vai ganhar (10ª estrofe)

Impressiona a longa lista de produtos e serviços colocada da estrofe 13 até a 60, o que evidencia uma valorização dos lugares da quantidade: carnes, pratos típicos salgados e doces, peixes e frutos do mar, frutas, verduras, cereais, utensílios para cozinha, apetrechos para animais e para transporte animal, roupas, acessórios, temperos, ervas medicinais, ferramentas, artesanato, armas, bebidas alcoólicas, papelaria, literatura de cordel, joias e bijuterias, pássaros, médico, rezador, benzedor, vendedor de loteria, cabeleireiro, engraxate, desentupidor... No nível narrativo, serão também objetos positivos oferecidos ao leitor, já no nível discursivo do texto, essa variedade desperta os sentidos, tem um efeito sinestésico sobre o enunciatário, principalmente os nomes de frutas e pratos que figurativizam o tema principal, feira livre, e remetem a cheiros, gostos, cores e texturas, o que evidencia uma manipulação por tentação.

Os lugares da quantidade também são os escolhidos para mostrar que a feira é bem visitada.

- (6) Pra feira de Itabaiana
Vem todo tipo de gente
Preto, branco e marrom
Meio assim, meio diferente
Gordo, magro e amarelo
De sapato ou de chinelo
Mas amigueiro e decente (61ª estrofe)

[...] Quem vem aqui recomenda
Por isso é bem divulgada
Gente do Rio de Janeiro
E até do estrangeiro
Êta feira boa danada (69ª estrofe)

O número de visitantes e a afirmação de que eles recomendam a feira acabam por funcionar como argumentos de autoridade, principalmente quando o visitante é de longe (do Sul ou do estrangeiro...). Os vários povoados e cidades vizinhas são citados em uma longa lista que vai da estrofe 76 até a 82, impressionando, também, pela quantidade e caracterizando Itabaiana como uma cidade acolhedora. O silogismo implícito (todos conhecem a feira de Itabaiana e dizem que é realmente boa, eu gosto de coisas boas, então, eu também preciso conhecer a feira de Itabaiana) reforça a persuasão, fazendo crescer o desejo do leitor de conhecer a famosa feira. Segundo Perelman e Tyteca (2005, p. 91), “Um dos princípios hierarquizantes mais usuais é a quantidade maior ou menor de alguma coisa.” Assim, além das hierarquias baseadas nos valores, existem aquelas “[...] baseadas na quantidade de um mesmo valor [...]”. Vê-se, pois, que o autor afirma que a feira de Itabaiana é a melhor baseado no número de produtos, serviços e visitantes.

Os valores, que constituem, segundo Perelman e Tyteca (2005, p. 83), objetos de acordo que pretendem conseguir a adesão de auditórios particulares, também podem nos auxiliar na apreensão dos *ethé* que buscamos. Conforme os autores (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 86), mesmo os “[...] valores universais ou absolutos, tais como o *Verdadeiro*, o *Bem*, o *Belo*, o *Absoluto* [...]”, quando têm seus conteúdos especificados, servem apenas à adesão de um auditório particular. Observamos que os valores presentes no texto analisado pretendem atingir mesmo esse tipo de auditório, já que se referem a códigos de conduta nas relações sociais no ambiente da feira livre, o que vai caracterizá-los como *valores concretos*, sendo que “O valor concreto é o que se vincula a um ente vivo, a um grupo determinado, a um objeto particular [...]” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 87). Sendo fiel ao estilo da literatura de cordel, o bom humor é constante na referência a essas relações.

O valor da “decência” (“Vem todo tipo de gente[...]/mas amigueiro e decente” - 61ª estrofe) é privilegiado no texto, sendo também presumido que o leitor compartilhe dele.

- (7) Tem [...]Avó dizendo que é moça
E veio querendo casar (35ª estrofe)

De vez em quando aparece
Uns bocó meio gagá

7 Grifo dos autores.

Bode veio pai de chiqueiro
Se metendo a namorar [...] (50ª estrofe)

Tem velho pulando cerca
E jovens enamorados
Tem velha usando renda
Prá ver o velho animado
Mas também tem gente que
Acha esse bem querer
A tentação do diabo (52ª estrofe)

Na feira de Itabaiana
Tem o galanteador
Todo cheio de lero-lero
Metido a namorador
Meio brabo, meio medroso
Sem vergonha e mentiroso
Xexelento e enganador (57ª estrofe)

Abestado que se entrega
Quando vê um rebolado
Cai por cima sem pensar
Que pode estar enganado
De repente às vezes pode
A cabra vir a ser bode
E alguém sair lascado (58ª estrofe)

Os comportamentos julgados como indecentes (pessoas mais velhas querendo namorar, a bebedeira (“Porém se exagerar/Você vai se embriagar/E cair no meio da feira” – 49ª estrofe), o homossexualismo, a infidelidade) e a falta de bons modos (“Tem comedor de farofa/ Que é muito mal alinhado/ Quando come se lambuza/ Fica todo engordurado – 51ª estrofe) são sancionados negativamente, evidenciando o ethos de um povo tradicional, ligado aos valores morais, familiares e cristãos. Embora em tom humorístico, característico da literatura de cordel, o enunciador mostra-se tomado pela cólera diante de alguns comportamentos, usando termos que evidenciam essa paixão: bocó, gagá, xexelento, abestado. Contraditoriamente, no entanto, o autor confirma o estereótipo do nordestino no que tange à sexualidade (“cabra macho”, namorador), deixando transparecer uma conduta semelhante àquela que ele critica. Segundo Reboul (2000, p. 166), “[...] quem diz valores diz hierarquia de valores [...]”, neste caso, no entanto, a contradição vista neste texto dificulta a hierarquização dos valores: o itabaianense é moralista ou namorador?

(8) [...] Todo mundo se diverte
Passa o tempo a conversar
Tomando uma bicada
Ou dando uma namorada
Aqui ou noutra lugar (65ª estrofe)

Tem muita moça bonita
Elegantes e charmosas
Que enfeitam a nossa feira
Com seu perfume de rosa
São lindas essas donzelas

Encantadoras tão belas
Cheirosas, quentes e gostosas (71ª estrofe)

O argumento do sacrifício reforça o *ethos* do nordestino trabalhador. Sacrifício esse que o povo faz desde o início da história da feira, como nos trechos abaixo:

- (9) No início não tinha bancas
Vendiam tudo no chão
Chegava em carros de boi
De burro puxado a mão (5ª estrofe)

Tudo começa cedinho
Ainda de madrugada [...] (8ª estrofe)

No entanto, o *ethos* mostrado vai desvendar uma certa malandragem ou “jeitinho brasileiro” desse trabalhador, que faz de tudo um pouco e se vira para conseguir dinheiro:

- (10) [...] Tem até embromador
Dizendo ser rezador
Da boca toda banguela (34ª estrofe)

Tem até cabeleireiro
Dando uma de pipoqueiro
Jardineiro e coisa e tal (45ª estrofe)

Além das palavras

Como leitores, somos levados a uma leitura rápida e ritmada que evidencia, mais uma vez, a semelhança entre a literatura de cordel e o repente, relação esta que só pode ser estabelecida por meio da intertextualidade. O ritmo do poema é resultado da coordenação sintática de termos e orações, da ausência (proposital?) de pontuação entre os versos e estrofes e da rima (o 2º, o 4º e o 7º versos rimam entre si. O 5º rima com o 6º, o 1º e o 3º não rimam com nenhum outro (MENDONÇA, 2011, p.03)). A soma dessas estratégias (do plano do conteúdo e do plano da expressão) causa uma sensação de exaustão no leitor. Essa sensação, no entanto, não tem aqui um caráter negativo, ao contrário, atende à questão que dá título ao livro (*Na feira de Itabaiana tem?*) e aos objetivos do destinador: levar o destinatário a *saber* que existe muita coisa na feira de Itabaiana e a *querer-fazer*, ou seja, conhecê-la.

Ainda colabora na construção do sentido do texto a parte gráfica, que traz uma capa em tons de preto e branco que remete à xilogravura, arte muito difundida no nordeste, e que geralmente estampa os livretos de cordel. A impressão em papel na cor cru ressalta a rusticidade e a popularidade do tema feira livre. As figuras da capa reforçam a intertextualidade com o repente e representam personagens da feira que são citados no texto verbal: comerciantes, visitantes e o repentista, sendo que estes últimos podem ser vistos, até, como imagens do próprio enunciador e do enunciatário. Além disso, vê-se a Serra de Itabaiana, que ilustra a “cidade serrana” citada pelo autor, figurativizando o tema “cidade acolhedora”.

Considerações finais

Levando em consideração que somos sujeitos sociais, podemos dizer que ao enunciar construímos não apenas um *ethos* individual, mas também um *ethos* social ou coletivo, que nos identifica como pertencentes a um grupo, refletindo sua ideologia, seus valores e sua cultura. Assim, colocando-se como um enunciador que pertence a um grupo (*Nossa feira é importante* (68ª estrofe), *A feira é coisa nossa* (72ª estrofe), *Nossa feira é tradição* (84ª estrofe)), quando o autor de *Na feira de Itabaiana tem?* diz “eu”, no logos, diz “nós” (eu itabaianense + eles itabaianenses), e quando diz ele/eles (o povo itabaianense/os itabaianenses), o autor também diz “nós” (eu itabaianense + eles itabaianenses). É como uma unidade da totalidade de itabaianenses e como representante, filho ou morador da cidade, que o autor, em sua obra, nos dá indícios dos *ethé* buscados no início de nosso trabalho. Muito além da cidade grande e do povo trabalhador, honesto e hospitaleiro, que são os *ethé* ditos no cordel, chegamos, pelos *ethé* evidenciados, mostrados pelo modo de dizer, a uma cidade farta, cultural e naturalmente; próspera; movimentada e em vias de modernização, embora ainda provinciana, e acolhedora. Seu povo, por sua vez, valoriza e é orgulhoso de sua cultura e de sua cidade, é hospitaleiro, místico, simples, animado, moralista, preconceituoso, namorador, trabalhador, esforçado, esperto.

Na seara da antropologia social, Caniello (2003, p. 31-33) relaciona o *ethos* ao “estilo” ou “jeito de ser” de um povo e afirma que “[...] o *ethos* guarda da estrutura que comporta a tradição de um povo[...]”, tradição essa que pode resistir mais às mudanças sociais e de tempo e história do que nas grandes cidades, embora as mudanças também ocorram. Assim, podemos imaginar que em uma cidade pequena ou média, como é o caso de Itabaiana (cerca de 85.000 habitantes em 2005), o “estilo” da cidade e do povo é mais facilmente preservado, visto que a proximidade entre os sujeitos é maior, resultando num efeito de “identidade grupal”.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: _____. (Org.) *Imagens de si no discurso – a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 9-28.

ARISTÓTELES (384-322 a.C.). *Retórica*. Tradução de de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2011.

BARROS, D. L. P. de. *Teoria Semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2003.

CANIELLO, M. O *ethos* sanjoanense: tradição e mudança em uma cidade pequena. *Revista Mana*, Rio de Janeiro, v. 9, abr. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93132003000100003&script=sci_arttext>. Acesso em: 25 jun. 2012.

CULTURA ITABAIANA (Blog). Disponível em: <<http://culturaitabaiana.blogspot.com.br/2011/09/lendas-da-serra-de-itabaiana.html>>. Acesso em: 25 jun. 2012.

DISCINI, Norma. *O estilo nos textos*. São Paulo: Contexto, 2003.

FIORIN, J. L. *Em busca do sentido – estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2008.

MAINGUENEAU, D. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso* : a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

MARIANO, M. R. C. P. *As Figuras de Argumentação como estratégias discursivas*. Um estudo em avaliações no ensino superior. 2007. 231 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo.

MENDONÇA, C. *Na feira de Itabaiana tem?* Itabaiana: InfoGraphics, 2011.

PERELMAN, C.; TYTECA, L. O. *Tratado da Argumentação - A nova retórica*. Tradução de Maria Ermantina de A. P. Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005. [1958]

PREFEITURA DE ITABAIANA (site oficial). Disponível em: <<http://www.itabaiana.se.gov.br/>>. Acesso em: 25 jun. 2012.

REBOUL, O. *Introdução à Retórica*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2000.