

Midya, Eleksiyon at ang Politikal na Reimahinasyon: Ang Muling Pag-aakda sa Campaign Jingle na “Naging Mahirap”

Michael Francis C. Andrada

Mas kilala ito bilang “Manny Villar Jingle” kahit na ito ay isa lamang sa maraming jingle na ginamit sa iba’t ibang anunsiyong pangampanya o *infomercials* (*information commercial*) ni Sen. Manny Villar na tumakbong kandidato sa pagkapangulo noong 2010. Ngunit ang opisyal na pamagat nito ay “Naging Mahirap” na isinulat ni Merlee Jayme, *co-partner* ng ahensiyang DM9 JaymeSyfu. Ayon kay Jaymee, ang inspirasyon niya sa pagkatha ng naturang kinomisyong jingle ay ang talumpati ni Villar noong 2009 sa Manila Overseas Press Club, kung kailan ipinaliwanag ni Villar ang kaniyang plataporma ng reporma batay sa kaniyang karanasan ng pagiging mahirap: “He (Villar) said something like you have to experience being poor to truly know their needs and to really desire to help them rise from poverty.”¹

Maituturing ang “Naging Mahirap” bilang isa sa mga sikat na *campaign jingle* noong 2010 pambansang halalan sa Filipinas. Naging palasak ito sa telebisyon, radyo, at mga *social networking site* sa internet. Higit pa rito, kumalat ito sa iba pang midya ng *electronics communication* bilang ring tone ng mga selfon at bilang *text message* o *single message service* (SMS). Namutawi rin ito sa bibig ng mamamayan, lalo na sa kabataan: inawit sa kanilang paglalaro at/o paghuhuntahan sa loob o labas man ng tahanan at paaralan.

Kapansin-pansin din ang muling-pagkatha ng mamamayan, sa pamamagitan ng pag-*spoof* o pagparodiya, sa naturang campaign jingle ni Villar, sa arena ng kanilang oral at dihital na mundo. Napakaraming “bersiyon” ng naturang campaign jingle sa internet, text message, at kalsada. Maraming bumatikos kay Villar at mayroon namang bersiyon na tumawid pa sa pagkutya kay Pang. Gloria Macapagal Arroyo. Sa inisyal na pagtipa, makikitang ang muling-pag-akda ay kapuwa “libangan” at “seryosong” praktis ng pagpapatagos ng iba’t ibang (malay o di-malay na) ideolohiya sa mga mamamayang umaakda.

Sa mga larangan ng panitikan at kulturang popular, ang penomeno ng muling pagkatha ng kantang “Naging Mahirap” ay maaaring suriin bilang bahagi ng isang

pangkulturang praktis ng pagkatha sa Filipinas na tumutulay sa interbensiyon at *mediation* ng bagong midya, ng negosyo, ng tradisyonal na politiko at ng multi-epistemolohikong mamamayan. Kung kaya sa papel na ito, sa pamamagitan ng pagsusuri ng diskurso, nilalayong (1) ipakita ang iba't ibang pamamaraan ng muling pagkatha ng mamamayan sa political jingle na "Naging Mahirap," at (2) suriin ang mga ideolohiya at politikal na imahinasyon ng orihinal at binagong mga tekstong ibinunga ng muling-pagkatha.

"Naging Mahirap" at ang Politikal na Kapital

Maraming dahilan sa popularidad ng naturang Villar jingle. Una, ang dami at haba ng *airtime* sa radyo at telebisyon na ginugol sa pagpapatugtog at pagpapalabas nito. Sa katunayan, "The advertisements of Nacionalista Party (NP) standard bearer Manuel Villar Jr. were aired for a total of 8,730 minutes (6 days) in a span of 3 months before the start of the official campaign period, exceeding the combined airtime of 5 other leading presidential candidates during the same period."² Ikalawa, ang tinatayang "biyograpikong" jingle na may payak na mga titik [lyrics] at tumatalakay sa naging mga karanasan ni Villar bilang "mahirap." Ikatlo, ang hiraya ng paglutas ng kahirapan sa bansa at ang pangako ng pagtitiyak ng edukasyon, trabaho, at pabahay—mga batayang pangangailangan ng mamamayan. Ikaapat, ang estratehiya ng pag-awit ng mahihirap na bata, na siyang pangunahing halina ng nasabing awdiyobiswal na campaign jingle. Ang apat na ito ang mga katangiang makikita sa nasabing political jingle:

"Naging Mahirap"³
ni Merlee Jayme

Nakaligo ka na ba sa dagat ng basura?
Nagpasko ka na ba sa gitna ng kalsada.
Yan ang tanong namin
Tunay ka bang isa sa 'min?

Nalaman mo na ba'ng mapapag-aral ka niya?
Tutulungan tayo para magkatrabaho.
At ang kanyang plano'y magkabahay tayo.

Si Villar ang tunay na mahirap.
si Villar ang tunay na may malasakit.
Si Villar ang may kakayahan.
At gumawa ng sariling pangalan.

Si Manny Villar
Ang magtatapos ng ating kahirapan."

Ayon nga sa The 2010 Presidentiables Blog (<http://2010presidentiables.wordpress.com/>), isang grupo at online site na naglalayong himayin ang mga pamamaraan ng mga kandidato at partido "(on) how

to win Philippine elections with Philippine advertising and Philippine marketing,” ang nasabing patalastas ni Villar ay:

“notable not just because of the direct anti-poverty positioning but also uses a clever device of children in the ads... the reason why they featured children in these ads is to indirectly state that villar is a presidentiable who will work for the future generations of filipinos. it is an indirect and we think a very clever way to connect with the adult voters whose primary concern is the future of their children.”⁴

Narapat banggitin na ang nasabing grupo/blog ay hindi endorser ni Villar. Sa katunayan, sa isa pa nitong blog entry, ipinahayag nila ang kanilang pagkagulat na ang rebyu nila ng “Naging Mahirap” na patalastas ni Villar ay ni-*repost*, *verbatim*, sa opisyal na website ni Villar at naobserbahan nila na “the way the manny villar website did it is it is made to look like we wrote that piece for the villar website.”⁵ Kung susuriin ang pagrerepost ng Villar website sa rebyu ng nasabing grupo, lumilitaw na ang nabanggit na kilos ng kampo ni Villar ay isang uri ng oportunismo upang itanghal ang patalastas ni Villar, at si Villar mismo, bilang katanggap-tanggap na politikal na entidad sa larangan ng kampanyang pang-eleksiyon. Samakatwid, ang naturang kilos ay bahagi ng establisimyento ng politikal na ethos ni Villar, bagama’t ang kilos mismo ay isang kuwestiyonable at lihis sa etikang kilos.

Ganito ang itinatag tuwing eleksiyon: ang paghuli sa pinakamaraming posibleng botante at tagasuporta. Mananaig ang ganitong layunin kung matitiyak na ang lahat ng posibleng pamamaraan ng paghuli ng boto ay maikokonsidera at maeempleo ng kampo ng kandidato. Dahil sa dakong huli, sa pambansang halalan o anumang politikal na pakikipagsapalaran, “Winning the people is thus crucial to the political game” (Pilario 2004, 89).

Ipinaliwanag ng nasabing grupo/blog ang napipigang pangkabuuang diskurso ng kantang Villar: ang humakot ng boto ng nakararami sa pamamagitan ng pag-empleo sa idea na si Villar ang mesiyas ng mga kabataan at Filipino; ang magsasalba mula sa pagkasadlak sa kahirapan ng mamamayan. Ang ganitong estratehiya ay nakapaloob sa pangkalahatang diskurso ng pagtatatag ng isang politikal na kapital para kay Villar. Ayon nga kay Daniel Franklin Pilario, gamit ang perspektibang sosyolohiko ni Pierre Bourdieu, “Political capital is first of all, founded on belief or recognition” (92).

Nangangahulugan ito na ang binubuo ng nasabing jingle ay isang ideolohikong koneksiyon ni Villar at ng mamamayan, botante man o hindi. Itong ideolohikong relasyon ng kandidato at mamamayan ay isang masalimuot na proseso ng “rekognisyon bilang misrekognisyon.” Ibig sabihin, ang pagkilos ng pagpaparekognisa ay pagkilos rin ng pagpapamisrekognisa. Ang rekognisyon ay pagbuo ng relasyon ng dalawa o higit pang entidad o puwersa. Sa kasong ito ng “Naging Mahirap,” ang political jingle ay naglalayong ikonekta si Villar at ang botante sa pamamagitan ng pagpapaintindi at pagpapatagos ni Villar ng kaniyang buhay, karanasan at pangako ng pagtatapos ng kahirapan. Kung tatanggapin ito o hindi ng manonood,

tagapakinig, at mamamayan sa kabuuan, nasa sa kanila na ito. Ngunit ano't anuman ang maganap, tanggapin man o hindi ng mamamayan, nakabuo na agad ang politikal na jingle ng isang relasyong ideolohiko.

Ang misrekognisyon ay nagaganap sa mismong akto ng rekognisyon. Halimbawa, kapag tinanggap ng mamamayan ang mesiyantikong mensahe ng pagtatapos ng kahirapan sa kantang Villar, tinatanggap rin ng mamamayan, malay man o hindi, ang pangkabuuang linis at dungis ni Villar bilang politikal na entidad. Samakatwid, ang mamamayang tumanggap ng mensahe ng kantang pangampanya ni Villar ay nagiging tagasuporta at tagapamandila ni Villar, sa iba't ibang level o antas ng komitment.

Kapag hinimay ang campaign jingle, masisipat na ang lohika nito ay mailapit ang buhay at karanasan ni Villar sa buhay at karanasan ng mamamayan, upang lumikha ng kredibilidad. Itong pilosopikal at politikal na ethos ng isang kandidato ang siyang kailangang palalimin, palakasin, palawakin, at patatagin niya—kung kaya't sa politikal na larangan ng eleksiyon, kailangang mahusay sa paglalaro ang kandidato. Kinakailangang matiyak na magiging bahagi ng buhay ng mamamayan ang impormasyon.

Kung titingnang mabuti, ipinahayag ni Jaymee na ang intensiyon ng kaniyang ginawang kanta ay para magsilbing political jingle para sa infomercial ni Villar. Samakatwid, ito'y kinomisyong pagkatha na pumapasok sa mga larangan ng advertising at ng tradisyonal na politika. Hindi kaila na sa Filipinas, ang mga ahensiya ng patalastasan (advertising agencies) ay mga negosyong ang pangunahing lohika ng pag-iral ay ang pagkakamal ng kita o tubo. Nangangahulugan ito na bagama't ang pinaghanguan o inspirasyon ng kanta ay ang karanasan ng kahirapan ni Villar, ito ay bahagi ng pangkabuuang estratehiya ng negosyo ng paglikha—ang negosyo ng paglikha ng isang pampolitika at pang-ekonomiyang imahinasyon. Ayon nga kay Pilario (2004):

“The professionalization of politics is made possible by the stringent criteria for admission into the field. Those who intend to join the political production process should possess the necessary competence in terms of specific knowledge, mastery of a certain type of rhetoric, material resources and a profession of faith to the values, hierarchies and rules of the political world.” (87)

Nangangahulugan ito, ayon kay Pilario, na ang larangan ng politika ay nangangailangan ng tinatawag na propesyonalisasyon sa pamamagitan ng pagtatakda ng mga estriktong parametro ng pagpasok dito. Sa Filipinas, tuwing panahon ng pambansang kampanya at halalan, ang politikal na produksiyon ay nakakabit sa direktang pangampanya ng mga kandidato at sa mediation na multimidya sa pamamagitan ng patalastasan o advertising. Samakatwid, tulad ng mapapansin sa malaking perang ginugol ng mga kandidato sa mga patalastas, malaki at mataas ang pagturing sa mga infomercial bilang primaryang hakbang sa

pangangampanya. Sa madaling salita, ang mga infomercial–bilang tagapagdala at tagapagbandila ng manipesto at plataporma ng kandidato–ay bahagi ng ubod ng kompetisyon.

Sa puntong ito, ang diskurso ng kompetisyon ay kapuwa makikita sa mismong larangan ng halalan at sa larangan ng patalastas. Kung kaya ang mga ahensiyang kinukuha at kinokomisyon ng mga politiko ay ang pinakakompetitibo at pinakaagresibong makapagpapanalo ng mga kandidato. Ganito namamapa ang pambansang halalan sa bansa–ang pagkagamay at pagkadalubhasa sa sining ng politikal na pag-iimahinasyon.

Kapansin-pansin na sa kantang “Naging Mahirap,” nabubuo ang isang sistema ng mga kahulugan na nagpapaimbulog kay Villar at ipinatatanggap sa mamamayan. Ang sistemang ito ay ang mundo ni Villar. Ang pagiging epektibo ng ganitong estratehiya ay ang pagtitiyak, ayon kay Pilario, na mayroong:

“homology between the struggle of the representatives and the struggles of those that they represent. The more such congruence is made visible, the more advantageous it is to the representative. In other words, while politicians purport to advance the agenda of their constituents, they are in fact also pursuing the fulfillment of their own interests, most often without admitting it. (Pilario 2004, 89)

Makikita ito sa campaign jingle ni Villar–ang konstruksiyon ng koneksiyon at ang simulasyon ng similaridad ni Villar sa masang Filipino. Ang mundong ipinipinta ni Villar sa jingle ay mayroong dalawang kapanahunan na ipinagdurugtong ng sistema ng mga kahulugan: ang nakaraan (“dagat ng basura” at “gitna ng kalsada”) na kumakatawan ng kadahupan ni Villar at ang kinabukasan (“mapapag-aral ka niya,” “tutulungan tayo para magkatrabaho,” “kaniyang plano’y magkabahay,” “may kakayahan,” at “magtatapos ng ating kahirapan”) na pawang kumakatawan sa pangako ng kaginhawaan ni Villar kapag siya’y naihalal bilang pangulo ng bansa. Higit na masusuri ang ganitong sistema kung isasaalang-alang ang konsepto ni Roland Barthes (1991): “poetry is a semiological system which has the pretension of contracting into an essential system” (133).

Ang pahayag na ito ni Barthes ay susing konsepto sa pag-analisa ng mga tula, kanta at iba pang porma ng panitikan at ang koneksiyon nito sa realidad. Para sa papel na ito, kung paghuhugpungin ang silbi o lunggati ng jingle (*semiological system*) at ng halalan (*political system*), masisilo ang korelasyon ng jingle at halalan, at nabubuo ang jingle na panghalalan. Ibig sabihin, sa aktuwal ang jingle ay instrumento lamang ni Villar sa paghakot ng boto at suporta. Bilang isang semyolohikong sistema, nagsilbing mito ang campaign jingle na nakapokus sa pangako ni Villar at sa pag-asam at pag-asa ng mamamayan. Sa ganitong eskema, maaaring hindi na masilo na ang jingle ay kinatha upang ibenta si Villar, kundi nagiging misrekognisyon na ito ng tunay na pagkatao ni Villar. At sa gayong punto, ang semyolohikong sistema ng jingle ay siya nang esensiyal na sistemang magiging giya sa pagboto ng mamamayan.

Sa daloy ng kanta, makikita na ang semyolohikong sistema ay nagiging esensiyal na sistema sa pagkakamal ng politikal na kapital para kay Villar. Mula sa payak na pagkakatalogo ng nakaraang kahirapan at pangako ng kaginhawaan ni Villar sa unang dalawang saknong ng jingle, ang ikatlo at huling saknong ay magtatanghal kay Villar sa pedestal ng perpektong modelo ng pangulo: makamahirap (“tunay na mahirap”), makamasa (“tunay na may malasakit”), mahusay (“may kakayahan”), masipag at matiyaga (“gumawa ng sariling pangalan”), at mesiyas (“magtatapos ng ating kahirapan”). Sa proseso ng pagtatanghal sa semyolohiko tungong esensiyal na politikal na sistema, at sa proseso ng pagpapatanggap sa mamamayan sa sistemang ito, nakapagkakamal si Villar ng politikal na kapital. Naipamamalas din sa ganitong lunduyan na ang politikal na kapital ay “*delegated capital*.” (Pilario 2004, 94) At sa gayong punto, nagkakaroon ng nosyon na si Villar ang representante ng mahihirap na mayorya ng mamamayan. Itong progresyong ito ay nagpoposisyon kay Villar bilang “tinig” ng mahihirap—tila ipinapasa ng mamamayan kay Villar ang karapatan na irepresenta sila.

“Villar Pahirap,” “Naging Pahirap” at ang Rekonstruksiyong Parodiya

Ayon kay Pilario, “In the Philippine context, political participation only reaches its height and polarization during elections. For the rest, ordinary people leave it to the ‘politicos.” (Pilario 2004, 85) Ang binabanggit ni Pilario rito ay ang tradisyonal na politika ng pambansang kampanya at halalan. Iba pa ito sa araw-araw at pangmatagalang politikal na partisipasyon ng mamamayan sa mga kilusang mapagpalaya, parlamentaryo ng lansangan, at rebolusyon. Sa mga balita at sa direktang partisipasyon, mamamasdan ang mataas na antas ng polarisasyon: kampihan, pangkatan, siraan, at tunggalian na humahantong sa pagkakaisa at dibisyon ng mga grupo-grupo ng mamamayan.

Ang mga politikal na partido ay nagtatago sa kani-kaniyang plataporma at programa ng negosasyon ng hinaharap ng sambayanan. Samakatwid, sa ideal na tagpo ng demokratikong halalan, nagkakaroon ng pormal na kapangyarihang politikal ang mga mamamayan sapagkat sila ang boboto at magtatakda ng mananalò. Ibang usapin pa ang politika ng dayaan. Ngunit matapos ang halalan at may naitanghal nang mga nagwagi at natalò, ang kapangyarihang politikal ay tila nasesentro lamang sa iilang politiko at lingkod-bayan. Ani Pilario, “We are thus left with few political ‘producers’ and a mass of political ‘consumers’” (Pilario 2004, 86).

Ngunit sa kampanya at eleksiyon, ang mga mamamayan, bukod sa politikal na konsumidor lamang, ay nagiging mga tagapagbandila rin o politikal na prodyuser batay sa kanilang sinusuportahan at kinakatigang politiko. Makikitang ang kanilang pagsang-ayon sa mga politiko ay esensiyal sa tinatawag na “*realignment*” ng mga puwersang politikal. Malaking puwersang politikal ang masa at mamamayan tuwing eleksiyon. At kapag sila ay polarisado na, asahang maaari silang maging malakas na instrumento para sa pagtatambol ng linyang politikal ng kandidato. At sa gayong anggulo, ang mamamayan ay magiging tiyak na tagapaghawan din ng politikal na landas para sa mga kandidato.

Ang ganitong polarisasyon ay maoobserbahan sa dekonstruksiyon at rekonstruksiyon ng politikal na jingle na "Naging Mahirap." Kung ang orihinal na campaign jingle ay ideolohikong aparato ng kampo ni Villar, makikita sa maraming binagong teksto ng nasabing jingle ang pagtuligsa at paghila kay Villar sa kangkungan ng politikal na kampanya.

Halimbawa, kapansin-pansin sa bersiyong "Villar Pahirap" na ipinaskil ni "saws" noong Pebrero 6, 2010 sa seksiyon ng mga puna ng <http://adayinthelifeofrj.com/2009/12/manny-villars-naging-mahirap-tvc-campaign-lyrics/> ang pagtira kay Villar sa isyu ng kinasasangkutanang anomalya sa proyektong C5:

"Villar Pahirap"

Nakaligo ka na ba sa karagatan ng pera.
Araw-araw Pasko, ng dahil sa kalsada (C5 Extension)!
Yan ang tanong namin,
Kelan mo ba aaminin?
Nalaman mo na bang mga pinaggagawa niya,
Tutulungan tayo para magmukhang-gago!
At ang kanyang plano'y pagkakitaan tayo!
Si Villar ang tunay na PAHIRAP!
Si Villar, sa p'westo mahigpit ang kapit!
Si Villar ang may kakayahan
Na gumawa ng pagkakaperahan!
Si Manny Villar ang bababoy
Sa ating buong bayan!"

Mapapansin sa binagong tekstong ito ang isang polarisadong persona na hindi maipagkakailang tutol o kontra kay Villar. Ang tungtungan ng binagong teksto ay ang kontrobersiyang kinasasangkutanan ni Villar sa C5 Road Extension Project. Pinili ni Villar na huwag dumalo sa mga sesyon ng komite sa Senado na dumidinig sa reklamong iniharap sa kaniya ng mga kalabang senador. At ito ring aktong ito ni Villar ay nagpadagdag, kung pagbabatayan ang tekstong "Villar Pahirap," ng desgusto sa kaniya ng ibang mamamayan. Sa katunayan, tinatanong si Villar ng binagong jingle na ito kung "Kelan mo ba aaminin?" ang kinakasangkutanang kontrobersiya.

Malinaw na ang aktong ito ay mapang-uyam. Ang bersiyong "Villar Pahirap" ay parodiya ng orihinal. Malinaw ang deskripsiyon ni Fredric Jameson (1998) kung paano gumagana ang isang parodiya: "Now parody capitalizes on the uniqueness of these styles and seizes on their idiosyncrasies and eccentricities to produce an imitation which mocks the original (4). Nangangahulugan ito na ang isang parodiya ay imitasyon ng orihinal, ngunit hindi buong-buong imitasyon sapagkat binabaligtad, pinagtatawanan, tinutukso at/o tinutuligsa nito ang orihinal.

Kung tutuusin, sa larangan ng poetikong pagpaparodiya, ang tekstong "Villar Pahirap" ay isang matagumpay na parodiya—bahagyang binago ang orihinal na titik ng political jingle ni Villar at ginawang mapanuligsa sa senador/kandidato ang

kabuuang tirada ng binagong kanta. Ang tagumpay ng "Villar Pahirap" ay ang mahusay na rekonstruksiyong parodiko ng orihinal na semyolohiko na level (semiological plane). Sa pinarodiyang bersiyon, nanatili ang mga susing salitang lunan (word-place) mula sa orihinal na jingle: dagat (karagatan) at kalsada. Itong dalawang salitang lunan na ito ang naging operatibo sa proyektong parodiko sa kantang "Villar Pahirap." Makikita na ang orihinal na "dagat ng basura" na simbolo ng kahirapan ni Villar ay umalon tungong "karagatan ng pera" na sumisimbolo sa kasalukuyang estado ng kayamanan ni Villar na tila nga naman naliligo sa pera dahil sa dami ng negosyo.

Ang okasyon naman ng "pasko sa gitna ng kalsada" na sa orihinal na bersiyon ay sumisimbolo muli sa pagdarahop noon ni Villar ay naging "Araw-araw Pasko, ng dahil sa kalsada (C5 Extension)!" Mapanuya at mapanudyo ang linyang ito ng binagong teksto sapagkat taliwas sa imahen ng kahirapan sa orihinal na bersiyon, ipinahahayag ang labis-labis na kasaganaan ni Villar na tila "Araw-araw Pasko" dahil diumano sa mga proyekto nito bilang negosyante, partikular ang "C5 Extension," at doon nagamit diumano ni Villar ang politikal na posisyon ng pagiging senador upang magdulot ng pribadong ganansiya sa kaniyang negosyo.

Kung susuriin, kapuwa ang orihinal at ang binagong teksto ay tumukoy naman kay Villar bilang negosyanteng nasa *real estate at road development*: "kanyang plano'y magkabahay tayo" (orihinal) at "kanyang plano'y pagkakitaan tayo" (binago) at "gumawa ng sariling pangalan" (orihinal) at "gumawa ng pagkakaperahan" (binago). Ngunit kapansin-pansin na mas hayag ang pagtukoy sa pagiging negosyante ni Villar sa binagong bersiyon. Sa katunayan, hindi lamang payak na negosyante ang turing kay Villar sa binagong bersiyon kundi agresibong negosyanteng ang layunin sa politikal na puwesto ay kumita nang limpak-limpak. At ito mismong pagiging negosyante ni Villar ang puno't dulo ng operasyong parodiko sa "Villar Pahirap" sapagkat ikinakabit ito sa pampolitika at pang-ekonomiyang praktis ng korupsiyon at pagganansiya dahil, ayon nga sa binagong kanta, "Si Villar, sa p'westo mahigpit ang kapit!"

Higit pa sa pagbatikos kay Villar bilang negosyanteng "mahigpit ang kapit," operatibo sa pagpaparodiyang isinagawa ang pagpapabalintuwad sa konseptong "Si Villar ang tunay na mahirap" na ipinangangalandakan ng orihinal na kanta. Sa binagong bersiyon, ang orihinal na pamagat ng kanta na "Naging Mahirap" ay hinalinhinan ng "Villar Pahirap." Sinusugan pa ito sa pagpaparodiya sa orihinal na linyang "Si Villar ang tunay na mahirap" tungong "Si Villar ang tunay na PAHIRAP!" na nagbibigay ng dobleng-diin ng desgusto: malalaki ang titik ng salitang "pahirap" at nilagyan pa ng tandang padamdang (!). Buong-buo ang proyekto ng pagbabalintuwad na isinagawa ng parodikong bersiyong "Villar Pahirap" na tinuldukan ng dalawang huling linyang "Si Manny Villar ang bababoy / Sa ating buong bayan!," kahalili ng mesyaniko na mensahe ng orihinal na "Si Manny Villar ang magtatapos ng ating kahirapan." Samakatwid, kinakatawan ng binagong bersiyon na ito ang sagot sa politikal na imahinasyong ipininta ng jingle ni Villar. Kung kaya maituturing ito bilang dekonstruksiyon ng orihinal na politikal na imahinasyon tungong paradoha ng reimahinasyong politikal.

Sa http://www.youtube.com/watch?v=Azv2IY_fWJI&feature=related naman, inupload ni Ice de Ocampo ang kaniyang binagong liriks (bilang moving lyrics) ng kantang "Naging Pahirap." Tulad ng naunang "Villar Pahirap," itong bersiyong "Naging Pahirap" ni De Ocampo ay malinaw na panunuya rin kay Villar at sa kinasasangkutan nitong C5 na kontrobersiya. Ngunit hindi tulad ng naunang binagong bersiyon, itong "Naging Pahirap" ay mas kakaunti ang iniwang titik mula sa orihinal, bagama't ang pangkabuuang dimensiyon ng "kahirapan" at kontrobersiyal na "C5" ay nananatiling mga ubod ng operatibong panunuligsa:

Naging Pahirap
Liriks ni Ice de Ocampo

Nakakickback ka na ba project mong basura?
Lupa mo sa C5 ginawa mong kalsada.
Yan ay lupa namin,
Bakit ngayon wala sa amin?

Nalaman mo na bang ninanakawan ka n'ya?
Umiwas sa Senado 'yan ang kanyang trabaho
At kanyang plano'y pagnakawan tayo

Si Villar sa talino'y mahirap.
Si Villar ay sa pera lang may malasakit.
Si Villar lang ang may kakayahan: komedyante ng ating bayan
Si Manny Villar ang magtatapos sa ating kabuhayan

Sa bersiyong ito, ang naiwan na lamang na salitang luan ay ang "kalsada." Ang "dagat ng basura" sa orihinal na kanta ay naging "project mong basura" sa bersiyong ito ni De Ocampo. Pinatutungkulan ng proyektong basura na ito ang C5 Extension Project, na kaya hinihiraya ni De Ocampo na basurang proyekto ay sapagkat may bahid diumano ng korupsiyon at ganansiya para kay Villar. Sa katunayan, ang buong una at ikalawang sakhong ng binagong bersiyon ni De Ocampo ay tumatalakay lamang sa C5, na nadagdagan pa ng isyu diumano ng pangangamkam ng lupa ni Villar: "'Yan ay lupa namin, / Bakit ngayon wala sa amin?"

Sa ikalawang sakhong, direkta nang inaakusahang magnanakaw si Villar ("Nalaman mo na bang ninanakawan ka n'ya?") at na walang "diwa ng pananagutan" sa pagsagot sa kontrobersiya ng C5 ("Umiwas sa Senado"). Nagsisilbi ring babala sa botante at mamamayan ang ikalawang sakhong ng binagong bersiyon. Kung sa orihinal ay "kanyang plano'y magkabahay tayo," sa "Naging Pahirap" na bersiyon ay ipinamumukha na "kanyang plano'y pagnakawan tayo." Kung susuriing mabuti, ang operasyon ng parodiya sa bersiyong "Naging Pahirap" ay ang pagdestrungka sa moral at politikal na kredibilidad ni Villar.

Kapansin-pansin naman sa bersiyong ito ni De Ocampo, partikular sa ikatlong sakhong, ang paggamit ng mga salitang konsepto na "talino," "komedyante," at

"kabuhayan" na wala sa orihinal at naunang binagong bersiyon ng campaign jingle. Kung tutuusin, derogatoryong pahayag laban sa pagkatao ni Villar ang linyang "Si Villar sa talino'y mahirap," at napakalaking laktaw sa konseptuwal na pormulasyon ng orihinal na "tunay na mahirap." Gayundin, ang operasyon ng parodiya sa linyang "Si Villar ay sa pera lang may malasakit" ay tinatawag na "*transference*"—ang atribusyon ng isa patungo sa iba. Pinalilitaw sa linyang nabanggit na ang malasakit ni Villar ay wala sa mamamayan kundi nasa "pera lang."

Mapapansin na kung sa orihinal ay napakapositibo na "gumawa ng sariling pangalan" si Villar, itinuturing naman sa bersiyon ni De Ocampo na isang malaking katatawanan si Villar dahil sa ang kandidato diumano'y "sa talino'y mahirap" at "sa pera lang may malasakit" kung kaya siya ay "komedyante ng ating bayan." Muli, malinaw itong akusasyon at mapanirang pahayag sa tila persepsiyong ganid o sakim sa salapi ang negosyanteng senador.

Sa huli, babaligtarin ang mesyanikong mensahe ng orihinal na jingle. Hindi na si Villar ang "magtatapos ng ating kahirapan" kundi "Si Manny Villar ang magtatapos sa ating kabuhayan"—na nangangahulugan ng pangalahatang kabaligtaran ng orihinal na pangako at bisyon ni Villar. Kung susuriing mabuti, ang linyang pagtatapos "sa ating kabuhayan" ay ang poetikong pagsasadulo ng litanya ng mga negatibong pagtingin kay Villar na ikinatalogo ni De Ocampo sa kaniyang bersiyong "Naging Pahirap."

Kung susumahin, dalawang antas ng pagparodiya ang ginawa sa bersiyong ito: Una, ang pagdestrunga sa moral at politikal na kredibilidad ni Villar. Ikalawa, ang pagsalaula o pag-insulto sa katauhan (*ad hominem*) at intelektuwal na kakayahan ni Villar, lalo na't itinuring pa siyang "komedyante ng ating bayan."

Antagonismo at Retorikal na Panggagagad

Sa personal na blog naman na <http://dleftclick.wordpress.com/2010/01/11/nakaligo-ka-na-ba-sa-dagat-ng-basura-my-ass/> ni Victor "Primo" Morillo, ipinost niya ang sarili niyang muling pag-akda sa kantang "Naging Mahirap":

Nakaligo ka na ba sa dagat ng basura my ass
ni Victor "Primo" Morillo

Nakarinig ka na ba ng campaign na basura?
Nabalitaan mo na ba ang C5 na kalsada?
Yan ang tanong namin,
Maniniwala ka ba sa amin?

Ang sabi niya'y mapapag-aral ka nya?
Tutulongan daw tayong magka-trabaho?
At kanyang plano'y magka-bahay tayo?

Tunay nga bang galing ka sa hirap?

Totoo bang ika'y may malasakit?
Talaga bang may kakayahan
At hindi lang nag-asawa ng mayaman?

Tayo lamang ang magtatapos
ng ating kahirapan.

Ang interesante sa bersiyong ito ay halos ito ang pinakamalapit sa orihinal na bersiyon, kung ang sukatan ay ang bilang ng mga salita at konseptong napanatili, bagama't pinarodiya pa rin. Ang susi sa pag-unlad ng diskursibong kapangyarihan ng parodiyang ito ay ang antagonistiko ngunit retorikal na pagtatanong muli o ang retorikal na panggagagad.

Sa unang saknong, halimbawa, direktang kausap ng persona ang mambabasa o tagapakinig. Tinatanong nito kung "Nakarinig ka na ba ng campaign na basura?" na ang tiyak na pinapatutsadahan ay ang buong politikal na kampanya ni Villar na sinuma sa orihinal na campaign jingle/tv ad na "Naging Mahirap." Sa unang linya pa lamang ng unang saknong, literal at metaporikong ibinabasura na agad ng bersiyon ni Morillo ang buong kampanyang "tunay na mahirap" at "magtatapos ng ating kahirapan" ni Villar.

Ang retorikal na tanong ay napakamakapangyarihan, lalo na't ipinapaloob nito ang tagasagot sa ideolohiya ng tagapagtatag. Sabi nga ni Slavoj Zizek, "One of the ways to practise the critique of ideology is therefore to invent strategies for unmasking this hypocrisy of the 'inner life' and its 'sincere' emotions" (2009, 40). Halimbawa, upang hubdan ang tinatayang "hipokrisiya ng panloob na buhay at sinserong emosyon" ni Villar sa orihinal na jingle, ginamit ni Morillo ang estratehiya ng retorikal na pagtatanong. Sa estratehiyang ito, walang kawala ang tinatanong sa "Nakarinig ka na ba ng campaign na basura?" Sa simula pa lamang, nakaposisyon na ang tanong pabor sa ideolohiya ng nagtatanong. Mataas ang antas ng antagonistikong ideolohiyang taglay ng naturang tanong sapagkat kasama na sa pagtatanong at tanong ang husga nito. Oo man o hindi ang itugon ng tinanong, ang mas tiyak na pataw ng tanong ay "basura" ang kampanya ni Villar.

Pinalawig ni Morillo ang pagbabasura sa campaign jingle at mismo kay Villar sa pamamagitan ng pagsundot sa isyu ng C5 na, muli, itinanong direkta sa mambabasa/tagapakinig: "Nabalitaan mo na ba ang C5 na kalsada?" Pangunahing tuon ng nasabing tanong ang retorikal na ipahayag na mayroong kinasasangkutanang kontrobersiya ng C5 si Villar, malay man o hindi ang tinatanong.

Ang ikalawa at ikatlong saknong naman ay gumagamit ng pilosopikal na estratehiya ng "pagbabalik ng tanong." Pinipilosopo ng binagong mga titik ang orihinal na titik ng jingle ni Villar sa pamamagitan ng pagbabalik ng tanong: "Ang sabi niya'y mapapag-aral ka n'ya?", "Tutulungan daw tayong magkatrabaho?", "At kanyang plano'y magkabahay tayo?", "Tunay nga bang galing ka sa hirap?", "Totoo bang ika'y

may malasakit?" at "Talaga bang may kakayahan, / At hindi lang nag-asawa ng mayaman?"

Ngunit ang pagbabalik ng tanong bilang isang pilosopikal na rendisyon ng retorikal na tanong ay, sa esensiyal, mapanghusga at mapangutya. Sa prosesong ito, ibinabalik ang tanong dahil sa dalawang bagay: Una, may elemento ng pagdududa sa ipinapahayag na pangako o konsepto ng orihinal na pahayag o tanong. Ikalawa, hindi talaga ito kapani-paniwala para sa kabilang panig. Sa kaso ng bersiyong ito, malinaw na ganito ang retorikal na eskemang sinusundan sa pangkabuuan ng mga pagbabalik-tanong. Lutang na lutang ito sa mismong ideolohikal na pahayag ng pagkadesgusto ng mababasa sa mismong pamagat ng bersiyong ito: "Nakaligo ka na ba sa dagat ng basura my ass." Ang praseng "my ass" ay isang Anglo-Amerikanong ekspresyon na nangangahulugang hindi pinaniniwalaan ng nagsabi nito ang pahayag na kaniyang narinig, napanood o nabasa.

Sa tatlong binagong bersiyon, ang bersiyong ito ni Morillo ang nagpahayag tungkol sa kabiyak ni Villar, ang kongresistang si Cynthia Villar. Sa lahat ng pagbabalik-tanong, tanging ang tanong na, "Talaga bang may kakayahan, / At hindi lang nag-asawa ng mayaman?" ang mayroong dagdag. Kung susundan ang lohikong pagmamaniobra ng muling-pagkathang isinagawa ni Morillo sa bersiyon niya, maaaring sabihin mayroong "mali" sa kaniyang serye ng muling pagtatanong dahil sa naligaw na dagdag na nabanggit. Ang mga linya sa orihinal na kanta ay "Si Villar ang may kakayahan / At gumawa ng sariling pangalan." Maaaring sabihin na ang dapat na ginawa sa mga linyang iyon para sa bersiyong ito ay "Talaga bang ikaw ay may kakayahan?" at "Talaga bang gumawa ka ng sariling pangalan?" upang maging konsistent sa pangkabuuang eskema ng pagbabalik-tanong.

Ngunit kung susuriin, iba ang dating ng ginawang bersiyon ni Morillo para sa naturang mga linya. Direkta nitong ibinabalik ang tanong-palagay sa orihinal na mensahe: na ang tanging dahilan kung kaya't nakagawa ng "sariling pangalan" at umasenso si Villar ay hindi dahil sa kaniyang "kakayahan" kundi dahil siya ay "nag-asawa ng mayaman." Malinaw na sa level ng paradikong paghahayag, ito'y asasinasyon ng pagkatao ni Villar, at pagdamay sa asawa nito bilang siyang pangunahing balon ng kayamanan ni Villar. At sa gayong anggulo rin, mapipiga sa ganitong paglulugar sa mag-asawang Villar na ang primaryang tuon ng senador sa pagpili sa kongresistang asawa ay dahil sa yaman nito at hindi dahil sa pag-ibig. Kung kaya, ang operasyon ng parodiya rito ay ang politikal na pagkakarnabal sa pag-aasawa ng politikal na posisyong panlipunan at pang-ekonomiyang katayuan.

Ngunit kaiba rin sa ibang binagong bersiyon, tanging ang kay Morillo ang may malinaw na mensahe ng pag-aksiyon. Tanging ang bersiyong ito ang may panawagan sa mamamayan na huwag iasa kay Villar, at sa kung sinumang politiko sa pangkabuuan, ang pagtatapos ng kahirapan. Sapagkat, para sa bersiyong ito ni Morillo, "Tayo lamang ang magtatapos /ng ating kahirapan." Ang implikasyon ng ganitong pamamaybay ni Morillo ay ang pagbabalik ng politikal na kapangyarihan sa

mamamayan, at hindi sa kamay lamang ng iilan, sa pamamagitan ng kolektibong pagkilos.

Kung titipahing maigi, ang mga bersiyong ito na nagpapamalas ng mga parodiya bagama't pangunahing nakatuon kay Villar ay maaari ding magsilbing paglulugar sa iba pang politiko at kandidato, sa kanilang puwesto o posisyon sa loob o labas man ng panahon ng kampanya at eleksiyon. Nangangahulugan ito na ang pagpaparodiya sa kantang "Naging Mahirap" ay isang reklamasyon o muling pagbawi sa kapangyarihang pampolitika ng indibidwal—at posible, ng mamamayan—labas sa dikta o huwisyong ng iilang kandidatong politiko.

Halimbawa, kitang-kita ito sa isang bersiyon ng political jingle ni Villar na hindi na si Villar ang pinatutungkulan kundi si Gng. Gloria Macapagal Arroyo. Sa website na <http://www.youtube.com/watch?v=j9PhcFyDIBA&feature=related>, ipinaskil ni "gloria1234567891" noong Enero 7, 2010 ang bersiyon niya na tungkol sa korupsiyon ni Arroyo:

"Gloria Macapagal Arroyo Song

Naligo Na Kami Sa Dagat Ng Basura
Nagpasko Na rin Kami sa Gitna Ng Kalsada
Yan Ang Sagot Namin
Tunay Ka bang isa sa amin

Nalaman mo na bang mapag-aaral ka n'ya
Hindi n'ya tayo tutulungan para magkatrabaho
at ang kanyang plano kurakutin tayo

Si Gloria Ang Tunay na Walang Malasakit
Si Gloria Ang Tunay Na Kurakot
Si Gloria Ang Walang Kakayahan Na Paunlarin Ang Ating Bayan
Si Gloria Arroyo Ang Magsisimula Ng Ating Kahirapan"

Ipinapamalas sa bersiyong ito ang lahat ng naranasang paghihirap ng persona sa panunungkulan ni Gng. Arroyo. Dito'y wala nang anumang uri ng pangako, kundi paghahayag na ng konsekuwensiya ng diumano'y pangungurakot at maling pamamalakad ni Arroyo. Sa bersiyong ito, kung ang persona ang pagbabatayan, walang nagawang matino si Arroyo. Makikita ito sa aktuwal na pagsagot ng bersiyong ito sa mga tanong ng orihinal na bersiyon: "nakaligo na sa dagat ng basura" at "nakapagpasko na sa gitna ng kalsada." Ngunit ang kaibahan nito ay hindi na ang kontekstong Villar kundi ang kontekstong Arroyo na ang semyolohiko at esensiyal na mundong ipininta ng nasabing parodiya.

Malinaw rin sa bersiyong ito, na sa semyolohiko at ideolohikong mundo na doon ay kontrabida si Arroyo, hindi siya magbibigay ng tulong para magkatrabaho ang mga mamamayan at ang "kanyang plano kurakutin tayo" ang tanging pilosopiya niya sa

buhay-panunungkulan. Sa huling saknong, ikinakatalogo ng persona ang kabaligtaran ng bisyong utopian na inihayag ni Villar sa orihinal na jingle. At sa halip, ang realidad ng kahirapan at kawalang kaunlaran at kaginhawahang naranasan kay Arroyo ang ipinahahayag nito. At tila ba sikliko rin ang bisyon at babala ng bersiyong ito: na kung muling mauupo si Arroyo bilang punong ministro ng bansa, "Si Gloria Arroyo Ang Magsisimula Ng Ating Kahirapan."

Sa ganitong linya maaaring tuhugin ang buong proyekto ng isang politikal na reimahinasyon: na sa akto ng pagpaparodiya, ang mga mito ng nagbabagong panahon-lalo na ang panahon ng kampanya at eleksiyon-ay nadedekonstrak at narerekonstrak upang magpahulas ng bagong imahinasyong pampolitika. Higit pa rito, muling naihahayag na ang politikal na produksiyon ay hindi lamang hawak ng kakaunti, kundi ito'y isang politiko-kultural na praxis at praksolohiya na nakaugat sa kapangyarihang lumikha mula sa hanay ng mamamayan.

Mga Tala

¹ (<http://telebisyon.net/balita/Mayor-Lim-winalanghiya-ng-aktor/artikulo/78610/>)

² Teves, <http://rp1.abs-cbnnews.com/nation/03/04/10/villars-ads-exceed-combined-airtime-5-rivals?page=5>.

³ Titik mula sa opisyal na website ni Manny Villar: (<http://www.mannyvillar.com.ph/videolink.php?video=48>)

⁴ (<http://2010presidentiabes.wordpress.com/2010/01/05/manny-villars-magtatapos-ng-kahirapan-tv-ad/>)

⁵ (<http://2010presidentiabes.wordpress.com/2010/01/06/the-2010-presidentiabes-blog-post-featured-in-manny-villars-website/>)

Mga Sanggunian

Mga Aklat:

Barthes, Roland. 1991. *Mythologies*. Trans. Annette Lavers. USA: The Noonday Press – New York.

Zizek, Zizek. 2009. *First as Tragedy, Then as Farce*. London & New York: Verso.

Mga Artikulo:

Jameson, Fredric. 1998. "Postmodernism and Consumer Society." *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. London & New York: Verso.

Pilario, Daniel Franklin. 2004. "The Politics of (Political) Representation: Perspectives from Pierre Bourdieu." *Hapag* 1, No. 2.

Online:

<http://2010presidentiabes.wordpress.com/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

<http://2010presidentiablen.wordpress.com/2010/01/05/manny-villars-magtatapos-ng-kahirapan-tv-ad/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

<http://2010presidentiablen.wordpress.com/2010/01/06/the-2010-presidentiablen-blog-post-featured-in-manny-villars-website/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

<http://telebisyon.net/balita/Mayor-Lim-winalanghiya-ng-aktor/artikulo/78610/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

De Ocampo, Ice. "Naging Pahirap." http://www.youtube.com/watch?v=Azv2IY_fWJI&feature=related. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

gloria1234567891. "Gloria Macapagal Arroyo Song." <http://www.youtube.com/watch?v=j9PhcFyDIBA&feature=related>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

Merlee Jayme. "Naging Mahirap." <http://www.mannyvillar.com.ph/videolink.php?video=48>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

Victor "Primo" Morillo. "Nakaligo ka na ba sa dagat ng basura my ass." <http://dleftclick.wordpress.com/2010/01/11/nakaligo-ka-na-ba-sa-dagat-ng-basura-my-ass/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010. saws.

"Villar Pahirap." <http://adayinthelifeofrj.com/2009/12/manny-villars-naging-mahirap-tvc-campaign-lyrics/>. Isinangguni noong Marso 31-Abril 1, 2010.

Maria Althea Teves. "Villar's ads exceed combined airtime of 5 rivals." *Newsbreak*. <http://rp1.abs-cbnnews.com/nation/03/04/10/villars-ads-exceed-combined-airtime-5-rivals?page=5>. Isinangguni noong Pebrero 10-11, 2011.