



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ALAIC

ALAIC 2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA

XIV Congreso de la Asociación
Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación



Comunicación en sociedades diversas:
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

Memorias

GRUPO TEMÁTICO 1

*Comunicación Intercultural y
Folkcomunicación*



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ALAIC

ALAIC2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA

XIV Congreso de la Asociación
Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación

Comunicación en sociedades diversas:
Horizontes de inclusión, equidad y democracia

GRUPO TEMÁTICO 1

*Comunicación Intercultural y
Folkcomunicación*

Universidad de Costa Rica
San Pedro

ISSN 2179-7617

ÍNDICE

Paisajes escolares: Entre lo afrodescendiente, el “enseñante” y sus cauces <i>Jorge Iván Jaramillo Hincapié</i>	6
Cosas de Negro: el carimbó y estrategias de resistência cultural e interacciones contemporáneas con los medios. <i>Barros, Gisele Alexandria & Silva, Joyce Assunção & Negrão, Keyla Gusmão</i>	13
Comunicación social como herramienta de interculturalidad e inclusión. Conflictos de la migración emergente: caso población los nogales, estación central, Chile. <i>Cynthia Carolina Osorio Santibáñez</i>	22
BUMBA-MEU-BOI. Expressive popular manifestation of culture in São Luís do Maranhão <i>Silvio Rogério Rocha de Castro & Esnel José Fagundes & Ana Leila Melonio dos Santos</i>	38
Contribuições da interculturalidade para a construção da noção de sujeito da população negra no Brasil <i>Paola Diniz Prandini</i>	46
Representações da morte nas narrativas midiáticas: a poética da novela Velho Chico <i>Miriam Cristina Carlos Silva & Bruna Emy Camargo</i>	52
Processos Comunicativos Religiosos em Contextos Interculturais: A Devoção Mariana à Aparecida - Sincronia e Diacronia <i>Jorge Miklos & Flavia Gabriela da Costa Rosa</i>	60
Rappers brasileiros: líderes-comunicadores produtores de identidades culturais <i>Thifani Postali</i>	66
Um Estudo De Caso Sobre A Requalificação Do Museu Dos Ex-Votos Do Bomfim: Adaptações E Reorganizações <i>Genivalda Cândido da Silva & José Cláudio Alves de Oliveira</i>	72
Religious Communicative Processes in Intercultural Contexts: The Marian Devotion to Aparecida - Synchrony and Diacrony <i>Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro & Betania Maciel & Irenilda de Souza Lima</i>	83
Culture et communication comme outils pour construire une culture financière dans l'agriculture familiale. <i>Gustavo de Farias Costa & Paulo de Jesus & Taisa Cristina Tenório Salvador da Costa</i>	88

Meios de Comunicação para Migrantes. Brasileiros nos EUA <i>Ernane Corrêa Rabelo & Philip J. Willians</i>	94
Caetano Veloso E A Ocupação Povo Sem Medo - Diálogo Intercultural Interrompido <i>Anne Gabriele Alves Guimarães & Clarissa Marques</i>	100
Chico Bento Moço: a influência da mídia e a história em quadrinhos na formação da identidade campesina e sua relação com o desenvolvimento rural <i>José Henrique Cavalcanti Mota Filho & Betania Maciel & Irenilda de Souza Lima</i>	105
Actitudes hacia el quechua en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP - 2017 <i>Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca & Jorge Yoel Jaime Valdez & José Vilcapoma Chambergo</i>	111
Recuperación de Memoria Histórica E Identidad De Un Pueblo A Partir De LaRepresentación Audiovisual <i>Miguel Ángel Castiblanco & Sebastián Olarte Fonseca</i>	120
Revista TPM e as representações da identidade feminina <i>Samanta Petersen da Rocha Lima & Gustavo Fortes Said</i>	132
#Devolvameusãojoão: a dispusta pelo São Joãa no Brasil <i>Juliana Hermenegildo da Silva & John Willian Lopes & Maria Érica de Oliveira Lima</i>	138
Desde la “Proyección Folklórica” a la Folkcomunicación: el género folklórico como espacio para la comunicación local en el archipiélago de Chiloé, sur de Chile <i>Cristian Andrés Yáñez Aguilar</i>	143
Las Nuevas Medios Y La Ampliación De Las Fronteras De La Comunicación. <i>Tânia Maria de Oliveira Teixeira</i>	149
Medios y difusión de conocimientos: Agricultura Familiar y Agronegocio en Propaganda Y no se que es lo mismo, de la red Globo <i>Daiane Cristina de Siqueira Rocha & Irenilda de Souza Lima & Betânia Maciel</i>	156
Representaciones culturales en el Museo Etnográfico: El caso EL Gran Museo del Mundo Maya de Mérida <i>Francisco Fernández Repetto & Alejandra Ramírez Gallardo</i>	161
A História Oral como metodologia de pesquisa em Folkcomunicação <i>Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues & Gleilson Medins de Menezes & Rafael de Figueiredo Lopes</i>	168

Creación de comunidad a través de la danza de la vida*Andrea Isaza Castro*

173

Folkcomunicação e o Día de los Muertos na Cidade do México*Daira Martins Botelho, Maina Darcie*

179

Manejo de una cultura de paz en el manejo de conflictos*Marta Melean*

187

**A cultura científica e os desafios da comunicação intercultural
na relação cientistas-jornalistas***Marcelo Sabbatini*

192

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Paisajes escolares: Entre lo afrodescendiente, el “enseñante” y sus cauces

School landscapes: Among the Afro-descendant
the "teacher" and its channels

Paisagens escolares: entre os afrodescendentes,
o "professor" e seus canais

Jorge Iván Jaramillo Hincapié ¹

RESUMEN: La presente ponencia, aborda el análisis de textos escolares colombianos (Coquito y Nacho), y algunas experiencias recogidas en diálogos con pescadores en Colombia y México en clave de educación, Comunicación y cuestiones étnicas.

PALABRAS CLAVE: Educación, comunicación, afrodescendiente

La presente ponencia, aborda el análisis de un par textos escolares y algunas experiencias recogidas en diálogos con actores sociales. Donde, desde un inicio nos planteamos el objetivo de analizar los textos escolares y hacer un ejercicio de trabajo de campo retomando algunas experiencias de las lecturas y prácticas escolares a la luz de los textos analizados. Para ello tenemos en cuenta diferentes variables; en primera medida el lenguaje usado por los mismos para referirse a la cuestión afrodescendiente, por otro lado, los estereotipos que son consecuencia en gran medida del racismo, y por último los imaginarios que se han construido alrededor de las comunidades Afrolatinoamericanas.

El fenómeno del racismo da fe de una desestructuración parcial del actor, de un desdoblamiento que permite numerosas oscilaciones coyunturales, del lado del movimiento o del antimovimiento, del lado del conflicto social o del lado del odio y del rechazo social (Wieviorka, 1992). El término “negro” viene determinado por una serie de segregaciones implícitas en el imaginario colectivo social. Y quizá por ello desde la reunión en Durbán en el 2001, se admite el uso de la raíz afro para designar todo el contingente negro del mundo, en una estrategia discursiva de bajar la carga histórica y negativa que tiene el término negro y los usos peyorativos del mismo. Al referirnos a lo afrolatinoamericano, debemos tomarla desde el ámbito intercultural y no en el multicultural; diferenciando el primero como la posibilidad de ver singularidades y particularidades, lo que desde lo múltiple sólo nos deja ver homogeneidades. Lo anterior nos lleva a plantear lo intercultural como la posibilidad de diálogo entre culturas sin pérdida de prácticas, rasgos y elementos de las mismas. Es ante todo (re)conocer, entender y respetar la OTREDAD, pero sin olvidar que se pueden plantear los problemas, la diferencias y a partir de las mismas establecer el diálogo.

Retomando a Zemelman y Quintar (2007), quienes advierten: “puede haber muchos sentidos y funciones que dan cuenta de la interculturalidad”. Y abonan: “La interculturalidad puede ser parte de la descripción de una situación dada que se construye con un propósito de diagnóstico; también puede ser de utilidad para definir políticas de asistencia social con distintos alcances, por ejemplo sobre la salud o la educación. Puede ocurrir que haya organizaciones que estén interesadas en la interculturalidad desde la perspectiva de la construcción de sujetos, a partir de aceptar que es posible asumir distintas acepciones, pues el actor no es único, no es homogéneo” (Pág. 24). Como podemos ver en la apuesta de estos autores nos interesa la *perspectiva de construcción de sujetos* en todo su devenir como sujetos históricos.

¹ Profesor Asociado Universidad Central, Departamento de Comunicación Social y Periodismo. Doctor en Conocimiento y Cultura en América Latina. Colombia, ivanjaramillo458@gmail.com

Y en esa misma vía, desde la externalidad, no sólo analizar en los textos escritos, sino el diálogo directo con los actores sociales en su propio espacio: “la identificación de un espacio cultural no es sólo producto del reconocimiento externo o interno; también depende de sus características y de las interpretaciones que de ellas se han hecho y se hacen. Esto es, para que exista una idea que contenga la noción de un complejo cultural se necesita quienes la generen, quienes la entiendan, quienes la difundan” (Montford, 2007).

Luego de lo anterior, evidenciar los estereotipos y las representaciones, ausencias y presencias de la cuestión afrocolombiana, con un ejercicio de aproximación en la costa de Oaxaca (México), desde encuentros con actores sociales. Esto es tenido en cuenta como mecanismo mediante el cual se empoderan descriptores que evidencian estereotipos afro, tanto desde una visión externa como interna de las mismas comunidades.

Es de interés particular la cuestión del discurso social y en este lugar tener en cuenta las tres dimensiones del discurso: uso del lenguaje, comunicación (cognición) e interacción, centrándonos en nuestro caso (ya sea de manera arbitraria) en las dos últimas. Para el presente estudio es importante conocer los anteriores elementos, ya que permiten un análisis amplio de lo afro desde la colectividad étnica hasta la colectividad nacional. Y desde los ciudadanos de a pie donde se descubren racismos cotidianos o de baja intensidad, lo que se comprende como caer en la cuenta de una cotidianidad que nos arroja y saluda permanentemente, y no hacemos consciente para leerla desde nuestros lugares de enunciación (colocación de sujeto), simplemente hacemos parte del chiste, la chanza, o los permanentes comentarios que no tienen un origen de autoría (producción de la Doxa), que tienen en el fondo subsumido un gran contenido racista, peyorativo y excluyente, todo ello reflejado en las prácticas diarias, el cotidiano con todas esas marcas que no reconocemos o hacemos caso omiso (Jaramillo, 2016).

A partir de la pregunta ¿Cuáles son las (re)presentaciones de lo afrocolombiano en los textos de estudios y en ellos los aprendizajes de la alteridad para los educandos iniciales?, se ubica en cuestión las prácticas pedagógicas y la puesta en marcha de textos que de una u otra manera son el principal insumo de formación y complementación de los discursos sociales que terminan por moldear comportamientos y generan identificaciones de diferentes órdenes. El objetivo planteado desde el análisis de estos textos nos ubica en un lugar y contexto histórico donde logramos indagar directamente en conjunto con los actores sociales, qué de esos contenidos logra una apertura o a su vez un cierre al conocimiento de esos otros que habitan la nación, que habitamos y somos traspasados permanente en nuestras prácticas cotidianas. Es interesante en este lugar la propuesta de la *Pedagogía Bonsai*². La escuela como institución civilizatoria que nos han implantado, una escuela que empodera imaginarios pedagógicos, lo que nos da una indagación profunda en cada uno de nosotros en qué estamos institucionalizados.

Análisis y productos de observación. Por esos cauces de lo latinoamericano

Grupo Palenke

En los acercamientos, presentaciones y charlas sostenidas con el grupo Palenke en la ciudad de Bogotá, sector de Bosa, hemos logrado arribar a cuestiones educativas y sus experiencias, donde se resaltan varios apartes de las diferentes charlas sostenidas y se deja leer todo lo que nos interesa en este escrito: la escuela clásica blanqueadora, la escuela como ese corset que no permite fugas ni distracciones, la escuela clásica producto de los proyectos de Estado-nación blanqueador, negador de toda disidencia o modelo fenotípico que no sea el blanco, y de paso una universidad pública, que aún no se acoge ni a la legislación, ni a la lectura de las subjetividades de los alumnos presentes en sus cursos.

² La pedagogía del bonsái, es el proceso formativo que va mutilando suave, responsable, ordenada y técnicamente la capacidad de pensar creativo, erótico; la pedagogía de la potencia, por el contrario, provoca el deseo de saber, impulsa a la búsqueda a desarrollar la capacidad de pensar desde las funciones superiores del pensamiento articulando, interpretando, aprehendiendo y comprendiendo el mundo de la vida y usando categorialmente los cuerpos teóricos y metodológicos como patrimonios de la humanidad y parte de la cultura que nos constituye y no como dogmas indiscutibles (Quintar, 2012:6).



Grupo Palenke, octubre del 2014, localidad de Bosa (Bogotá)

“Cuando salíamos de la escuela nos íbamos directo al refuerzo escolar de la Asociación”. “En una oportunidad y debido a la impuntualidad de muchos de nosotros nos pusieron a decidir entre el fútbol y la música” “Como pueden ver, y para darle gusto a mi mamá, yo traté de equilibrar las dos cosas hasta que me decidí” (hijo de Nelly Mina, líder afrodescendiente)

“Luego por un convenio en el que nos apoyó la Asociación, ingresé a música a la Pedagógica, desde el comienzo la cosa fue difícil. En una oportunidad solicité una beca para complementar un instrumento y me la negaron, un compañero la solicitó de igual manera y si se la otorgaron. El problema ahí es que a los ocho negros que ingresamos nos exigían igual que a los chicos que venían estudiando música desde los 5 o 6 años y nosotros eso no lo teníamos”. Llegué hasta octavo semestre y me retiré, ya no quiero ir a ese espacio, el mero hecho de pensar ya me indispono, luego buscaré homologar, pues un profesor que estaba allí no la montó a los ocho y así es muy difícil”. “Ese mismo profesor llamó a mi mamá y le dijo que como ella era negra, era amiga de Piedad, y como era amiga de Piedad, era amiga de Chávez, que les consiguiera cuatro pianos”

“Mi mamá creó una guardería donde se trabajaba todo el refuerzo identitario, pues en la escuela tradicional nonos nombra, ni trabaja todo lo de la pertenencia, se nos nombra como esclavos, entonces nosotros en el refuerzo trabajábamos todo lo de la identidad, cultura y nuestras prácticas”. “Es que ni en la escuela enseñan a nombrar al otro. Si en nuestro caso a la palabra negro o negra le ponemos un sujeto queda mejor. Hoy nos llaman oiga negro, oiga negra, oiga prima. Perfectamente nos pueden llamar el señor, la señora, les quedaría mucho mejor”. “El que discrimina es porque no conoce. Antes a nosotros nos veían como un objeto, algo peyorativo. Es muy importante la educación, porque de esa manera el otro conoce y ya discrimina menos”. Tal como podemos leer en los anteriores apartados, Nelly Mina, como lideresa afrocolombiana, ha dedicado su vida al rescate de sus prácticas culturales, ejercicios políticos y refuerzo de pertenencia identitaria.

Pescadores Bahía de Santa Marta (Colombia). Puerto Escondido y Pinotepa (México)

Como se viene exponiendo en todo el recorrido del escrito, al dialogar con los pescadores en diferentes momentos y en diferentes sitios, por unanimidad comentan como en la escuela vieron ese espacio negador, ese espacio obligatorio donde no se veían representados, y donde sentían perdían su tiempo y no les dejaba mucho espacio a las labores diarios y a colaborar con la familia para su propia supervivencia y manutención. Todas y todos optan por dedicarse a prácticas comerciales en almacenes (para el caso de Olga en Pinotepa), y de prácticas pesqueras de Carlos y Rogelio (en la Bahía de Santa Marta), se deciden por abandonar la escuela por cuestiones que hoy vemos de origen estructural, economías familiares donde los hijos tienen que trabajar desde chicos para sostener sus hogares. De igual manera, se encuentra que en ninguno de estos hogares crecieron al amparo de un padre proveedor, todo lo contrario, son matriarcados, donde las mujeres se encargaron de sacar adelante sus familias, ya que las uniones por las que ellas y ellos nacieron fueron de origen de padres golondrina³.

³La primera vez que escuché este término, fue de María Magdalena Lamadrid, lideresa afroargentina presidenta y fundadora de África Vive, que al igual que Nelly Mina, se dedican a trabajar por el reconocimiento, visibilización y afianzamiento de las prácticas afro de sus respectivos países. Los padres golondrina, tal como lo logré evidenciar en México y Colombia, lo podemos interpretar desde épocas coloniales y de independencia latinoamericana, donde las mujeres quedaban a cargo de sus familias y los hombres marchaban al frente (en el caso afrolatinoamericano como “carne de cañón”, pues en la mayoría de guerras independentistas, siempre mandaban adelante a los negros, y eran los primeros en caer en el combate). Estas mujeres en su mayoría (algunas si fueron al frente para preparar alimentos



Pescadores en la Bahía de Santa Marta, Julio del

Pescadores en Pinotepa, México.
Octubre del 2014Dependiente de almacén
Pinotepa, México. Octubre del 2014Vendedoras de viandas y agua de Jamaica
Puerto Escondido, México. Octubre 2014

Saberes propios

Un grupo de niños y niñas, se apropiaron de lo que les ofrece el medio ambiente, a partir de lo que les rodea, la herencia de sus padres, inician la talla de madera con lo que en adelante serán sus instrumentos de enseñanza. No acuden a la escuela por diferentes factores: económicos, sociales, ambientales. La decisión de los padres es que se eduquen de acuerdo a los saberes propios, a partir de las historias de los abuelos, de la oralidad como primer mecanismo de enseñanza, de la práctica de los primeros años de vida. Las primeras enseñanzas son de mera y práctica supervivencia, aprender a nadar, a buscar recursos hídricos, mecanismos de aprendizaje propios de su contexto. Y la lectura de la escuela está muy lejana de sus expectativas. ¿Aquí también nos surge el interrogante de la necesidad permanente de América Latina de la escolaridad?

y curar los heridos), fueron las encargadas de educar, sostener y responder por generaciones enteras. Ahora, esos padres que emigran o por conflictos internos, o por una necesidad de buscar nuevos frentes de trabajo, o simplemente huir de la responsabilidad familiar, son los que denominamos Padres Golondrina.



Imágenes tomadas en el Parque Nacional Tayrona (Santa Marta-Colombia)

Aprendizajes Misak (Guambianos)

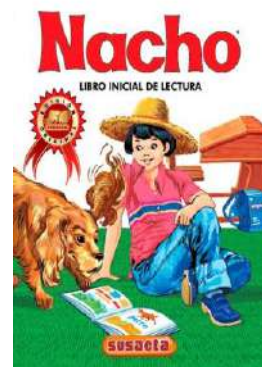
Al tener en cuenta que muchas de las leyes y compromisos en lo que a lo étnico se refiere en Colombia, tomo como ejemplo uno de los proyectos educativos al visitar en pueblo indígena, y que habla de la necesidad en las comunidades afro de acudir a sus propios espacios de formación, tal cual lo han implementado los indígenas.

Desde la escuela el pueblo indígena Misak, tiene su propio proyecto educativo (PEM), que tiene como objetivo: lograr un desarrollo armonioso y sano en niños y niñas, en las comunidades naturales Wampias (comunidades indígenas guambianas), mediante procesos de socialización y/o formación que recuperen, valoren-actualicen, generen y apropien prácticas ancestrales e interculturales hacia el manejo elemental del mundo de los objetos y el lenguaje, la familiarización con la naturaleza y el medio familiar y social; que contribuya a la generación de su pensamiento emocional, a la óptima manipulación del espacio y las cosas, procesos de interiorización y simbolización, así como para la preparación hacia la competencia moral, valorativa y social; aportando a su desarrollo corpóreo en integración de la condición física-biológica y espiritual en el marco del Plan de Permanencia Misak. Esto en lo que respecta a lo escolar en los primeros años, que por Constitución de 1991 en Colombia, y al quedar consignado en la Carta Magna, se da cumplimiento. Ya otra historia es la propuesta de la Universidad Misak, ubicada en Silvia (Cuaca) en el Resguardo de Guambia, al visitar las instalaciones y ver el modelo curricular que tiene en sentido espiral (lo que recuerda las maneras y formas de los pueblos indígenas latinoamericanos, los caracoles zapatistas, los Carales en Perú), logramos apreciar el alejamiento de la educación tradicional, de las formaciones por competencias, de las lecturas de memoria. La orientación en esta propuesta curricular se apuntala en el conocimiento y saber propio de los pueblos indígenas, dirigidos por los hermanos mayores, abuelos y maestros propios. Al consultar cuál era la mirada que tenía el Ministerio de Educación en Colombia, la respuesta ante la consulta de licencia para funcionar como centro de formación universitaria, la repuesta del MEN, fue negativa. Las directivas nos argumentan que “las comunidades indígenas no requieren de licencia para funcionar, el aprender no requiere de tanto trámite y papeleo”.

*Universidad Misak, Departamento del Cauca.
Colombia*

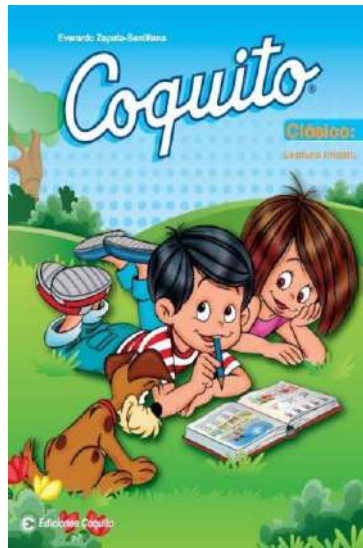


Tomado de: Susaeta.com.co



Cartillas escolares

Nacho. Libro inicial de lectura. Esta cartilla, marcó generaciones de los 70s, 80s y 90s en Colombia. Con ella se iniciaba todo el proceso de lectura, la misma está plagada de imágenes, donde logramos encontrar una permanente (re)presentación de las familias felices, hasta los animales sonríen. La imagen de la familia es a la manera estadounidense, todos blancos, el campesino es a la manera de la granja de las series norteamericanas, blancos, y felices. Se hacen alusiones permanentes al Estado-nación, lo que hoy día denominamos como los símbolos vacuos⁴: banderas, himnos y escudos. Las festividades nacionales, como el espacio de encuentro, recreación y todos felices. Una permanente mención a la iglesia católica, apostólica y romana, menciones a los símbolos de esta iglesia: María, José, el niño Jesús, el pesebre y hasta los bueyes. El lexema patria, está permanentemente en mención con el posesivo mí. Acá, podemos colegir en la cartilla Nacho, como esa Nación que se imaginaron los fundadores de la misma, todo con una matriz europea y colonial, la cartilla misma refuerza el mito de la comunidad imaginada, blanca, feliz y patrioterista indicialista. Lo afrocolombiano, palenquero⁵ o raizal, brilla por su ausencia en esta cartilla.



Tomado de: Amazon.com

Coquito. Cartilla de lectura inicial. Circula en Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Centroamérica, Chile, Ecuador, EEUU, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela. Es una publicación que circula desde la década del 70, llegando a más de 36 millones de niños, como ellos lo definen “hispano-hablantes”, raíz que rememora la misma matriz colonial, la escuela como espacio primigenio de formación, pero de acuerdo a las directrices de un proyecto latinoamericano para todos los países, donde la diversidad está ausente, y la poca (re)presentación que se hace por ejemplo de los pueblos indígenas de Perú y Bolivia, se les (re)presenta con el traje típico (for export) y la llama a un lado, además de contar con una gran sonrisa, en esta cartilla absolutamente nadie está triste, ondean las banderas de todos los países donde circula, y una marcada matriz católica para toda la región. Se tiene en cuenta la comunidad gitana (ROM), en una imagen fiestera, alegre y en un ellos que están ahí, se reconocen pero no se aceptan, más o menos como un espacio (*intersticio*) en que se tolera, y no va más allá de esa aceptación epidérmica. En esta cartilla, en lo que compete a nuestro análisis y búsqueda, se encuentra una alusión a lo que podríamos denominar de origen

⁴ Me interesa el término símbolos vacuos, en cuanto para mí representa lo que ha quedado de esas campañas nacionalistas representadas en símbolos que significan sólo los intereses de unos pocos, discursos anquilosados que referencian todo el tiempo la guerra, la muerte, la violencia. Escudos cuyas imágenes centrales son cóndores extintos, aves carroñeras, imágenes de riquezas que fueron saqueadas, himnos nacionales con letras que hace alusión a la patria territorialista, con fronteras cerradas, con una cultura única, petrificada, eificada. Y banderas que terminan siendo de uso corriente en espectáculos públicos donde se ondea al son que se les pida, sirve para sentarse sobre ella en las veredas y los estadios, quemarse en nombre de religiones extremas, de cortinas y paredes húmedas.

⁵Lo palenquero, son un grupo de personas y familias negras (cimarrones, se denomina así a los negros que estaban en calidad de esclavos” y huían en busca de su libertad) que huyeron de lo que se denominó “esclavización”. En Colombia el más representativo es el Palenque de San Basilio. Lo *Raizal*, es la denominación de los habitantes del Archipiélago de San Andrés (Colombia), y se autodefinen así los habitantes descendientes de los primeros habitantes en la isla, que crecieron, desarrollaron prácticas propias de origen africano, que fundaron sus primeros asentamientos y ratifican permanentemente su pertenencia étnica. Lo afrocolombiano, lo denominamos en este escrito, como el resto del contingente negro en Colombia que no se enuncia ni como *palenquero*, ni como *raizal*. Estamos hablando del orden de un 15 por ciento de la población colombiana, de un censo de casi 50 millones de habitantes.

afrodescendiente, un nene tiene rulos y pelo ensortijado, pero su cuerpo y rostro es absolutamente blanco, lo que denominamos como la *Esencialización Fenotípica*. Para este caso, las cartillas (re)presentan lo negro con cuestiones como el pelo ensortijado, la piel negra, las prácticas dancísticas y no van más allá, cuando hoy podemos ver que la adscripción étnica ya no pasa por ser campesino porque se vive en el campo, ser indígena porque se vive en un resguardo indígena, ser palenquero porque se vive en un palenque, ser raizal porque se es de San Andrés, o ser afrocolombiano porque se es negro (en términos fenotípicos) y nacer en Colombia. No, ahora lo étnico pasa por sentidos de adscripción, pasa por sentidos de pertenencia, por autodeterminación de las y los actores sociales, perfectamente siendo blanco, de ojos claros, puedo perfectamente recorrer todo un proceso de autoafirmación y llegar a una enunciación de pertenencia a un grupo, pueblo o comunidad étnica, la nación y todas sus alteridades.

BIBLIOGRAFÍA

Barth, Fredric. (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica.

Jaramillo Hincapié, Jorge Iván. (2018). *El discurso afrocolombiano en medios de comunicación. La estereotipia como marca registrada*. Universidad Santo Tomás. Capítulo de libro. En proceso

Jaramillo Hincapié, Jorge Iván. (2016). *Las voces en los bordes de la historia. Presencias y ausencias de los afroargentinos en el Gran Buenos Aires*. España: Editorial Académica.

Pérez Montfort, Ricardo. (2007). *El "negro" y la negritud en la formación del estereotipo del jarocho durante los siglos XIX y XX*. En *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX*. Diez ensayos, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología

Quintar, Estela. (2012). Entrevista. Revista Pedagógica de la Universidad de la Salle. Recuperado en abril del 2015. <http://www.ipecal.edu.mx/Biblioteca/Documentos/Documento2.pdf>

Quintar, Estela. (2005). *En diálogo epistémico – didáctico*. Consultado: Febrero y Marzo del 2015. En línea

Wade, Peter. (1997). *Gente negra, nación mestiza. Dinámicas de las identidades raciales en Colombia*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

Wieviorka, Michel. (1992). *El espacio del racismo*. Barcelona: Editorial Paidós.

Zemelman, H y Quintar, E. (2007). *Conversaciones acerca de interculturalidad y conocimiento*. Mexico: Instituto IPECAL, Intituto Politécnico Nacional.

Otras fuentes

Semillero de Investigación sobre Cuestiones Afrocolombianas, Facultad de Comunicación y Periodismo, Universidad Externado de Colombia. Director Jorge Iván Jaramillo (2011-2014).

Cátedra Estudios Afrocolombianos, Afrolatinoamericanos y Afrocaribeños, Facultad de Comunicación Social, Universidad Santo Tomás (Bogotá). Docente Jorge Iván Jaramillo. Activa

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Cosas de Negro: el carimbó y estrategias de resistencia cultural e interacciones contemporáneas con los medios.

Coisas de Negro: o carimbó⁶ e estratégias de resistência cultural e interações contemporâneas com as mídias.

The Carimbó: strategies of cultural resistance and contemporary interactions with the media.

Barros, Gisele Alexandria⁷

Silva, Joyce Assunção⁸

Negrão, Keyla Gusmão⁹

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo abordar a temática do ritmo paraense, o Carimbó, a partir de um contexto de uma Lei Municipal de Belém, a Lei Pinduca¹⁰, que obriga as rádios da cidade divulgarem o ritmo popular. O objetivo desse trabalho é entender como essa lei atinge as práticas dos carimbozeiros da cidade, especificamente, dos participantes do espaço Cultural Coisas de Negro, um coletivo de cultura e do Carimbó do Distrito de Icoaraci, na Grande Belém. Esse artigo visa construir uma metodologia qualitativa de investigação das relações estratégicas que se estabelecem entre a ação política/Lei Municipal, a cultura popular/resistência cultural e as mídias, em especial o rádio.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias. Carimbó. Folkcomunicação

RESUMEN: Este trabajo tiene como objetivo abordar la temática del ritmo paraense, el Carimbó, a partir de un contexto de una Ley Municipal de Belém, la Ley Pinduca, que obliga a las radios de la ciudad a tocar, divulgar el ritmo popular. El objetivo de este trabajo es entender cómo esta ley alcanza las prácticas de los sellos de la ciudad, específicamente, de los participantes del espacio Cultural Coisas de Negro, un colectivo de cultura y del Carimbó del Distrito de Icoaraci, en la Grande Belém. Este artículo busca construir una metodología cualitativa de investigación de las relaciones estratégicas que se establecen entre la acción política / Ley Municipal, la cultura popular y los medios, en especial la radio.

PALABRAS CLAVE: Medios. Carimbó. Folkcomunicación

ABSTRACT: This work aims to address the theme of the Paraense rhythm, the Carimbó, from a context of a Municipal Law of Belém, the Law Pinduca, which obliges the city's radios to play, to spread the popular rhythm. The objective of this work is to understand how this law affects the practices of city stampers, specifically, the participants of the Coisas de Negro Cultural Space, a culture collective and the stamp of the Icoaraci District, in Greater Belém. qualitative investigation of the strategic relations that are established between the political action / Municipal Law, popular culture and the media, especially the radio.

KEYWORDS: Media. Carimbó. Folkcommunication

⁶ O Carimbó é um ritmo musical amazônico e também uma dança de roda de origem indígena típica da região.

⁷ Gisele de Alexandria Barros. Estácio-FAP, iniciação científica da Graduação do Curso de Comunicação-Jornalismo. Brasil, email:gisa.a.b@hotmail.com

⁸ Joyce Assunção da Silva. Estácio-FAP, iniciação científica da Graduação do Curso de Comunicação-Jornalismo, Brasil, email:joyce.assuncao7@gmail.com

⁹ Professora Dra. Keyla de Nazaré Gusmão Negrão, Estácio-FAP-Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Brasil, email:negraokeyla@gmail.com;k.negrao@uol.com.br

¹⁰ Lei nº 9.276, denominada Lei Pinduca, de autoria do vereador Mauro Freitas (PSDC).

1-INTRODUÇÃO:

O propósito deste artigo é compreender a dinâmica do ritmo cultural paraense da região Norte do Brasil, o Carimbó, com as mídias tradicionais, especificamente o rádio. O Carimbó é caracterizado por ser uma cultura popular, com um ritmo dançante e cantos que relatam o cotidiano dos ribeirinhos, no caso, os rios, a pesca, o trabalho na roça e as lendas amazônicas. O ritmo tem aspectos da miscigenação das culturas indígenas, negra e ibérica, que por dois séculos vem resistindo a processos de imposição das formas de economia do capital do mundo moderno. É uma expressão de comunidades tradicionais, prioritariamente orais. Como ponto de partida para esse artigo, observamos a Lei Pinduca. A lei 9.276 visa obrigar as rádios a tocarem ao menos uma canção por turno, diariamente, retirando-se exclusivamente da obrigação, as rádios com programação religiosa.

O artigo tem como objeto de estudo o grupo “Carimbó de Icoaraci”, fruto de um movimento de resistência do Espaço Cultural Coisas de Negro, localizado no Distrito de Icoaraci, que fica 20 km de Belém, capital paraense¹¹. Temos como construção metodológica, para investigar as interações entre cultura popular e comunicação midiática no processo de resistência cultural do Carimbó, um instrumental qualitativo, com procedimentos que valorizem a própria natureza oral do Carimbó, seus sujeitos e práticas, no marco dos estudos da Folkcomunicação e Teorias de interface entre a Comunicação e a Cultura.

1.2 Vila Sorriso: Histórias da Cultura

Derivado da língua indígena Tupi Guarani, o nome Icoaraci tem vários significados “Mãe de todas as águas” e “De frente para o sol”, por ser banhada pelos rios Guajará e Maguari e por causa do pôr do sol, no distrito.

Icoaraci também vivenciou o período da Borracha na Amazônia, conhecido por Belle Époque¹² no qual, trouxe influências arquitetônicas no processo de construção do distrito. As famílias tradicionais com alto poder aquisitivo que moravam em Belém tinham Icoaraci como um lugar para passar férias e momentos de lazer, por este motivo construíram casarões em estilo europeu, bem como, ordens religiosas contribuíram nas edificações.

O Distrito de Icoaraci desenvolveu-se, em termos populacionais e economicamente ao longo dos anos, nesse processo deu origem aos costumes peculiares icoaracienses, dentre eles a cultura de elaboração da cerâmica, que é um objeto de identificação cultural do local e fonte de renda para as famílias que ali residem. Esta arte carrega em si a representação dos povos indígenas Maracá, Tapajós e Marajoara. Icoaraci começa a demonstrar a sua singularidade cultural com a produção da cerâmica e conseqüentemente proporcionando novas manifestações culturais dentro do distrito, tornando-o, um dos mais importantes centros folclóricos de Belém. A confirmação deste desenvolvimento cultural de Icoaraci se dá com o surgimento de grupos de Carimbó provenientes do interior do Estado, que foram sendo introduzidos na cultura icoaraciense.

1.3 Caminhos do Carimbó: do interior à cidade

Pesquisas realizadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) auxiliaram na produção do Dossiê do Carimbó (2013), destacando a origem do nome do ritmo, que da língua Tupi a palavra Korimbó vem da junção Curi (pau oco) e m’bo (furado, escavado) traduzindo-se “pau que produz som”. No decorrer do tempo à palavra modificou-se passando por: Curimbó, Corimbó e, por fim, Carimbó. Antigamente o Corimbó fazia referência ao instrumento usado pelo tocador para reproduzir o batuque. Porém, agora se utiliza em alusão a expressão rítmica: festa, música e dança. Em relação ao surgimento da expressão cultural, Bogéa apud Gabbay (2015) afirma que é provável que o Carimbó tenha surgido simultaneamente em diferentes territórios paraenses, então isolados entre si, nas regiões do Salgado, do Tapajós e do Marajó. Durante o processo de construção cultural do Carimbó, o Dossiê do Iphan (2013), apresenta informações acerca das influências culturais de índios, negros e europeus:

¹¹ A primeira capital da região norte do Brasil, Santa Maria de Belém do Grão Pará¹¹, conhecida como Belém do Pará, foi fundada 12 de janeiro de 1616. A cidade é localizada a beira do rio Guamá e Guajará e que iniciou a sua urbanização pelo bairro, que hoje conhecemos, por Cidade Velha. Este guarda todo o processo histórico de Belém.

¹²A Belle Époque (Bela Época) iniciou no período de 1870 a 1914 e constituiu-se no crescente desenvolvimento na Europa, bem como, no Brasil, região Amazônica, mais precisamente em Belém e Manaus trazendo a estas cidades influências arquitetônica, de vestuários e costumes europeus.

(...) *Influência indígena observada na dança em formato de roda e em alguns instrumentos de percussão como as maracas. No batuque, na aceleração do ritmo e no 'molejo' da dança estaria a contribuição do negro. E, por fim, na dança em pares ou mesmo individualmente com gestos, palmas e estalar dos dedos, além dos padrões melódicos, estaria a influência ibérica.* (DOSSIÊ IPHAN. Belém, 2013)

O Carimbó chegou à Belém pelas águas da Baía de Guajará trazida pelos pescadores. Era muito difícil ver na cidade apresentações de grupos de Carimbó, só em situações especiais. Foi o caso de 1958, quando Comissão Regional de Folclore do estado fez uma programação de despedida do ex-cônsul dos EUA no Pará, Mr. George Colman, e dentro da programação estava o grupo "Flor da Cidade" advindo da cidade de Marapanim. Uma das primeiras apresentações realizadas na capital¹³.

Percebe-se, através das pesquisas de Leão, que o Carimbó começa a ser introduzido em passos curtos para a população da capital paraense, em ocasiões especiais, como citado anteriormente, a despedida de autoridade estrangeira. No início da década de 70, na cidade de Belém o cantor e compositor Pinduca que tocava nos bailes de elite e periferia da época, tentou mostrar o ritmo em umas das festas, e ao tocar foi vaiado. Mas ele insistiu em outros bailes e aos poucos os jovens da cidade começaram a aceitar, porém, foram feitas algumas modificações acerca dos instrumentos. E a partir de 1971, o carimbó começou a se tornar sucesso nas festas da cidade.

1.4 A cena contemporânea do Carimbó: encontros entre cultura popular e mídias de massa

Em Belém, o rádio passou por diversos percursos nas décadas de 40, 50 e 60 com gêneros de radionovelas e programas de auditórios, objetivando manter o seu público que era disputado, na época, da era da televisão e que levou um número significativo de anunciantes, estes a base de permanência como veículo de comunicação radiofônico.¹⁴

O Carimbó foi inserido no cenário da Indústria Cultural a partir de 1971, através, de gravações em *long play*¹⁵ e apresentações televisivas e radiofônicas. O ritmo musical transformou-se em parte obrigatória na agenda musical dos artistas da região, ou seja, da agenda da MPB regional.¹⁶ A divulgação do Carimbó por meio da veiculação em massa, fez com que o ritmo ganhasse maior destaque, e procura. No que diz respeito a esse crescente interesse Leão afirma:

Observa-se que, no caso do Carimbó, só após a sua veiculação massiva nos modernos meios de comunicação de massa é que o interesse por ele se redobrou. Naquele momento, ele deixou de ser visto apenas como manifestação do folclore regional, de interesse de folcloristas e intelectuais e passou a ser discutido pela sociedade como um todo, tanto por aqueles que queriam a sua "modernização", como por aqueles que passavam a defendê-lo de uma suposta "deturpação". Daí surge tanto um Carimbó "folclórico" ou "folclorizado", como um Carimbó "moderno" que usa guitarras, baixos elétricos e baterias modernas e pode ser ouvido em várias partes do Brasil ainda hoje. (LEÃO, 2011: 169)

Apesar da ínfima relação entre Carimbó e mídia, o ritmo ganhou mais popularidade com sua inserção nas rádios nos anos 70, e a partir desse momento, surgem dois grupos com perspectivas diferentes acerca do ritmo. De um lado, estão aqueles que defendem o Carimbó "pau e corda" ou "carimbo de raiz", versão tradicional do ritmo, no qual há exclusão de elementos elétricos, como uso de guitarras, baterias e instrumentos elétricos. Este grupo era formado por folcloristas, intelectuais e por artistas suburbanos mestres de Carimbó, representados pelo Mestre Verequete.

E os que defendem a modernização, o contínuo processo de renovação de identidade, agregam ao ritmo as guitarras, baterias, instrumentos elétricos e elementos caribenhos na estrutura musical, conferindo-lhe a forma de um produto comercial. A personificação dessa inovação está no Pinduca¹⁷, o artista local que mais trabalhou na transformação do ritmo.

¹³Ver dissertação de mestrado "Música do Norte: Intelectuais, artistas populares, tradição e modernidade na informação da "MPB" no Pará (Anos 1960 e 1970), Tony Leão.

¹⁴Artigo apresentado no PORTCOM: O rádio em Belém a caminho do novo século de Luciana Miranda Costa.

¹⁵A expressão resumida de *longplayingrecord* (LP), o disco fonográfico de 33 1/3 rotações por minuto, lançado pela Columbia Records em 1948.

¹⁶Carimbó e Brega: Indústria cultural e tradição na música popular do norte do Brasil, Tony Leão da Costa

¹⁷Músico, intérprete, compositor do Carimbó.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

2.1 Espaço Cultural Coisas de Negro: Resistência, luta e identidade

*“As classes populares têm, assim, meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender”*¹⁸ - Luiz Beltrão

O Espaço Cultural Coisas de Negro foi criado há 17 anos, com o objetivo de ser um lugar onde “as camadas populares organizam uma consciência comum, preservam experiências, encontram educação, recreio e estímulo, dão expansão aos seus pendores artísticos e, afinal, fazem presentes à sociedade oficial as aspirações e suas expectativas” (BELTRÃO, 2014), localizado no Distrito de Icoaraci, em Belém.

O Espaço Cultural nasceu da necessidade de se promover e preservar a cultura paraense, mais precisamente, o Carimbó, seu idealizador Raimundo Piedade da Silva – cujo nome artístico é Nego Ray- convidou vários grupos folclóricos para tocar no lugar, aos domingos, e aos poucos desenvolveu-se o grupo do próprio espaço: o “Carimbó de Icoaraci”.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

A Lei nº 9.276/2017¹⁹, denominada Lei Pinduca, propõe-se garantir espaço para o carimbó num meio de comunicação massivo, o rádio. Aqui iniciamos a problematização sobre a promulgação da Lei Pinduca e a interação da proposta com comunidade de carimbozeiros do Estado do Pará, especialmente, a partir do espaço Coisas de Negro. Nesse sentido, como projeto de Lei cria canais de comunicação com o movimento de Carimbó?

3.1 Referenciais Teóricos metodológicos

3.1.1 Carimbó, comunicação e espaços de resistência

Em “Comunicação, poder e democracia” Castro (2015) discute o conceito proposto de espaço público, que se refere às “condições equilibradas e democráticas de diálogo acerca das questões que dizem respeito ao interesse coletivo, sejam elas questões econômicas, políticas, jurídicas, ou de qualquer outra natureza”. Com efeito, o espaço público, como bem destacou o autor, é um espaço de diálogo, ou seja, uma esfera para a realização de discussões de uma temática coletiva social de interesse público.

No que toca nosso objeto, a Lei Municipal n 9.276, no qual, esta obriga a veiculação musical do Carimbó nos rádios de Belém, provocando um debate público comunicacional, movimentando novamente o espaço público. Sobre o tema, mestre Lucas do grupo de carimbó Sancari²⁰, Carimbó de raiz, fala:

(...) é uma lei que não nos representa, (...) que as rádios têm obrigatoriamente tocar Carimbó, ela não está nos representando por que nós não queremos nada obrigado, nós queremos incentivo, agora uma lei que vai obrigar a tocar música de quem? Mestre Guinhão, Mestre Meleco Melentino que está lá no fim de Marapanim, eles tem uma mídia apropriada para tocarem na rádio? Não tem... Então essa lei vai nos representar? Não vai (...). (MESTRE LUCAS. Entrevista, setembro, 2017)

A partir dessa observação, enfatizamos a investigação desse debate, a partir da vivência do Espaço Cultural Coisas de Negro. Como este espaço/sujeitos se relacionam com a lei que obriga a tocar o ritmo regional nos rádios?

¹⁸Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Luiz Beltrão. Versão Eletrônica da 1ª Reimpressão 2014.

¹⁹ Lei nº 9.276, denominada Lei Pinduca, de autoria do vereador Mauro Freitas (PSDC).

²⁰Grupo de Carimbó do bairro Pedreira, em Belém, PA.

4. COISAS DE NEGRO: CARIMBÓ, A HORA E A VEZ DAS HISTÓRIAS DE VIDA

Para uma melhor compreensão do debate (mídias/carimbó/Lei municipal), nosso trabalho utiliza o instrumental da (etno) metodologia, que consiste em pesquisa qualitativa, exploratória etnobiográfica do grupo o Carimbó de Icoaraci, do Espaço Cultural Coisas de Negro.

Esta pesquisa qualitativa está entrelaçada à proposta do método biográfico proposto por Jacques Léon Marre, que o conceitua, “método biográfico em via de elaboração permite reconstruir, em cada história de vida, a presença de relações básicas e complexas, que dizem respeito às categorias sociedade, grupo e indivíduo, expressas no relato oral” (MARRE, 1991). Assim, através do método de histórias de vida, buscamos apontar um espaço de debate, para entender a relação do grupo Carimbó de Icoaraci, a partir do marco regulatório da Lei Pinduca, que obriga a veiculação do ritmo carimbó nas rádios do município de Belém.

4.1. Lei Pinduca: quem fala do campo político

É necessário que apresentemos em que bases se pautam a Lei Pinduca, que obriga as rádios do município de Belém a tocarem/veicularem a música do ritmo carimbó, para contextualizarmos a ação do campo político, como uma iniciativa frente a demandas da cultura. Seguem um trecho da Lei (que pode ser consultada na íntegra nos anexos):

Art. 1º Fica instituída, no âmbito do Município de Belém, a “Lei Pinduca – Momento do Carimbó” que será realizada com a inserção nos programas das rádios, diariamente, pelo menos uma vez em cada um dos turnos da manhã e da tarde, no horário comercial, de canções e/ou ritmos do “Carimbó”, patrimônio imaterial de Belém, ressaltando-se dessa obrigação as rádios de programação exclusivamente religiosas, com o objetivo de promover nossa cultura e estimular a criação de novas músicas, a partir do espaço aberto nas rádios. (Câmara Municipal de Belém, Lei nº 9.276/17).

4.1.1. Quem fala do Espaço Coisas de Negro

Após, apresentarmos a Lei como motivação de nossa imersão e conversas com membros ativistas dos movimentos populares do carimbó e algumas lideranças comunitárias do cenário de Icoaraci, apresentamos efetivamente uma seleção de pessoas diretamente do grupo Coisas de Negro, e através dos relatos de cada integrante, por meio das histórias de vida, construímos narrativas sobre suas trajetórias e vivências como militantes do carimbó, como um movimento da cultura popular, no Distrito de Icoaraci.

Nós situamos o percurso histórico desse grupo de cultura, que se mantém com sua marca que é a tradição oral/musical. E por meio da Lei municipal, a Lei Pinduca, passa a discutir interações mais precisas, orgânicas com as mídias, especificamente com o rádio. Ou seja, a Lei passa ser um tema comum aos participantes do grupo e da comunidade de carimbozeiros. Esse é um desafio (etno) metodológico, na medida em que buscamos na oralidade uma dimensão subjetiva da história do grupo, como ressalta Jacques Marre (1991) é uma característica do método:

A subjetividade não é um entrave quando suficientemente desvendada, isto é, quando os hieróglifos do seu conteúdo são decifrados. Ela pode conduzir-nos a temas que são comuns a vários indivíduos, as experiências vividas de um modo semelhante. (...) As histórias de vida, mesmo que fossem relatos subjetivos, revelam valores comuns. (MARRE, 1991: 99 p.).

Para tentar obter essa resposta a ideia é articular uma discussão, seguindo as estratégias da metodologia etnobiográfica. Esse caminho consiste em reunir pessoas e coletar “testemunhas, aprofundando a verdade das histórias através de uma avaliação feita pelos membros ali reunidos. São os próprios indivíduos que comentam, negam, reforçam ou tornam mais exatos os detalhes ou os fatos”. (MARRE, 1991)

4.1.2.1 Resultados de nossa pesquisa de campo

Realizamos uma pesquisa qualitativa, exploratória, estabelecendo uma conversa com membros do coletivo de cultura Coisas de Negro e lideranças comunitárias que frequentam a roda de carimbó do grupo. Estivemos no Espaço Cultural em Icoaraci, para alguns encontros para conversa e participação da atividade de roda de carimbó. A partir dessa

interação, chegamos ao ponto de explorar, especificamente, nosso tema, que discute o debate entre as formas de resistência do coletivo de carimbozeiros e as relações com as mídias locais, com ênfase no rádio como meio de massa.

A partir dessa perspectiva, apresentamos fragmentos de histórias narradas pelas personagens, que criam uma crítica cultural com foco nas relações de resistência cultural popular e interações com as mídias. Em sendo esse nosso cenário de análise, apresentamos alguns eixos temáticos de condução dessa conversa:

a) Redes Sociais e Resistência Cultural: o poder simbólico da cultura popular

Os seguintes trechos nos levaram a compreender a relevância de um Espaço Cultural para uma comunidade e para os carimbozeiros, suas redes com a comunidade iocaraciense, visitantes turistas de Belém. Podemos compreender que, a partir do espaço cultural Coisas de Negro são construídas uma rede de comunicação, mas, com suas próprias especificidades, estas, por sua vez se mobilizam em prol dos seus interesses comuns, com descreve Beltrão (2014):

Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum: adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só se conseguem mediante a comunicação, o processo mínimo, verbal e gráfico pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informações e ideias. (BELTRÃO, 2014: 48 p.)

Dessa perspectiva, os relatos construídos em nossas conversas com carimbozeiros e lideranças comunitárias de Icoaraci nos permitiram reforçar essa perspectiva de redes como uma condição da cultura popular se manter vibrante, resistente enquanto há um espaço que fortalece essa história oralizada do carimbó. Vejamos alguns fragmentos narrados:

a.a) Vozes de dentro do Espaço Cultural

O Coisas de Negro existe há 25 anos, no dia 19 de janeiro de 2000, a gente começou um movimento aqui denominado Roda de carimbó, isso há 17 anos atrás, até então essas rodas de carimbó elas aconteciam assim no período da quadra junina, coisa para turista ver. Com essa ideia de fazer roda de carimbó aqui no Distrito, aqui no Coisas de Negro, aí acabou que as pessoas começaram a frequentar também, e a gente percebeu que existia uma carência assim dos grupos de estarem no mesmo local, existia principalmente nos grupos parafolclóricos eles tinham certa rivalidade entre eles, coisa que não se via está no mesmo local vários grupos, então o Coisas de Negro serviu para **aglutinar esses grupos**, hoje em dia a gente vê várias pessoas de vários grupos aqui no Coisas de Negro, não só aqui, mas também em outros locais que começaram a surgir, a partir da nossa ideia o Coisas de Negro tem esse referencial de juntar grupos, pessoas que tenham o propósito de manifestar a cultura popular. (Entrevista Nego Ray, Raimundo Piedade da Silva. Percussionista do carimbó de Icoaraci, membro do espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, outubro de 2017.)

a.b) Vozes da comunidade

A melhor definição que eu tenho pro **Coisas de Negro, é um espaço de resistência**. Que ao longo de sua história ele oportuniza a apresentação, a circulação, a formação, debates e difusão da nossa cultura regional. **Principalmente as questões ligadas ao nosso carimbó.**

O Coisas de Negro ele dá oportunidade pra esses grupos de carimbó, tanto do interior quanto da capital se apresentarem, de manterem essa nossa tradição essa parte tão importante da nossa cultura. Porque são pouquíssimos espaços que dão oportunidade pra esses grupos se apresentarem, que são voltados, especificamente, pro carimbo. (Entrevista Tayanne Cid. Professora de Artes Visuais na Escola Liceu de Artes e Ofícios Mestre Raimundo Cardoso, membro do Espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, novembro de 2017.)

b) Carimbó na mídia, resistência cultural e espaço público: Que lei é essa?

Foi percebido junto às ênfases das histórias dos carimbozeiros a ausência por parte do poder público representado pela Câmara Municipal de Belém de construção de fóruns, espaços de consulta ou conversação acerca das questões relacionadas aos grupos de carimbozeiros do Estado do Pará e a pauta da Lei Pinduca. Desta forma que, as

histórias de vida contadas pelo público e membros do Coisas de Negro assinalam que sem diálogo, conseqüentemente, não há um caminho comum em relação a aplicabilidade da Lei que reforce a ideia de espaço das políticas para a cultura como uma construção pública. Vejamos:

b.a) Vozes de dentro do Espaço Cultural

Deveriam ter feito uma consulta de âmbito bem abrangente, por exemplo, os grupos do interior do Estado são tantos que têm. Só lá na região de Marapanim são mais de 50, e esses grupos nem se quer foram mencionados, se estavam de acordo em fazer uma lei e colocar o nome nessa lei da pessoa. Então, eu acredito que nesse sentido houve uma falha em não fazer uma consulta pública, já que é um bem da cultura brasileira né, e o estado todo devia opinar.

(Entrevista Nego Ray, Raimundo Piedade da Silva. Percussionista do Carimbó de Icoaraci, membro do Espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, outubro de 2017.)

Se as músicas tocadas realmente alcançar os mestres de lá Marapanim, os mestres de Curuçá, as pessoas que estão embrenhadas na tradicionalidade na execução do carimbó mais rústico, acho que sim é benéfico. Porque aquele artista também quer aparecer quer ter voz...acho que ele precisa ter uma divulgação do seu trabalho por fazer muito tempo. Tem mestre que tem 70... 80 anos e nunca teve uma participação na rádio. (Entrevista Esquilo, Silvio Barbosa, Flautista do grupo Carimbó de Icoaraci, e membro do Espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, novembro de 2017.)

b.b) Vozes da comunidade

Nós já vínhamos discutindo esta questão de jornais, e rádio e televisão a necessidade disso todos os nossos eventos as conferencias municipais e estaduais de cultura, não haveria necessidade de se criar uma lei, e na verdade, uma obrigatoriedade de cada veículo de comunicação veicular sem que se criasse uma lei obrigatória. Pode ter sido importante, mas as leis nem sempre são respeitadas, infelizmente.

Ela seria muito representativa se todos tivessem feito parte desse contexto.

(Entrevista Nazaré do Ó Ribeiro, Maria de Nazaré do Ó Ribeiro, Compositora do grupo de Carimbó Águia Negra, membro do espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, outubro de 2017.)

Então, eu acredito que essa lei ela deve ser melhor explicada para o povo, principalmente pras pessoas ali envolvidas com a cultura regional. Será que eles vão ter benefícios reais? Será que eles foram ouvidos quando essa lei foi criada ela foi proposta? (Entrevista Tayanne Cid. Professora de Artes Visuais na Escola Liceu de Artes e Ofícios Mestre Raimundo Cardoso, membro do espaço Cultural Coisas de Negro. Icoaraci/Belém, novembro de 2017.)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma dimensão da Folkcomunicação: Coisas de Negro, resistência e poder simbólico de comunicação da cultura popular

Percebemos que os integrantes do “Coisas de Negro” afirmam o espaço cultural como um lugar, onde a cultura popular promove os encontros, as trocas de informação comunitária, debates entre membros do movimento de carimbó, e isso se traduz em resistência. Por meio do Espaço cultural e no espaço cultural, grupos que antes eram dispersos na Vila de Icoaraci passaram a reunir-se e promover a cultura um lugar de vivência com a cultura regional, para o cidadão icoraciense e de toda Belém.

No que diz respeito à formação cultural que capacita à comunidade para se apropriar do carimbó, o espaço Coisas de Negro realiza oficinas e palestras nas quais se valoriza a produção de instrumentos da música popular, como corimbó e o banjo, bem como, e principalmente, há muitas conversações sobre a história do carimbó.

No Espaço Cultural também acontecem as reuniões entre os integrantes, para comunicar a agenda cultural e eventos a serem realizados. Acerca dessa realidade Eliane Mergulhões (2008) argumenta que “esses grupos, por motivo de manutenção e sobrevivência, necessitam necessariamente se comunicar, para manter seus interesses.” A partir dessa dinâmica do espaço com a comunidade é perceptível o interesse do coletivo em manter, difundir e tornar notório a cultura regional. Sobre todo esse processo, a dinâmica da comunicação como ação de movimentos da cultura popular, a Folkcomunicação, Luiz Beltrão discorre:

É através desses veículos e agentes que as camadas populares organizam uma consciência comum, preservam experiências, encontram educação, recreio e estímulo, dão expansão aos seus pendores artísticos e, afinal, fazem presentes à sociedade oficial as aspirações e suas expectativas. (BELTRÃO, 2014: 116 p.).

A partir dessa perspectiva de Luiz Beltrão, entendemos o Espaço Cultural Coisas de Negro como um local propício à manifestação de diversos saberes (história, música, danças, conversas, etc) que estão interligados pelo carimbó através de uma tradição oral e popular como vocação dos movimentos da Vila de Icoaraci.

Ao longo desses dezessete anos de existência o espaço vem proporcionando à comunidade icoraciense um lugar para troca de conhecimentos, ideias, e experiências, se tornando um espaço notório e de referência no distrito de Icoaraci como espaço de produção de cultura, sendo visitado por pessoas de outras regiões do Brasil e também de outros países, estabelecendo assim um intercâmbio cultural, entre o global, o regional e o local, numa dinâmica da própria cultura contemporânea.

Esse modo de compartilhamento de vivências é caracterizado pela autora Samantha Viana apud Beltrão (2009), como Folkcomunicação que é o “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

Partindo dessa perspectiva teórica, a Folkcomunicação como um processo de manifestação da comunicação dos agentes da cultura popular, e nesse caso, também expressa pelas histórias de vida dos carimbozeiros são o fio-da-meada para nossa investigação desses processos num contexto em que esses movimentos se articulam com as mídias, a partir da Lei Pinduca como fato político motivador das interações sociais e comunicacionais.

Por meio deste trabalho, resolvemos fazer uma imersão nessa luta dos carimbozeiros e estabelecer canais de articulação em relação aos grandes veículos de comunicação. No decorrer do trabalho, percebemos, a partir das histórias de vida dos membros e participantes, a relevância do espaço, por seu pioneirismo no movimento denominado roda de carimbó, abrindo o ambiente para trocas de informação, reunião e apresentação de diversos grupos, e dessa forma o local tornou-se um centro de resistência cultural na capital paraense, inspirando a criação de outros espaços culturais.

A lei reflete a exclusão do ritmo como música regional no contexto masivo no próprio município, e a exigência da veiculação traduz isso. Luiz Beltrão (2014) discute sobre este sentido de exclusão:

A despeito da vertiginosa multiplicação das vias de comunicação (...) do alcance obtido pelo rádio, pelo cinema, pelos modernos e poderosos meios de divulgação de notícias, haja em nossos dias maior dificuldade de integração das massas populares nos movimentos ideológicos e políticos que pretendem encaminhar o país a novos rumos, com vistas ao desenvolvimento econômico e social. (BELTRÃO, 2014: 109 p.)

Há reações muito severas em relação às formas de articulação entre política e cultura na cidade de Belém. Os movimentos reivindicam diálogo, aproximação e respeito entre os gestores da cultura e os produtores da cultura. Afinal, esta lei procura beneficiar a quem? Por que os principais envolvidos na manifestação não foram consultados? Questões para um próximo debate.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Versão Eletrônica da 1ª Reimpressão. São Paulo, 2014.
- CALABRE, Lia. **O Rádio dos Anos de 1920 a 1940 Formações de Novas Práticas Cotidianas**. IN: MAUAD, Ana Maria (org.) **História oral e mídia: Memórias em movimento**. São Paulo, 2016
- CASTRO, Fábio Fonseca de. **Comunicação, poder e democracia**. Belém, 2015.
- CARVALHO, Samantha. **Metodologia folkcomunicação: teoria e prática**. IN: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio (orgs.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo, 2009.
- Da COSTA, Tony Leão. **“Carimbó e Brega: Indústria cultural e tradição na música popular do norte do Brasil”**. Belém, 2011.
- _____. **Música Do Norte: Intelectuais, Artistas Populares, Tradição E Modernidade Na Formação Da “Mpb” No Pará (Anos 1960 E 1970)**. Belém, 2008.
- DIAS, Eliana Penha Mergulhão. **“Marcas Folkcomunicação na Obra Literária de Luiz Beltrão”**. São Bernardo do Campo, 2008.
- FIGUEIREDO, Sílvio Lima e BOGÉA, Eliana. **“Hibridismo Cultural e Atualização da Cultura: o Carimbó do Brasil”**. Belém, 2015.
- LINS, Consuelo. **O cinema de Eduardo Coutinho: uma arte do presente**. IN: TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.) **Documentário no Brasil – tradição e transformação**. São Paulo, 2004.
- MARRE, Jacques Léon. 1989. **História devida e método Biográfico**. IN: Caderno de Sociologia/Programa de Pós-graduação em Sociologia. Vol 3, nº 3, jan-jul, 1991.
- MELO, José Marques de. **Os caminhos cruzados da comunicação: Política, economia e cultura**. São Paulo, 2010.
- NEVES, Alan Araguaia Campos et al. **Coisas de Negro: raízes na tradição, asa na experimentação**. Belém, 2006.
- PIMENTA, Adriene Suellen Ferreira et al. **O LICEU ESCOLA DE ARTES E OFÍCIOS MESTRE RAIMUNDO CARDOSO E O SABER CERAMISTA (1996-2006)**. Belém, 2011.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação**. Lisboa, 1993.

Entrevistas:

- Luiza Thomaz, Belém, novembro, 2017.
- Maria de Nazaré do Ó Ribeiro, Belém, outubro de 2017.
- Raimundo Piedade da Silva, Belém, outubro, 2017.
- Tayanne Cid, Belém, novembro, 2017.
- Silvio Barbosa, Belém, novembro, 2017.
- Luizinho Lins, Belém, outubro de 2017.

Sites:

- http://www.belem.pa.gov.br/belemtur/site/?page_id=459. Data de Acesso: 15/09/2017 Horário: 15:43
- <http://g1.globo.com/pa/para/belem-400-anos/noticia/2016/01/veja-como-foi-fundacao-de-belem-em-1616-e-conheca-sua-historia.html> Data de acesso 15/09/2017 Horário: 15:38
- <https://youtu.be/8xzdd4NqRSw>Data de acesso: 16/09/2017 Horário: 10:41
- <http://realidadeurbanas.blogspot.com.br/2011/03/belle-epoque-amazonica.html>Data de acesso: 25/09/2017 Horário: 16:17
- <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/belle-epoque.htm>Data de acesso: 25/09/2017 Horário: 17:33
- <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/c9c02dfd25a3cbc73f3e43dd75739b2b.pdf>Data de acesso: 10/10/2017 Horário:18:56
- <http://economia.estadao.com.br/blogs/ethevaldo-siqueira/os-90-anos-da-radio-kdka/>Data de Acesso: 09/10/2017 Horário: 15:38
- <http://www.teclasap.com.br/long-play/>Data de acesso: 3/10/2017 Horário: 11:00
- <http://www.ebc.com.br/cultura/galeria/audios/2012/11/ha-92-anos-entrou-no-ar-a-primeira-radio-comercial-do-mundo>Data de Acesso: 7.10.2017 Horário: 10:04

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Comunicación social como herramienta de interculturalidad e inclusión. Conflictos de la migración emergente: caso población los nogales, estación central, Chile.

Social Communication as an Interculturality and Inclusion Tool. Conflicts of emerging migration Case Population Los Nogales, Central Station, Chile.

Comunicação social como ferramenta de interculturalidade e inclusão. Conflitos de migração emergente: Caso População Los Nogales, Estação Central, Chile

Cynthia Carolina Osorio Santibáñez ²¹

RESUMEN: Se presenta y analiza el fenómeno de las olas migratorias emergentes, sus matices de interacción y el rol que tiene la comunicación como herramienta en la facilitación de procesos de interculturalidad.

This research presents and analyzes the phenomenon of emerging migratory waves, their interaction nuances and the role of communication for social change as a tool in the facilitation of intercultural processes.

PALABRAS CLAVE: Comunicación, Interculturalidad, Migración.

“La emoción fundamental que hace posible la historia de hominización es el amor... El amor es la emoción que constituye el dominio de conductas donde se da la operacionalidad de la aceptación del otro como un legítimo otro en la convivencia, y es ese modo de convivencia lo que connotamos cuando hablamos de lo social. Por esto digo que el amor es la emoción que funda lo social; sin aceptación del otro en la convivencia no hay fenómeno social”.- Humberto Maturana

Emociones y Lenguaje en Educación y Política

Tema central

Chile a lo largo de su historia se ha caracterizado por ser un país aislado de la comunidad internacional, esto principalmente por sus características geográficas. Sin embargo, no ha estado ajeno a la recepción de oleadas migratorias significativas a lo largo de su historia o sujeto a que sus habitantes también emigren de manera temporal o definitiva.

En las últimas décadas, gracias al avance tecnológico a nivel mundial, a los procesos de globalización en curso y a los desplazamientos de personas de América Latina y el Caribe, motivados por mejores perspectivas económicas y sociales, se ha generado un gran aumento de la población migrante hacia nuestro país. Fenómeno que ha sido calificado como migración emergente.

En este contexto, la sociedad chilena comienza a enfrentar, en ciertas localidades, un fenómeno multicultural, complejo, extraño e inédito, en especial para una cultura popular urbana desarrollada por años en soledad. En este ámbito, el desarrollo de la identidad local y la capacidad de integración que tengan los nuevos entornos multiculturales

²¹ Cynthia Osorio Santibáñez. Universidad de Santiago de Chile, Magister en Ciencias de la Comunicación, Chile, cynthiaoosoriosantibanez@gmail.com

se convierten, sin duda alguna, en factores claves que determinaran el éxito o fracaso de la integración intercultural entre los residentes y los inmigrantes.

Desde lo anterior, nace el interés de estudiar el caso de la Población Los Nogales de la comuna de Estación Central en Santiago de Chile, que se ha caracterizado por la integración de un gran número de inmigrantes latinoamericanos en un tiempo relativamente corto de tiempo y en la cual existe la percepción de haber resistencias a un proceso de inclusión social y cultural en la comunidad.

Esta población, levantada a mediados del siglo pasado, es de carácter obrera, popular e integrada por pobladores provenientes de distintas regiones y comunas. Según palabras de sus residentes, a partir del 2012 la población comienza a cambiar de color, esto es, empieza a ser poblada por inmigrantes de origen haitiano.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los conflictos o preconcepciones que produce la migración emergente y el rol que juega la comunicación como herramienta para la resolución de estos en una perspectiva de interculturalidad e inclusión social

Objetivos específicos

- Investigar la percepción de los habitantes respecto a su cultura y la del “otro” para lograr identificar puntos de convergencia y disidencia entre ambos.
- Identificar los fenómenos socioculturales que se dan en relaciones multiculturales desde una perspectiva de interacción/comunicación en un espacio territorial determinado.
- Investigar aspectos comunicacionales comunes entre ambos grupos que puedan posicionarse como herramientas para la construcción de un proceso de relación intercultural positiva.

Discusión teórica y conceptual propuesta

Para encontrar los fundamentos científicos y conceptuales en primer lugar abordaremos la globalización y las dimensiones socioculturales envueltas en ella. Luego analizaremos la migración y sus efectos culturales para aterrizar en la cultura en clave de identidad y, finalmente, transitaremos por la comunicación y sus matices en la interculturalidad.

Globalización y las dimensiones socioculturales

Globalización y cultura

El fenómeno de la globalización abrió las puertas del mundo al mundo, y tendió puentes entre las distintas naciones con toda la complejidad que ello implica. Algunos se sumaron antes que otros, con mayor o menor intensidad, pero sin duda alguna casi no existen países que no se hayan incorporado a este proceso de multiculturalidad.

La globalización desde esta perspectiva no es lo opuesto a las culturas locales, es decir, no existe antagonismo entre el proceso global y la valoración de las culturas particulares de cada contexto. Ambos fenómenos socioculturales se conducen paralelamente hacia puntos convergentes desencadenando lo que comenzamos a conocer por “glocalización”. (García Canclini, 1989)

La noción de cultura local se aleja cada vez más de lo que podríamos catalogar como experiencias cotidianas de habitar intensamente el entorno cultural al que pertenecemos. Con la proliferación de las tecnologías, el mayor acceso a la información, los intercambios comerciales y las nuevas formas de comunicación, el vivir plenamente la cultura local no se acota necesariamente a una inmersión física-sensorial sino que se mueve más bien en el campo de los símbolos y los significados.

Posibilidades de relación

Para entender el comportamiento de los “nogalinos”, o de cualquier otra cultura, debemos comprender que esta no es estática y que se materializa en dos niveles: uno que contiene los aspectos conscientes, manifiestos y visibles; y otro que abarca los elementos inconscientes, latentes e invisibles (Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica, 2002).

Tal como lo muestra la figura de más abajo en la analogía del iceberg, el nivel explícito de la cultura es lo que podemos conocer si vamos de turistas a un país desconocido. Se refiere a la gastronomía, música, literatura y todo aquello que logremos descubrir con los cinco sentidos. La cultura implícita, por su parte, se refiere a aspectos más bien simbólicos y profundos que tienen un componente emotivo importante y de los que se es menos consciente, como los Sistemas de valores y prejuicios (Malinowski, 1972).



Fuente: Esquema de Kohis a partir de la definición de Clyde Kluckohn, adaptado por ITECO

Usaremos entonces esta analogía para definir los niveles de profundidad que pueden llegar a existir en entornos multiculturales. De esta forma, propondremos para el caso de Los Nogaes que los niveles sensibles y perceptibles a nivel de la cultura explícita serán los problemas, la indiferencia y la generación de redes; del mismo modo, distinguiremos en la cultura implícita los niveles de conflicto, armonía e integración, respectivamente, los cuales serán motivo de análisis a continuación:

Conflicto

Lo primero importante de mencionar es que los conflictos siempre han existido y existirán. Entenderemos por conflicto cualquier situación en la que se dé diferencia de intereses unida a relación de interdependencia, por lo tanto, el conflicto es inherente a toda actividad en la cual se relacionan seres humanos. (Viveros, 2003).

Desde lo anterior, extraemos entonces que el conflicto siempre denota una interacción social, la cual, estará condicionada por percepciones previas como la cultura, los sentimientos, las experiencias, etc. En este sentido la presencia de conflicto se hace más latente cuando las configuraciones culturales de las partes tienen más divergencias que convergencias. (Viveros, 2003).

Para llevar el conflicto a nuestro problema de investigación tomaremos la definición de Stephen Robbins, quien lo describe como un proceso que se inicia cuando una parte percibe que otra la ha afectado de manera negativa o que está a punto de afectar de manera negativa, alguno de sus intereses. (Judge, 1994). Se configura desde esta percepción entonces una posibilidad de relación conflictiva ya que, en términos generales, los nogalinos podrían sentirse amenazados en tanto cultura dominante y los haitianos rechazados, en tanto cultura minoritaria y ajena.

Armonía

Un segundo nivel de relacionamiento en profundidad sería la ausencia de correspondencia alguna entre nogalinos y haitianos. Se toma para ello el concepto de armonía social que consiste en mantener un cierto nivel de equilibrio en el seno de la sociedad civil. (Galla, 2010).

Esta relación procura neutralizar las tensiones existentes entre las diferentes categorías de individuos gracias a la comprensión entre las culturas, al respeto, a la negociación continua y mantenimiento del equilibrio en las relaciones de poder, la gestión de recursos, el funcionamiento y las competencias de estos grupos potencialmente conflictivos cualesquiera que sean sus divergencias: económicas, políticas, raciales, religiosas o culturales. (Galla, 2010)

Para efectos de la caracterización y el análisis de resultados entenderemos la armonía social como una actitud de tolerancia hacia el otro, pero de una forma más bien pasiva. Esto quiere decir que no se generan reacciones frente a situaciones o actores, sino que se manifiesta en una forma de indiferencia, donde si bien hay respeto, no existe la interacción.

Integración

Un tercer espacio simbólico sería el de la integración, la cual, en función de este estudio, será materializada solo en un proceso de interculturalidad. Cuando hablamos de integración nos referimos al proceso social en que un contexto determinado (mayoritario) acepta a un grupo nuevo y le permite participar de sus dinámicas socioculturales sin diferenciación alguna. (Bochaca, 2003).

La palabra integración tiene su origen en el concepto latino *integratio* que significa acción y efecto de integrar o integrarse, es decir, constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo. De esta forma, integración social, por su parte, se constituye como un proceso dinámico y multifactorial que supone que gente que se encuentra en diferentes grupos sociales (ya sea por cuestiones económicas, culturales, religiosas o nacionales) se reúna bajo un mismo objetivo o precepto. (Merino, 2008).

La integración será entonces dada en el caso de estudio cuando encontremos espacios comunes donde ambas culturas se encuentren en un dialogo horizontal creando objetivos comunes, sin abandonar en el nivel explícito su carácter o identidad.

Migración y sus efectos culturales

La rápida evolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha impactado no solo la configuración de las estructuras tradicionales, la producción de bienes y servicios y las formas de organización del trabajo, sino también y muy especialmente la convivencia y el sustrato de las sociedades.

La migración, en este sentido, se posiciona como un desafío a nivel socio-cultural de proporciones ya que implica una transformación profunda en las estructuras de los entornos multiculturales y sus sujetos. Sin embargo, al mismo tiempo se plantea como una oportunidad de desarrollo para la integración de las culturas, para el hermanamiento de las sociedades y para el ensanchamiento de la mente humana.

Este fenómeno complejo y emergente puede transformarse en paradigma de la riqueza cultural y desencadenar nuevas formas de entendimiento. Para ello es trascendental trabajarlo multidimensionalmente y alinear las voluntades políticas, administrativas y sociales en pro de una nueva cultura global, sin que esto implique una renuncia a la propia cultura.

Lo óptimo para transitar hacia sociedades interculturales sería cuidar las propias convicciones y preservar los aspectos que nos signifiquen en mayor medida, pero también dejarnos conquistar por nuevas ideas. En el fondo no ser asimilados pasivamente por las culturas mayoritarias, pero tampoco defender a cualquier precio la propia cultura. De este modo, un ejemplo del carácter dinámico de la cultura lo tenemos hoy en día en el fenómeno multicultural, que forma parte del núcleo de nuestras vidas. (Hernández, 2014)

Para lograr instalar estos pilares sostenedores de la convivencia social es necesario, además, tender puentes que permitan el acercamiento entre los unos y los otros. Esta metáfora quiere proponer el desarrollo de múltiples factores que faciliten el diálogo y que se sustenten en la valorización socio-cultural de cada contexto, por ejemplo, en los ideales, en las luchas, en las indignaciones compartidas, etc.

Es imprescindible entonces lograr una conciliación entre los intereses generales y las ideologías particulares, pero cada uno de estos elementos en su propio nivel de análisis, es decir, entendiéndolos como dimensiones distintas pero complementarias y convergentes. Desde esa mirada se logran intuiciones más certeras de hacia dónde y cómo llegar a la concretización de una verdadera sociedad intercultural.

Cultura en clave de identidad

Con todo lo que hemos planteado en las páginas anteriores, podemos decir que la globalización es un proceso central en la constitución de una nueva economía y una nueva sociedad en el cambio de milenio. Junto a ello, otro fenómeno complejo de índole cultural y político comienza a desencadenarse: la reformulación de las identidades culturales como principio básico de organización social.

Identidad, en términos sociológicos, es el proceso por el cual los actores sociales construyen el sentido de su acción atendiendo a un atributo cultural (o conjunto articulado de atributos culturales) al que se da prioridad sobre otras fuentes posibles de sentido de la acción. Puede darse el caso de varias identidades en un individuo, pero tal pluralidad es siempre fuente de tensión. (Castells, 1999).

Desde esta descripción, la identidad pareciera ser un poderoso elemento social que en sus dos vertientes, individual y grupal, delimita el proceso de abstracción y pertenencia de los seres humanos. Mirado así, su formación y desarrollo absolutiza el modo de entender la propia cultura y de alguna manera coarta la posibilidad de modificar las prácticas y tradiciones estereotipadas en pro de una hibridación creativa consensuada.

Comunicación como herramienta de interculturalidad

Primeramente es necesario acudir a la dimensión etimológica de la palabra comunicación con el fin de tematizar sobre los elementos básicos y esenciales de su génesis. Comunicación deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo”, “poner en común”. Desde esta definición la comunicación es un fenómeno inherente a la relación de los seres vivos que permite obtener y compartir información respecto del entorno, vincularse con otros y generar aprendizaje.

En esta perspectiva, podemos decir que la comunicación tiene en primera instancia una dimensión social, es decir, se constituye como herramienta de interacción entre sujetos que comparten un lugar, situación o contexto determinado. Por otro lado, el término “común” se da en dos niveles, primero entendido como aquello que nos concierne a todos y segundo como lo que nos unifica.

De este modo, la etimología nos pone en aviso de la complejidad del acto comunicativo y de las múltiples aristas que es necesario atender para lograr un análisis sólido del fenómeno relacional, que para efectos de esta investigación, podría ser una herramienta para favorecer los procesos de interculturalidad en los entornos multiculturales.

Desde este planteamiento la comunicación es una herramienta prioritaria para la generación de vínculos y el desarrollo de los grupos humanos, pues los conduce hacia el encuentro, hacia el descubrimiento del otro y hacia la liberación individual de las fronteras ideológicas autoimpuestas. La comunicación es, en tanto constructora, transformadora y movilizadora.

Se desprende así la relevancia del atributo interpretativo de la comunicación y por ende, de su matiz simbólica que lleva a ver en “el otro” a un sujeto legítimo y autónomo, que al igual que yo, es necesario en el acto constructivo del comunicar. Existe un sentido de respeto intrínseco que sustenta la valoración del sujeto como pieza vital en la configuración del macro entorno y por eso es fundamental su consideración en la relación comunicativa.

En palabras de Humberto Maturana, la comunicación se alcanza cuando se establece un vínculo real, duradero, de compromisos y aprendizajes compartidos, cuando se establece con el otro una relación de amor. No se trata solo de reconocer al otro, valorarlo como un interlocutor válido, sino abrirse a la idea de dejarse influenciar por el mismo; esa es la nota distintiva de la bidireccionalidad de la comunicación. (Maturana, 1994)

Este es el enfoque de la comunicación que pretendemos resaltar en esta investigación, aquel que la cree capaz de construir puentes entre las distintas culturas, entre las personas y entre las organizaciones, aquel que la resalta como herramienta facilitadora y liberadora. Proponemos a la comunicación como instrumento de cohesión social, como motor de construcción colectiva y como contenedor de fuentes de significación vinculante.

Enfoque y/o metodología de abordaje

Descripción y fundamentación metodológica

Entendida la investigación como el estudio de un fenómeno a través de una serie de procesos sistemáticos y empíricos, y dado el carácter social del objeto de estudio planteado se propuso para este caso un abordaje investigativo de enfoque cualitativo. Por tratarse de un tema completamente configurado por la cultura y sus actores sociales, requiere un análisis profundo por parte del investigador; además obviamente, de la constatación de fuentes y datos certeros que sostendrán la interpretación.

Estrategia metodológica: Estudio de Casos

Dada la naturaleza del fenómeno y sus múltiples vertientes, se consideró oportuno acotar la investigación a un lugar geográfico específico y una muestra sociodemográfica determinada. En esta oportunidad el caso de estudio La Población Nogales ubicada en Estación Central.

En esta investigación el tipo de estudio de caso es de corte único y comunitario, ya que toma una población de vecinos en donde el fenómeno de la multiculturalidad se ha instalado con fuerza y analiza desde ahí como la comunicación puede tomar matices de gran relevancia en la resolución de conflictos.

Este diseño centró su análisis en un único caso y su utilización se justifica en la medida en que el caso tenga un carácter crítico, o lo que es lo mismo, en tanto que el caso permita confirmar, cambiar, modificar o ampliar el conocimiento sobre el objeto de estudio. Desde esta perspectiva, el estudio de caso único puede tener una importante contribución al conocimiento y para la construcción teórica (Gregorio Rodríguez Gómez, 1996).

En este sentido, el caso escogido representa de manera contundente una realidad que se está dando en varios sectores de Chile, y como mencionábamos anteriormente, una de las características fundamentales de la investigación cualitativa es su preocupación por lo peculiar, lo subjetivo y lo idiosincrásico, por lo tanto, la potencialidad de un caso nos la ofrece su carácter propio.

Determinación y fundamentación de la muestra

En este caso, por tratarse de una investigación cualitativa, la muestra estuvo compuesta por representantes chilenos y haitianos de los residentes de la Población Nogales, comprendida entre las calles Arzobispo Subercaseaux, Hermanos Carrera en su eje norte-sur y desde la Avenida General Velásquez hasta calle Las Cañas en el eje oriente-poniente (Estación Central).

La selección de informantes tiene en la investigación cualitativa, con la excepción de algunos estudios de caso único, un carácter dinámico. Es decir, el proceso de selección de informantes no se interrumpe sino que continúa a lo largo de toda la investigación, valiéndose de estrategias diferentes según el tipo de información que se necesita en cada momento (Roberto Hernandez Sampieri, 2006). Se procuró cuidar criterios para que la muestra fuera lo más diversa y justa posible, con el fin de no sobrerrepresentar a los grupos de análisis. Así se intencionó una variedad de edades, diversidad en la condición socioeconómica, equidad de género y nacionalidad.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

Presentación de la información

A lo largo de la investigación se lograron distintas aproximaciones ancladas en los planteamientos iniciales, pero también surgieron antecedentes no considerados previamente que se constituyen, sin duda, como un material muy valioso para lograr comprender con mayor claridad el fenómeno social expuesto.

Con el fin de facilitar la comprensión de los datos se utilizarán las siguientes siglas asociativas para definir los sujetos constitutivos del fenómeno estudiado:

SUJETOS

CA1: Departamento de Extranjería y Migración de Chile (DEM),
Municipalidad de Estación Central (MEC) y Servicio Jesuita a Migrantes (SJM).

- A2: Entrevistas chilenos (ECH) y grupos de discusión (GDCH).
- A3: Juntas de vecinos (JV) y Organización Amigos de Nogales (OAN).
- A4: Embajada de Haití en Chile (EHCH).
- A5: Entrevistas haitianos (EH) y grupos de discusión (GDH).
- A6: Organización Social y Cultural Haitiana Estación Central (OSCHEC).

Nivel de interacción

- B1: Conflicto, desde la perspectiva del problema.
- B2: Armonía, entendida como la ausencia de relaciones y de problemas, un estado de indiferencia.
- B3: Integración, en su matiz de generación de redes.

Nivel Relacional

- C1: Multiculturalidad
- C2: Interculturalidad
- C3: Hibridación Cultural

Nivel comunicacional

- D1: Prejuicios
- D2: Identidad Local
- D3: Estereotipos

Análisis relacional

Caracterización de los grupos de estudio:

Residentes chilenos Población Los Nogales

La mayoría de los haitianos percibe a los chilenos como personas muy frenéticas, que siempre están contra el tiempo. Consideran también que son más bien serios: "A veces voy caminando por el centro y me topan por los lados, así como diciéndome que me apure que voy molestando. Todos andan muy rápido y a veces parece que estuvieran enojados" (EH).

Cuando llegaron pensaban que se encontrarían con un pueblo más acogedor, pero se han encontrado con sorpresas que los han decepcionado:

El otro día iba en la micro y cuando subí me di cuenta que no me quedaba saldo en la bip, pero como ya era tarde le pedí permiso al conductor y él no tuvo problema. Varios chilenos hicieron lo mismo, incluso sin preguntarle al chofer, así que pasé tranquila. Cuando iba avanzando hacia atrás un hombre me dijo 'paga tu pasaje negra cochina' y yo como ya llevo tiempo acá hablo bien español así que entendí perfecto y le respondí que siempre lo pago, pero que no me di cuenta que no quedaba saldo y que por qué no le decía eso a todos los que no pagaron, él me respondió: porque tú no eres de este país (EH).

Lo anterior es una situación muy frecuente. Varios de los haitianos que colaboraron con esta investigación comentaron que se sentían muy discriminados en el transporte público y que a veces no se sentaban, aunque hubiera espacios disponibles, solo para evitar que los miraran despectivamente por estar "usando los asientos de los chilenos" (GDH). Otra característica que les llama la atención y han visualizado con frecuencia es que los chilenos son viciosos, en el sentido de que consumen mucho alcohol y cigarrillo.

Nosotros en Haití tenemos un vicio que es el café, pero no es muy frecuente ver a la gente borracha o fumando por las calles. Acá me he dado cuenta que casi todos andan con el cigarro en la boca y me he topado muchas veces con gente que tiene olor a alcohol o está tirada en la calle (EH).

En cuanto a temas más estructurales, consideran que Chile es un país seguro que posee hartas cualidades:

Chile es un país que está bien parado, varias cosas que vemos acá en nuestro país no funcionan igual. Yo he estado en otros países también y siempre los trámites son demorosos, pero acá las cosas andan más rápido, al parecer los organismos funcionan bien. Lo otro que me gusta es que hay harta seguridad, uno puede ver a la policía en todos lados y ellos son bien simpáticos (EH).

Esta simpatía la atribuyen a que cada vez que necesitan saber algo prefieren preguntárselo a la policía porque a muchos les da vergüenza hablar con chilenos civiles:

Antes yo hablaba con todo el mundo, siempre iba saludando por ahí por allá, pero desde que llegué a Chile empecé a cambiar un poco porque me di cuenta que acá la gente si no se conoce no se saluda. Además varias veces intenté hablar con chilenos y ellos como que no querían seguir la conversación. Entonces mejor dejé de hacerlo (EH).

Encuentran diferencias sustanciales también en el tipo de alimentos que consumimos. Por ejemplo, les llama mucho la atención la cantidad de pan que se come en Chile:

Me di cuenta que comen pan varias veces al día, incluso a veces de almuerzo y eso yo creo que no está bien. A mí me gusta comer más vegetales y las cosas con menos aliños, veo acá que llenan de cosas los alimentos y me ha costado acostumbrarme a eso (EH).

En términos generales manifiestan también que los chilenos son menos religiosos que ellos, que no les gusta hablar con desconocidos, que discriminan y que, aunque no todos, varios son muy racistas. Señalan además que a los chilenos les gustan las fiestas y que son muy bulliciosos cuando celebran, que no bailan "tan sabroso" como ellos y que son más serios que ellos.

Residentes haitianos Población Los Nogales

Si en la anterior caracterización teníamos un cierto consenso entre los haitianos entrevistados, en lo que respecta a los chilenos no existe una generalización y, en su defecto, se manifiestan dos tipos de opiniones que difieren transversalmente una de la otra. Estas diferencias se intentarán explicar a continuación de estos párrafos con una matriz relacional etaria.

Los chilenos residentes en Los Nogales han esbozados dos perfiles de los haitianos que llegan a nuestro país. Por un lado están los que valoran la llegada de los migrantes y se sienten contentos con el “cambio de color de la población” y por otro, los que se quejan de la afectación de los servicios de salud, de transporte y hasta de higiene gracias a los nuevos vecinos. Esta última configuración sociocultural tiene mucho de fábula y se sustenta más en el nivel comunicacional clasificado como D1 (prejuicios). Comenzaremos con este último grupo:

Yo no sé mucho de los haitianos, solo los veo en la calle y escucho las cosas que hablan de ellos. No sé si son buenas o malas personas, pero lo que sí sé es que de repente la población comenzó a llenarse de negros. Algunos dicen que son hediondos y cochinos, yo no lo puedo asegurar porque no conozco a ninguno, pero si lo dicen por ahí por algo será (ECH).

Lo anterior es una buena síntesis de lo que piensa esta vertiente de Los Nogales, gente que ha “venido en masa a usar nuestros servicios” (ECH) y que está interfiriendo en el normal funcionamiento de la población.

“Antes ya teníamos problemas para conseguir horas en el consultorio y ahora con la llegada de ellos (haitianos) es más difícil todavía. Yo voy a hacer la fila y me encuentro que más de la mitad de la fila es de negros. Me da rabia igual porque primero deberían asegurarnos a los chilenos y después a los que vienen de afuera” (ECH).

Este es uno de los puntos que será abordado en más tarde en la sección de especulaciones detonadoras de conflictos, pero es importante mencionarlo acá ya que se constituye como una de las principales causas de segregación y de generación de interacciones en el nivel B1. La salud y el trabajo son los temas que han influido mayormente en la configuración de rechazo hacia los haitianos, ya que los posicionan como una amenaza y no como un aporte al país.

Los haitianos han venido a quitarnos el trabajo a los chilenos, claro, como ellos trabajan por súper poco los – empleadores- los prefieren y dejan a los chilenos sin pega. Yo supe de uno que trabajaba hasta en la hora de almuerzo para que no lo fueran a echar y uno no hace eso, entonces se empieza como a competir (GDCH).

Esta es otra de las impresiones que se han instalado y que tiene más que ver con una percepción distorsionada de la realidad que con un hecho concreto y recurrente.

Por otro lado, como mencionamos en un inicio, existe una parte de los nogalinos que tiene una idea totalmente distinta de la población haitiana y que son, precisamente, los que han tenido algún tipo de acercamiento con ellos. “Son personas muy tranquilas, ordenadas y limpias. Al contrario de lo que la gente piensa, ellos andan incluso mejor vestidos que nosotros. Siempre con sus camisas y sus zapatos bien limpios” (ECH).

Otra de las características que resaltan es que son un pueblo muy religioso y que tienen costumbres bien arraigadas en ese sentido:

“Ellos van todos los domingos a la iglesia y tienen unos coros preciosos. Yo los he visto aquí en la Parroquia San Cruz y es muy lindo escucharlos cantar. Además nunca los ves metidos en peleas y se nota que entre ellos son muy solidarios” (ECH).

Encontramos aquí una versión distinta a la planteada anteriormente respecto al ámbito laboral:

“Los haitianos son personas muy trabajadoras. La mayoría de los que conozco tienen dos trabajos porque con uno no les alcanza para vivir. Una vez estaba en mi pega yo y había una haitiana que trabaja ahí también; de repente le sonó el celular y ella contestó, pero dijo al tiro que la llamaran después porque estaba trabajando. Un chileno no hace eso, se pone a conversar no más y capaz que sale hasta a fumarse un cigarro” (ECH).

En este sentido, se considera en general que los haitianos están muy preocupados de conseguir y cuidar su empleo, ya que “no solo ellos dependen de ese sueldo sino también las familias que dejaron en Haití” (ECH). Los chilenos comentan que:

“No se les suele ver en las calles en la semana, porque van de la casa a la pega y de la pega a la casa, además la mayoría de los hombres tiene trabajos de fuerza y las mujeres de aseo, así que llegan súper cansados, solo a dormir” (GDCH).

En esta misma línea complementan:

“Yo antes no entendía porque les gusta estar tanto en la calle los fin de semanas o cuando tienen días libres, pero después fui preguntando y entendí la razón. Resulta que como sus sueldos no son muy altos y algunos no tienen papeles para arrendar, tienen que pagar piezas truchas (sin contratos), que son chicas y que tienen que compartir con más gente. Por eso prefieren estar afuera porque por último no se sienten tan ahogados” (ECH).

Esta segunda aproximación a las características del pueblo haitiano se corresponde más con la realidad ya que proviene de personas que han tenido (o se han dado) la oportunidad de contactarlos para conocer más de cerca su cultura y costumbres.

Análisis de problemas comunicacionales

Caracterización relacional etaria elaborada en base a ECH y GDCH

A continuación se realiza un análisis de factores determinantes para la comunicación, considerando la predisposición que los residentes chilenos de la Población Los Nogales muestran hacia los residentes haitianos dependiendo de su rango etario.

Tabla Caracterización relacional etaria

Rango etario	Factor determinante	Nivel de prejuicios	Tendencia a la relación	Descripción de
Menores de 10 años	Familia	Nulo	Alta	Los niños de la población Los Nogales no muestran mayores problemas de relacionamiento, en general están dispuestos a establecer vínculos con sus pares haitianos. El factor determinante en este rango etario es la familia, ya que el niño toma un rol replicador y genera con los otros niños lo que ve en su hogar. Si los padres han tenido episodios de discriminación respecto de los haitianos o instalan un discurso segregador, lo más probable es que los niños tomen la misma actitud. Por el contrario, los niños que ven a sus familias en relación con los haitianos, no tienen problemas para la generación de vínculos interculturales.
De 11 a 25 años	Grupos de pertenencia	Moderado	Media	Este grupo etario muestra aceptación o rechazo dependiendo de los grupos de pertenencia en los que participe. Si son jóvenes que están en las esquinas y que suelen reunirse en las botillerías, se muestran cerrados a entablar algún tipo de relación con los haitianos; en cambio, si pertenecen a grupos de acción social (parroquia, colonias urbanas, etc.), muestran mucha mejor disposición e incluso interés en establecer relaciones con la cultura haitiana.
De 25 a 35 años	Educación	Alto	Baja	Aquí claramente la disposición para entablar relaciones con haitianos está determinada por el nivel educacional que la persona posea. Muy claramente los nogalinos identificaron que aquellas personas que no han terminado el colegio se muestran más discriminadoras que aquellas que han concluido estudios.
Adultos sobre 35 años	Historia	Moderado	Alta	En un inicio se pensó que la historia podría ser un factor de influencia negativa (por la carga identitaria), pero a lo largo de esta investigación se determinó que, contrario a ello, es un elemento positivo. Los chilenos que llegaron en los inicios de la población también venían migrando de distintas regiones o comunas, por lo que la historia se sitúa como un factor de empatía y vinculación.

Fuente: Elaboración propia.

Puentes de interacción y acciones en clave de interculturalidad

A lo largo de la investigación se detectaron siete puntos clave, que para efectos de este estudio, llamaremos puentes relacionales de sociabilización y en los que se podían articular iniciativas puntuales para propiciar espacios de interculturalidad.

Tabla Puentes relacionales de sociabilización

Puentes relacionales de sociabilización	Acciones propuestas
Canchas	Los clubes de fútbol han marcado la identidad de la población formándose desde ya hace muchos años. En palabras de los residentes chilenos “la cancha es el lugar donde más nos divertimos, especialmente en el tercer tiempo”.
Colegios	Desde hace algún tiempo el Colegio San Alberto, con sus dos sedes, ubicadas en las calles Santa Teresa y Pingüinos, ha visto la necesidad de integrar con mayor profundidad a la población haitiana que hoy asiste a la escuela. Es por eso que para este 2017 se contrató un educador haitiano que pueda hacer de traductor y facilitador del proceso formativo.
Consultorio de salud familiar	Los consultorios ya están iniciando algunas expresiones puntuales de integración, como por ejemplo, traducir las señaléticas al creol con el fin de orientar a los haitianos.
Institucionalidad local	Se considera que los agentes de la institucionalidad local tienen un rol fundamental en la generación de espacios de convivencia respetuosa, por lo que es trascendental considerar su accionar como puente de sociabilización. Sabemos que el fenómeno migratorio, dada su complejidad, debiera tener un tratamiento transversal en las líneas estratégicas del desarrollo comunal, pero para efectos de este análisis, propondremos como actores principales al Consejo Municipal ²² , a la Oficina de Convivencia e Integración Social y el Alcalde de la Comuna de Estación Central.
Medios de comunicación locales	Los medios de comunicación local identificados en esta investigación tienen un quehacer más bien político y vinculado a temas de incidencia y acción social. No obstante, aún no han abarcado, con la complejidad necesaria, el fenómeno de las olas migratorias emergentes, estamos refiriéndonos a lo acontecido en Estación Central.
Parroquia	La Parroquia es por excelencia un lugar de encuentro y sabemos que la religión es importante para ambos grupos, de ahí que introducir mensajes de solidaridad en la liturgia sea también una acción valiosa para la integración.
Redes Sociales (Facebook)	Hemos visto que, si bien las interacciones cara a cara no son muy frecuentes, la comunicación en redes sociales sí ha fluido con mayor facilidad. Las organizaciones aquí descritas cuentan con fanspage de Facebook y esto podría ser un nicho importantísimo para comenzar a generar un diálogo entre chilenos y haitianos de Los Nogales.

Fuente: Elaboración propia.

Colofón: Dos historias, un relato

Conocemos ya la historia de lucha y perseverancia de los pobladores de Nogales, sabemos, como se expuesto en este estudio, que quienes llegaron hace ya 70 años levantaron la población a pulso y con ello forjaron una identidad local, que sin bien no ha logrado penetrar tan intensamente en las nuevas generaciones, se mantiene como un patrimonio vivo en las mentes de quienes participaron en la construcción de Los Nogales.

²² Su labor principal es hacer efectiva la participación de la comunidad local y de ejercer las atribuciones que le señala la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades y otros cuerpos normativos vigentes.

Por otro lado, nos hemos acercado a una realidad más lejana, pero que también ha estado marcada por la lucha, por la sed de justicia y por el anhelo de una libertad que en su momento les fue tan esquiva. Hablamos del pueblo haitiano, el primero en romper las cadenas de la esclavitud de América Latina, aunque aquello le costara un castigo económico perpetuo que aún tiene repercusiones en su gente.

Estas dos historias se cruzan hoy en un espacio geográfico delimitado por cuatro calles en Estación Central, se miran sí, tienen algunas nociones los unos de los otros, pero es poco lo que se hablan. Ninguno de los dos quiere dar el primer paso, ninguno se anima a romper el silencio de la indiferencia no porque no quiera, es porque le faltan razones para hacerlo.

Aun no se han podido decir que los dos luchan por la igualdad, que los dos han enfrentado en comunidad las situaciones adversas, no se han dicho que a los dos les gusta el fútbol y que disfrutaban cantando en la iglesia, que los dos fueron y han sido migrantes; primeros los nogalinos cuando comenzaron a habitar la comuna y luego los haitianos que venían persiguiendo un sueño.

Han compartido ideales aun estando tan lejos los unos de los otros, y ahora, que están cerca, no quieren contárselo. No saben que tanta fuerza junta podría provocar una transformación total de nuestra sociedad, no saben que tienen tanto que aprender los unos de los otros. Que se lo están perdiendo, no lo saben.

CONCLUSIÓN

La investigación aquí expuesta se constituye como un aporte a la interpretación de un fenómeno sociocultural que se ha instalado aceleradamente en distintas sociedades. El caso de la Población Los Nogales es uno de los tantos que vemos actualmente en nuestro país, y en prácticamente todos los países del mundo, donde se están generando choques culturales transformadores de los sistemas de significación y las interacciones.

Esta investigación da luces de cómo la comunicación para el cambio social puede generar un impacto en la forma en que se conducen las relaciones humanas en entornos multiculturales. De ahí que uno de sus principales aportes sea la mirada intersectorial que se le dio al fenómeno considerando los acercamientos de la academia, las voces del Gobierno, la representación comunal y la vivencia misma de los vecinos, que para efectos de este análisis, se sitúa como sustrato vital para la comprensión del impacto a nivel sociocultural de estas transformaciones.

El estudio se acercó a una realidad dinámica, rauda y compleja e intentó dilucidar los componentes de la comunicación social que se pueden utilizar como herramientas para lograr establecer vínculos y puentes entre los pueblos que migran y los que los reciben, transitando de esa forma hacia comunidades interculturales. Camino deseado y nutritivo que se muestra en esta investigación como una propuesta hacia sociedades respetuosas y solidarias.

Finalmente, podemos decir que los antecedentes aquí presentados se constituyen como una batería de instrumentos oportuna para analizar contextos enfrentados al desafío de la multiculturalidad. Los conceptos y matrices aquí levantados, están soportados por un minucioso estudio teórico que los sostiene e inspira, razón por la cual, se ofrecen como un elemento serio y responsable para utilizar en el trabajo con localidades críticas.

Bibliografía

- Águila, F. (13 de Noviembre de 2016). PDI proyecta que en 2017 ingresarán a Chile cerca de 48 mil haitianos (EMOL). Santiago, Santiago, Chile.
- Allport, G. (1971). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Alsina, M. R. (1999). *La Comunicación Intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Alsina, M. R. (1999). *La Comunicación Intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Alsina, M. R. (1999). *La Comunicación Intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Andrés Solimano y Victor Tokman. (2006). *Migraciones internacionales en un contexto de crecimiento económico: El caso de Chile*. Santiago de Chile: CEPAL.

- Asunción-Lande, N. C. (1995). Comunicación Intercultural. En C. F. Dahnke, *La comunicación humana: ciencia social* (págs. 177-197). México: McGraw-Hill.
- Atkinson, M. H. (1994). *Etnografía. Métodos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- Barbero, J. M. (2000). Globalización y multiculturalidad, notas para una agenda de investigación, (Colombia). En M. Moraña, *Nuevas Perspectivas Desde/Sobre América Latina, el desafío de los estudios culturales*. (págs. 17-30). Santiago de Chile: Cuarto Propio.
- Barricarte, J. J. (2011). Socioeconomía de las Migraciones en un Mundo Globalizado. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
- Baudrillard, J. (2009). *Sociedad de Consumo*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Bernard, R. (1994). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Bochaca, J. G. (2003). *La integración sociocultural de las minorías étnicas: gitanos e inmigrantes*. Barcelona : Anthropos.
- Bravo, I. d. (1998). *Hacia una escuela intercultural. El profesorado: formación y expectativas*. Lérida: Edicions Universitat de Lleida.
- Brun, G. (1996). LENGUA Y LITERATURA: DOS ASPECTOS DE LA CULTURA DEL PUEBLO HAITIANO. *Thesaurus*, 194-198.
- Bucher, G. H. (2001). *Emigrantes e inmigrantes en Chile, 1810-1915*. Valparaíso: Universidad de Playa Ancha Editorial.
- Cambiaso, P. S. (2008). Segregación residencial y nichos étnicos de los inmigrantes internacionales en el Área Metropolitana de Santiago. *Revista de Geografía Norte Grande*, Versión Online.
- Canclini, N. G. (1989). *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: GRIJALBO.
- Canclini, N. G. (2000). La Globalización: ¿Productora de culturas híbridas). *Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular*. (págs. 6-7). Bogota: IASPM.
- Canclini, N. G. (2000). La Globalización: ¿Productora de culturas híbridas). *Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular*. (págs. 6-7). Bogota: IASPM.
- Canclini, N. G. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Capel, H. (1997). Los inmigrantes en la ciudad; crecimiento económico, innovación y conflicto social. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Casas, M. d. (2007). Entre lo Público y lo Privado, un espacio para la convivencia social a través de la comunicación. *Revista virtual Razón y Palabra*.
- Casas, M. d. (México). Entre lo Público y lo Privado, un espacio para la convivencia social a través de la comunicación. *Revista virtual Razón y Palabra*.
- Casas, M. d. (México). Entre lo Público y lo Privado, un espacio para la convivencia social a través de la comunicación . *Revista virtual Razón y Palabra*.
- Castells, M. (1999). *Globalización, Identidad y Estado en América Latina*. Santiago de Chile: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Central, M. d. (2015). *TOMO I PLADECO DIAGNÓSTICO COMUNAL 2016-2021*. Santiago: PAC Limitada.
- Chung, S. T.-T. (2005). *Understanding Intercultural Communication*. Los Ángeles: Roxbury.
- Colegio de Periodistas de Chile. (24 de Abril de 2015). <http://www.colegiodeperiodistas.cl>. Recuperado el 13 de Diciembre de 2016, de <http://www.colegiodeperiodistas.cl>: <http://www.colegiodeperiodistas.cl/p/etica-periodistica.html>
- Corporación Cultural Universidad de Santiago de Chile. (2016). *Chuchunco, Memoria Social de La Población Los Nogales*. Santiago de Chile: Ojoentinta.
- Coser, L. A. (1956). *The Functions of Social Conflict*. New York: The Free Press.
- David Erlandson, E. H. (1993). *Doing naturalistic inquiry: A guide to methods*. Newbury Park: Sage.
- Del Arco, I. (1998). *Hacia una escuela intercultural. El profesorado: formación y expectativas*. Lérida: Edicions Universitat de Lleida.
- Dittborn, N. R. (2016). *La Migración en Chile: breve reporte y caracterización*. Madrid: OBIMID.
- EcuRed. (4 de Noviembre de 2009). *EcuRed*. Recuperado el 20 de Febrero de 2017, de EcuRed: https://www.ecured.cu/Migraciones_humanas
- EcuRed. (10 de Febrero de 2010). *EcuRed*. Recuperado el 24 de Enero de 2017, de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Haití>
- EMOL. (17 de Septiembre de 2016). Chile sacará sus tropas en Haití en abril de 2017, después de 13 años. Santiago, Santiago, Chile.
- Galla, A. (2010). *Armonía Social*. Australia: ICOM.
- Gammage, S. (1998). *La dimensión de género en la pobreza, la desigualdad y la reforma macroeconómica en América Latina*. Madrid: Mundi- Prensa.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: GRIJALBO.
- Garzón, E. I. (2000). Bases para el periodismo intercultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1.
- Gastón Gonzalez Parra, E. (7 de Febrero de 2017). Responsable de Sensibilización y Capacitación del Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior de Chile. (C. O. Sántibañez, Entrevistador)
- Gregorio Rodríguez Gómez, J. J. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Granada, España. : Aljibe.
- Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y Comunicación*. Bogotá: Editorial Norma.

- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social, clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 35.
- Hernández, V. H. (2014). Cultura, Multiculturalidad, Interculturalidad y Transculturalidad: Evolución de un Término. *Revista de comunicación y ciudadanía digital Universidad de Cádiz*, 73-83.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2012). *Compendio estadístico*. Santiago de Chile: INE.
- Jiménez, I. V. (2011). LA ENTREVISTA EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: NUEVAS TENDENCIAS Y RETOS. *Revista Calidad en la Educación Superior*, 120-139.
- Judge, S. P. (1994). *Comportamiento Organizacional, Conceptos, Controversias y Aplicaciones, Cap. XIII, P. 461. Edit. , 1994*. México: Prentice Hall, Sexta Edición.
- Llenderozas, E. E. (2006). *Argentina, Brasil y Chile en la reconstrucción de Haití: intereses y motivaciones de la participación conjunta*. Puerto Rico: Asociación de Estudios Latinoamericanos.
- Malinowski, B. (1972). *Una teoría científica de la cultura*. Barcelona: Edhasa.
- Manuel Canales Cerón. (2006). *Metodologías de Investigación Social*. Santiago de Chile: Lom.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones, comunicación cultura y hegemonía*. Bogotá: Nomos S.A.
- Mattelart, A. M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Maturana, H. (1994). *Amor y Juego. Fundamentos olvidados de lo humano*. Santiago de Chile: JC Sáez Editor.
- Merino, J. P. (15 de Octubre de 2008). *Definicion.de*. Recuperado el 22 de Febrero de 2017, de Definicion.de: <http://definicion.de/integracion/>
- Miller, S. C. (2007). *La Era de la Migración: movimientos internacionales de población en el mundo moderno*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Municipalidad de Estación Central. (2016). *TOMO I PLADECOS DIAGNÓSTICO COMUNAL 2016-2021*. Santiago: PAC Limitada.
- Navarrete, B. (2015). Factores explicativos de una oleada migratoria. El caso de Haití. *Revista de Ciencias Sociales*, 97-107.
- Nicolás Rojas Pedemonte, C. S. (2015). *Migración haitiana en Chile*. Santiago de Chile: Departamento de Extranjería y Migración de.
- Nicolás Rojas Pedemonte, N. A. (2015). Racismo y matrices de "inclusión" de la migración haitiana en Chile: elementos conceptuales y contextuales para la discusión. *Revista Latinoamericana Polis*, 1-23.
- Olmo, M. d. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales. *En Clave Pedagógica*, 13-24.
- Ossandón, F. (2012). *Apuntes de Clases Magister Comunicaciones UDP*. Santiago de Chile.
- Pairet, M. À. (1999). *Construir la escuela intercultural: reflexiones y propuestas para trabajar la diversidad étnica y cultural*. España: GRAÓ.
- Palmer, T. G. (2006). *Globalización y cultura: Homogeneidad, diversidad, identidad, libertad*. WASHINGTON: CATO INSTITUTE .
- Pizarro, J. M. (1997). *Situación y tendencias de la migración internacional en Chile*. Santiago Chile: CEPAL.
- Pizarro, J. M. (2003). *En encanto de los datos, sociodemografía de la inmigración en Chile según el CENSO de 2002*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Robert Redfield, R. L. (1936). *Memorando for the study of Acculturation. American Anthropologis*. New York: Wiley.
- Roberto Hernandez Sampieri, C. F. (2006). *Metodología de la Investigación*. Santa Fe, México: McGraw- HILL INTERAMERICANA.
- Rossmann, C. M. (1989). *Designing qualitative research*. , CA.: Newbury Park: Sage.
- Roussos, S. J. (2010). *El focus groups como técnica de investigación cualitativa. Documento de Trabajo N° 256*. Buenos Aires: Universidad de Belgrano.
- Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica. (2002). La cultura: un intento de definición. *Dossier Pedagógico Vivre ensemble autrement*.
- Soffia, V. C. (2009). Los estudios sobre migración internacional en Chile: apuntes y comentarios para una agenda de investigación actualizada. *Papeles de Población*, Versión online.
- Spá, M. M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas, Tomo II*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Swatson, D. S. (1998). De tomas de terreno a campamento; movimiento social y político de los pobladores sin casa durante las décadas del 60 y 70 en la periferia urbana de Santiago de Chile. *Boletín INVI*, 103-115.
- Tersa LaFromboise, H. L. (1993). *Psychological impact of biculturalism: evidence and theory*. . Psychological Bulletin.
- Tylor, E. B. (1977). *Cultura Primitiva, lo orígenes de la cultura*. Madrir: Ayuso.
- UNESCO. (2008). *Educación y Diversidad Cultural: lecciones desde la práctica innovadora en América Latina*. Santiago: Pehuén Editores.
- V., M. (2001). Multiculturalidad, Interculturalidad: Conceptos y estrategias. . *Vela Mayor*, 13-18.
- Viveros, J. A. (2003). *Liderazgo, Comunicación Efectiva y Resolución de Conflictos*. Santiago de Chile : Oficina Internacional del Trabajo Chile.
- Winkin, Y. (1984). *La Nueva Comunicación, selección e introducción de Yves Winkin*. Barcelona: Kairos.

Anexo

Especulaciones detonadoras de conflictos

Tanto en los grupos de discusión como en las entrevistas se dejaron entrever diferentes especulaciones respecto a hechos asociados a la migración haitiana y que interfiere en los niveles comunicacionales catalogados como D1, D2 y D3. Exponemos a continuación los principales y las respuestas que se les dieron desde el Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior, Gobierno de Chile.

1. “El Gobierno de Chile entrega un bono a los migrantes haitianos y eso genera envidia en los chilenos” (ECH).

Esta afirmación, expuesta por varios chilenos residentes en Los Nogales, es falsa. En la entrevista que se realizó al representante²³ del Departamento de Extranjería y Migración se le consultó sobre aquello y fue enfático en decir que el Gobierno de Chile no entrega ningún tipo de bono a ningún migrante (sea cual fuere su nacionalidad):

Lo que existe, y que podría ser la raíz del rumor, es una ayuda social que entregan seis municipios (incluido el de Estación Central) y que consiste en un apoyo económico en casos extremos de salud o vivienda, pero son casos extremos y muy puntuales. (A1DEM).

2. “El consultorio de la comuna está colapsado por los haitianos y nos dejan a los chilenos sin atención” (ECH).

Respecto de esta afirmación el representante comentó:

Tenemos datos empíricos de que el problema de cupos en las especialidades médicas es antiguo, grave y no se ha podido resolver. Ya existía ese problema social para los chilenos antes que llegara ese grupo de haitianos, por lo que no se les puede endosar la responsabilidad. Otro dato importante que hemos corroborado es que los migrantes haitianos usan los servicios médicos mucho menos que los chilenos, esto principalmente porque los que han llegado son una población joven, que ya tienen sus vacunas de niño y están en una etapa sana. Son menos intensivos en el uso de recursos de salud, pero son muy visibles y eso es lo que crea esta sensación (A1DEM).

3. “Los haitianos son callejeros y ordinarios porque a veces cuelgan su ropa en la calle” (ECH).

La explicación a esta afirmación es el problema de hacinamiento que viven actualmente los haitianos en ciertas localidades de Santiago, debido principalmente a temas de recursos y de segregación.

Los migrantes no logran llegar al arriendo regular, por un tema de discriminación o por temas de documentación. Hay ahí una barrera de acceso. Entonces esto los obliga a arrendar espacios sin una regulación específica, es decir, sin contratos que les permitan exigir las condiciones mínimas de habitabilidad. Hay un mercado en el que el Estado aun no puede intervenir, porque podría producir un drama social enorme si sacas de esas casas a montones de familias que no tienen donde poner.

El tema de la habitabilidad es una bomba de tiempo, pero no se puede resolver con sanciones. Requiere mediaciones, que es lo que ha estado haciendo los municipios, conversando con los arrendatarios para establecer algunas normas. Las soluciones no son fáciles ni de corto plazo, pero se están abriendo caminos para lograrla, por ejemplo, los migrantes ya no necesitan estar cinco años viviendo en Chile para postular al subsidio, ahora lo pueden hacer (al igual que cualquier chileno u otro migrante) desde que cuentan con su RUT (A1DEM).

²³ Gastón González Parra, Responsable Capacitación y Sensibilización Departamento de Extranjería y Migración, Ministerio del Interior, Gobierno de Chile.

4. “Los haitianos son ignorantes y no tienen estudios” (ECH).

Los haitianos que han ido ingresando al país en general si tienen estudios y la mayoría de ellos técnicos y/o profesionales. El problema es el reconocimiento de estos estudios en Chile.

Hasta el momento el Ministerio de Educación no incorporaba en los convenios internacionales de reconocimiento de título a los migrantes haitianos, pero eso ahora está en revisión porque se ha detectado que Haití suscribió a un pacto internacional de reconocimiento de estudios en el que también participaba Chile.

Además de eso, tenemos la barrera del idioma que dificulta conocer con certeza a qué nivel de estudios llegaron, ya que no tenemos un sistema que pueda unificar criterios y nos permita decir con exactitud el nivel académico. Por último, recordemos que hubo un terremoto en Haití que derribó varios Ministerios y se perdió mucha información que es necesaria para validar estudios (A1DEM).

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

BUMBA-MEU-BOI. Expressive popular manifestation of culture in São Luís do Maranhão

BUMBA-MEU-BOI. Expressiva manifestação popular de cultura em São Luís do Maranhão

Silvio Rogério Rocha de Castro²⁴

Esnél José Fagundes²⁵

Ana Leila Melonio dos Santos²⁶

RESUMEN: En las muchas peculiaridades de la popular cultura de Maranhão, se destaca el bumba-mi-buey, un acontecimiento de gran repercusión en la ciudad de San Luis, capital de Maranhão, describiendo su ritual, de los rehearsals a la celebración de la muerte, highlighting de la Iglesia, de la Iglesia, de la Iglesia, de la Iglesia y de la Iglesia.

PALABRAS CLAVE: bumba-mi-boi, popular cultura, histórico patrimony.

SUMMARY: Among the many peculiarities of the popular culture of Maranhão, it highlights the bumba-meu-boi as an event of great repercussion in the city of São Luís, capital of Maranhão, describing its ritual, from the rehearsals to the celebration of death, highlighting its characteristics, the changes that has passed and its importance in the environment of the cycle of the June celebrations of the city, commanded by Santo Antônio, São João, São Pedro and São Marçal.

KEYWORDS: bumba-meu-boi, popular culture, historical patrimony.

INTRODUCCIÓN

En San Luis de Maranhão, el bumba-mi-buey es parte esencial de los llamados Festejos Juninos, que giran en torno a las figuras de San Juan, San Antonio, San Pedro y San Marçal. Se revela como una manifestación cultural viva, presenta una contagiosa vocación lúdica, delimitada por el entusiasmo colectivo que se encarga de la ciudad, principalmente en el mes de junio. Aunque se origina de manifestaciones tradicionales populares de la cultura, el bumba-mi-buey permite la atracción y la atención del público y de los medios. Es, en general, programado en todos los detalles, siendo promovido, a priori, en fecha preestablecida, mes de junio - si bien hay presentaciones en otras fechas de intereses de los patrocinadores, de los políticos, de las empresas, de los chismes o como simple acontecimiento recurrente en momentos festivos. Se caracteriza, pues, como un evento cultural que, por más tradicional y espontáneo que sea, se ha efectuado como tal por vías indirectas, sin, sin embargo, sufrir cualquier descalificación como fiesta, broma.

El enfoque metodológico de este artículo tiene como punto central de análisis la investigación bibliográfica, con base en material pre-elaborado, constituido principalmente de libros y artículos científicos, además de publicaciones periódicas y / o estudios diversos. Se utilizó también la investigación documental, valiéndose de materiales que no hayan recibido un tratamiento analítico, o que pueden ser reelaborados conforme al objeto del estudio, simbolizando fuente rica y estable de datos en cualquier investigación de naturaleza histórica.

²⁴ Castro, Silvio Rogério Rocha de. Universidade Federal do Maranhão, Doutor, Brasil, silvioroger@uol.com.br

²⁵ Fagundes, Esnél José. Universidade Federal do Maranhão, Doutor, Brasil, esnefagundes@uol.com.br

²⁶ Santos, Ana Leila Melonio dos. Universidade Federal do Maranhão, Doutor, Brasil, leilameloniosantos@hotmail.com

SAN LUIS: CULTURA Y PATRIMONIO HISTÓRICO

(1616), que fue tomada por los portugueses (1615), invadida más tarde por los holandeses (1641) y retomada, definitivamente, por los portugueses (1644), São Luís es sede de la capital maranhense, considerada la más portuguesa de las capitales brasileñas. "Guarda reliquias inmensurables, de una belleza incalculable, a través de una arquitectura colonial sin igual, donde cada rastro, cada vitral, cada azulejo es una obra de arte expuesta en uno de los mayores museos al aire libre del mundo" (REIS, 1999, p. 32). Gilberto Freire identificó a San Luis como "la capital brasileña más portuguesa" (FREYRE apud REIS, 1999, p.32). A la riqueza del acervo arquitectónico erigido por los portugueses, el mayor y más homogéneo de América Latina, se debe hoy el título de Patrimonio Histórico de la Humanidad, concedido a la ciudad por la UNESCO a finales de 1997.

La isla de São Luís integra la "Aglomeración Urbana de São Luís", de la que forman parte los municipios de Paço do Lumiar, San José de Ribamar y Raposa. Se sitúa a dos grados al sur de Ecuador, encontrándose bien en el centro del extenso litoral maranhense, entre las bahías de San Marcos y San José, formadoras del Golfão Maranhense, separándose del continente por el Estrecho de los Mosquitos. Maranhão es el octavo Estado en extensión del país y el segundo del Nordeste, asemejándose en clima y vegetación a la Amazonia, siendo considerado perteneciente a la Amazonía Legal. La temperatura media del Estado es amena, típicamente tropical, con dos estaciones distintas: una lluviosa, el invierno, con inicio en diciembre y final en julio; y una sequía, el verano, entre julio y diciembre. Parte superior do formulário

A partir de 1756, con la creación de la Compañía del Comercio del Gran Pará y Maranhão, que incentivó la labranza mercantil, São Luís se consolidó como polo de exportación, principalmente de algodón, destinado a suplir las necesidades manufactureras de Inglaterra, llegando a Maranhão a ser "responsable de la mitad de las exportaciones totales brasileñas" (REIS, 1999, p.31). Con la introducción de las reformas económicas del Marqués de Pombal, hay un gradual aumento de la circulación de riquezas en la ciudad, dando origen a la formación de una elite económica, envuelta por el rigor social que separa señores y esclavos, amos y siervos.

En el siglo XIX, con la llegada de la familia real en Brasil, la sociedad de San Luis pasa por modificaciones aceleradas. La caída de la exportación del algodón, debido a la recuperación del sur de Estados Unidos tras los conflictos de la independencia estadounidense, sacude la economía local. Sin embargo, debido a sus funciones portuarias y de comercio atravesador, la ciudad mantiene su expansión, garantizada por la sustitución del plantío de algodón en el interior por la caña de azúcar, consolidando el urbanismo, con el refuerzo en las obras públicas.

En ese período, contrastando con la marginación de los esclavos africanos, la ciudad se caracterizaba por la imponente y buen gusto de las edificaciones civiles así como por la europeización de los hábitos y prácticas de las élites locales, como los saraus particulares y las idas al teatro para apreciar a las compañías extranjeras. En las calles, las redes y las sillas de arrastre son a los poco sustituidas por los carruajes, demostrando ostentaciones de poder y riqueza. En la época, la ciudad es considerada "una tierra de poetas, escritores, periodistas, oradores de talento, que le dieron el prestigio y la fama de ser la Athenas Brasileña" (ITAPARY, 1995, s.p.).

En el siglo XX e inicio del siglo XXI, con el declive de la actividad agroexportadora, a partir del retroceso del mercado exterior para el azúcar y el algodón y la emancipación del trabajo servil en los campos, el comercio de São Luís busca adecuarse a los cambios políticos y económicas, pasando a reinvertir sus capitales en actividades urbanas, como la construcción de fábricas de tejido e infraestructura en comunicación, transporte y saneamiento. Bajo la égida de la "modernización", con la apertura de carreteras estatales y federales, hay el desplazamiento de la principal vía de transporte de la ciudad, que era marítima, hacia la tierra, acarreado un cambio estructural en la capital.

En el caso de los municipios de la provincia de Buenos Aires, en el caso de los municipios de la provincia de Buenos Aires, La capital de Maranhão, conocida como "Isla del Amor" o "Ciudad de la Poesía" y, más recientemente, "Isla Rebelde", guarda reliquias de una belleza singular, a través de una arquitectura colonial única. En ninguna ciudad brasileña los portugueses usaron tantos azulejos, estando por todas partes, en las fachadas, en los patios, en las salas, en los pasillos, en las escaleras, en las fuentes, con estandares variados en forma de flores, bichos y motivos geométricos. De ahí otra denominación por la que es conocida: "Ciudad de los Azulejos y Sobradones".

La ciudad también posee otras manifestaciones lúdicas, folclore fértil, teatro, música, danzas, bailes, ferias, juegos colectivos, culinaria típica y cultura, excursiones. Sus calles, callejones y plazas, son detentoras de inusitados nombres, donde se tiene el placer de apreciar logradouros como calle de la Inveja, calle del Sol, calle de la Paz, calle de los Veados, calle de la Alegría, calle del Giz y calle de las Hortas; Plaza de los Amores, de las saudades, de la Alegría, del Panteón, de la Misericordia; En el momento en que se descubre la fascinación, desentrañar los misterios, conocer la historia, sentir la cálida suavidad de las arenas de las playas vírgenes que rodean la ciudad, una calle de la Boca, del Mocambo, del Coca Osso, de la Pacotilla, Oscuro, de la Prensa. que se ha convertido en una de las más antiguas del mundo, y que se ha convertido en una de las más antiguas del mundo. inconfundible.

LA FIESTA: EVENTO CULTURAL EN SÃO LUÍS.

El bumba-mi-buey, en su esencia, se presenta como un conjunto de personas reunidas en torno a un objetivo común - formar parte de la broma -, donde se identifican, incorporándola a su cotidiano. Funciona como una hermandad cuya proximidad se da por afectividad o física, o sea, vivienda en el mismo barrio o en las inmediaciones. "El buey forma parte de ese cotidiano sufrido de su gente, que reviste la broma de sus prácticas existenciales, usando a menudo su ritual como un vehículo para expresar su modo de pensar, sentir y actuar, como una estrategia para lidiar con su propia realidad" (CARVALHO, 1995, p.98). Así, el buey es una expresión cultural que en San Luis, a partir de su riqueza simbólica y belleza escénica, particulariza valores, reglas, emociones y sentimientos de la gente que lo hace.

El auto del bumba-mi-buey se basa en la historia de un buey robado del amo, por el Padre Francisco - hombre honesto y pacato -, para atender a los llamamientos de su mujer, Catirina, que, embarazada, desea comer la lengua del buey. La trama es descubierta por el amo que, furioso, manda perseguir al culpable, primero por los vaqueros y luego por los indios. Finalmente Chico es encontrado y llevado a la presencia del amo. Coagido, confiesa el crimen. Se llaman entonces los doctores o pajés que, con su poder de sanación, reaniman al animal muerto. En medio del contentamiento general, el buey vuelve a gritar y moverse vivamente. Chico es perdonado y todo termina en fiesta, con los jugosos entonando cánticos de alabanza, bailando alrededor del animal, en un clima de gran alegría en conmemoración de este milagro de resurrección. Es bueno que se diga que, actualmente, raro grupo de buey hace la representación completa del auto, ya que las invitaciones y compromisos diarios del grupo son innumerables y, como la puesta en escena dura en promedio tres horas, la solución es hacer una rápida muestra del mismo, que está preparado en términos de presentación.

La trama del bumba-mi-buey, por cuestiones variadas, puede presentar alteraciones, pero sus personajes principales poco o casi nada varían, permaneciendo intactos en sus estructuras. Se constituye, básicamente, de las figuras del amo (Señor), blanco portugués que denota el poder; Padre Francisco, negro, y su esposa Catirina, cabocla, representando el elemento social dominado; y el buey o el toro. En un plano secundario, se encuentran personajes, la mayoría de las veces con funciones coreográficas, como doctor o pajé (aquel que trae de vuelta a la vida), los indios e indias (que con innumerables variaciones de enredo, son sólo figuras decorativas) (figura fantasmagórica, en forma de muñeca de dos o tres metros de altura, que asusta a Chico sacudiendo los brazos y emitiendo sonidos fantasmagóricos), el payaso de paja (consta de gran fantasía hecha de paja de plátano, que en algunos (buey sustituye a la caipora en el asustar a Chico), la burrinha (figura muda incluida en el cordón que se presenta al frente en el conjunto, abriendo paso entre la asistencia), el cazumbá (usa máscara, traje largo bata pintada en colores gruesos, cuya función es (...), distraer y divertir los regalos antes de la matanza, manteniendo la organización del cordón de los juguetes, no teniendo participación en el auto), el miolo (aquel que juega bajo el armazón del buey, siendo ágil y armonioso, evo (los participantes que acompañan al grupo, ayudando en la distribución de bebidas y comidas, y en la guardia de ropa y adornos de los juguetes).

La indumentaria se caracteriza, tradicionalmente, en el amor por ser rica, la base de pantalón de terciopelo, camisa de seda y pectoral, en colores vibrantes y ricamente bordados a paetés y canutillos, añadiendo un manto con borde de arminho igualmente lujoso. Los vaqueros y los tocadores también se presentan de forma imponente, dependiendo de las condiciones económicas del grupo. Los indios e indias y los caboclos de plumas presentan adornos trabajados con pesadas plumas de pavo o ema. Pai Francisco se viste de trapos y usa máscara de media, trayendo en las manos una pequeña muñeca que, tan pronto como sea tocada por alguien de la audiencia, permite al poseedor exigir un regalo, generalmente dinero. Madre Catirina, normalmente un hombre travestido, se viste con falda larga y paño en la cabeza. El doctor usa chaqueta desbotada.

El sombrero, de manera más acentuada que el ropaje es el gran identificador del grupo de buey, con estilo que varía de acuerdo con el acento. El buey es también determinante en la identificación del grupo a partir de su cuero. "Boi que se preca no repite cuero ni ropa" (SANTOS, 1993, p.11). Su cuerpo es un marco ligero de madera, revestido de estopa y terciopelo bordado ricamente a la mano, en los más graciosos, pintorescos y originales dibujos, como santos, paisajes, y

retratos de personalidades, en una profusión de detalles y capricho de composición. Los ricos bordados de la ropa, sombreros, máscaras y cueros de los bueyes demuestran la riqueza y variedad de la artesanía local.

De la unión de las perlas, canutillos, piedras y adornos surgen paisajes delicados, escenas históricas, santos y políticos, completando el espectáculo de indescriptible belleza. El nombre, el carácter y la posición social del personaje pueden variar, pero obedecer siempre a una estructura dramática, con un único conflicto para determinar su acción: la necesidad. Estructuralmente, según Azevedo Neto (1997, p.94), los personajes básicos del auto pueden presentarse como "una que tiene, que puede y no necesita; una que podría ayudar, pero no lo hace; una que no tiene, no puede y necesita; una que quiere ayudar pero no está en condiciones de hacerlo.

LOS ENSAYOS, BAUTISMO, PRESENTACIONES Y MUERTE DEL BUEY

En los primeros días de la fiesta, los ensayos del buey comienzan el sábado de aleluya, entre mediados y finales de abril, al final de la cuaresma, siempre por la noche, extendiéndose hasta el día consagrado a San Antonio, el 13 de junio, ensayo o ensayo redondo. La presentación de toadas de la nueva temporada del grupo es el fuerte de los ensayos. En el análisis de Azevedo Neto (1997, p.66), esta costumbre está desapareciendo, "casi todos los bueyes ya hacen ensayo redondo después de la fiesta, los ensayos se suceden, sin embargo, en el análisis de Azevedo Neto (1997, p.66) del 13 de junio "; lo que no causa ninguna sorpresa, ya que, de acuerdo con las contingencias de la vida cotidiana clase trabajadora, el último ensayo sólo ocurre en esta fecha cuando la misma coincide con un sábado, de lo contrario, se realiza el sábado más próximo de este día.

El bautizado del buey ocurre el 23 de junio, víspera de San Juan, en pleno período junino. En un clima de fiesta, revestido de religiosidad y emoción, "como si ese acto pudiera atraer a la casa consagrada fluidos de paz, suerte y felicidad, abriendo el camino del bien para su existencia" (CARVALHO, 1995, p.112). Es un acto religioso donde los grupos consagran a San Juan su temporada de presentación y se renueva el compromiso de cada participante en el transponer la barrera entre la vida cotidiana y el mundo social público del buey. Este es el momento de estreno de las ropas nuevas de los juguetes, sus incautas, sus cintas, sus sombreros, y del cuero del buey, una vez que cada año el buey se presenta con un cuero nuevo, que se mantiene en secreto hasta la hora del bautismo, cuando es mostrado al público, con coloridos motivos ricamente bordados.

Las presentaciones públicas ocurren, intensivamente, del 23 de junio, víspera de San Juan, pasando por el día de San Pedro, el 29 de junio, concluyendo el día de San Marçal, el 30 de junio. Es un período de gran movimiento en la ciudad, con arraial por todos lados, barracas, muros, sistemas de sonido e iluminación, comidas y bebidas típicas, juegos, bailes, subastas, parques de diversiones y extensa programación de bailes populares como el tambor de criolla, el lelo, el acuriá y el coco. Es el pueblo en gran espectáculo, reunido por el ritmo contagioso de los tambores, de las matracas, de los zabumbas y orquestas, en el centro de la ciudad, en la periferia y en las circundantes.

En el presente trabajo se analizan los resultados obtenidos en el análisis de los resultados obtenidos en el análisis de los resultados obtenidos en el estudio. , incluso, cambió la situación de comedia del proceso ritual original debido a la creciente disminución de su nivel de importancia en la dinámica de las presentaciones públicas. "Es pertinente atentar para la actualización de la forma tradicional del juego en función de la propia dinámica de la realidad de los grupos".

El ciclo anual del bumba-mi-buey tiene su cierre con la fiesta damorte del buey, donde al mismo tiempo que se conmemora un exitoso ciclo de la broma, en un sentido de despedida, se constituye en una especie de festejo, celebrando la felicidad y la nostalgia, la alegría y la tristeza, el placer y el dolor, marcados por el entusiasmo, la animación y la euforia. "La matanza del buey es una hermandad" (PRADO, 1977, p.183). En la actualidad, esta ceremonia es muy rara, ya no se deshace de los aprehensiones debido a las invitaciones especiales para presentaciones fuera de temporada y por cuestiones económicas: el buey puede no morir más, pero la fiesta permanece.

GRUPOS Y SUBGRUPOS DEL BUMBA-MI-BUEY

Por acento se entiende el estilo individual de cada conjunto de bumba-mi-buey, el ritmo de la música, las formas, las expresiones predominantes, su manera de ser, que varía según el gusto estético de la concepción, organización y formas de presentación. En el caso de que se trate de un grupo de bumba-mi-buey, el punto de poder decir que no existe un solo conjunto debo igual, al otro.

En el caso de los zapumba o de Guimarães (con acentuada presencia africana marcada por la percusión rústica apoyada en los tantán, grandes tambores, produciendo un ritmo lento, que remite a la tristeza de las senzalas), existen divergencias de opiniones por parte de los investigadores en cuanto a la clasificación de los acentos, , Matraca (propio de los bueyes de la isla de São Luís, abierto al público en general, formando con ellos batallones de personas, musicalmente identificadas por la presencia de pandeirones y matracas en gran cantidad, recordando los rituales indígenas), Pindaré (oriundo de la Baixada Maranhense, caracterizado por el toque más ligera y más suave de los panderos y de las matracas, ambos menores, además del armario exuberante y riqueza de los grandes plateados rajados adornados de plumas y cintas coloreadas), Orquesta (de contenido básicamente europeo, marcado por un ritmo alegre, producido por un ritmo alegre, conjunto de instrumentos sonoros, como los pistones, sax, clarinetas y banjos, acompañados de una percusión sueca ave).

Azevedo Neto (1997, p.26) no concuerda con la clasificación arriba, aunque la misma sea convenida en São Luís, para mejor caracterizar los bueyes. Para él, la incorrección se da porque aquella división sobrevaloriza el término acento, haciéndolo abarcar más de lo que puede. "Hay, también, descuido en la observancia de varias diferencias entre bueyes colocados bajo un mismo título, las cuales, si no logran separarlos en subgrupos, son bastantes para distinguirlos en acento". Él cree correcto clasificar los bueyes en grupos y subgrupos. En el primero se halla la influencia mayor, donde se observa los instrumentos utilizados, el golpe básico, la idea central del armario y la danza. En el segundo se encuentran las formas derivadas de los grupos, cada uno presentando pequeñas o grandes alteraciones, dentro de un conjunto mayor de características, en obediencia a las influencias de la región originaria. En este sentido, existen grupos africanos, indígenas y blancos, surgiendo, a partir de ahí, innumerables subgrupos.

Así, el Grupo Africano es identificado por el ritmo fuerte y vibrante, con trazos de samba y macumba, marcado por el zabumba (instrumento de percusión que expresa el golpe) y tambor de fuego, presentando un nuevo siempre nuevo, descomprometido con el original. La matraca (hecha de piezas de madera que cuando golpean una en la otra emiten un sonido estridente) da un ritmo más lento, cadenciado, más festivo, altamente contagioso al Grupo Indígena, que busca respetar el auto original, donde se destacan los caboclos o indios reales con sus grandes plateas de plumas de avestruz o pavo real. El Grupo Blanco, fruto de la diversidad de ritmos cuyo bailado es herencia de las danzas de salón europeas, hechas en par, utilizando pocas plumas y cintas, sustituidas por bordados con perlas, canutillos y paetés en dibujos elaborados. "La tradición, por lo tanto, de cada buey, es mantener el armario y el buey" (p.27).

Además del buey, otras manifestaciones culturales

San Luis es fértil en manifestaciones populares de cultura. Esto se debe al mestizaje entre blancos, negros e indios, formadores de la cultura del pueblo. "La presencia actuante del portugués y después del negro, sin olvidar al indio, dieron coordenadas para el proceso folclórico en Maranhão" (COSTA FILHO, 1979, p.78). Estas razas siempre tuvieron la danza y la música en su cotidiano, poseyendo en sus raíces el gusto por los ritmos de sus antepasados, expresados en su cultura. En el negro, en especial, Costa Filho resalta adoración por la danza, por la liberación del cuerpo, con requebros cadenciados y saracoteados frenéticos, siempre recordando su tierra de origen, Es en la fuerza de esa raza que nacieron las más fuertes manifestaciones de cultura popular de São Luís , una historia de resistencia en nombre de la libertad de culto y de expresión.

"Hay registros, ya en los tiempos coloniales, de la prohibición, bajo pena de prisión por nueve días continuos y 50 azotes a la vez" en negros que usaban tambores, batucos, violas, panderos y ni otros instrumentos, que hagan provocar danzas y reuniones. (...), secularmente seguidos por vehemente protesta contra las manifestaciones dominicales de regocijo de los negros, llamadas "danzas inconvenientes", cuestionándose si "el batuque de negros podría recrear a cualquiera que fuese" (MORAES, p. , 1995, p.218). En la actualidad, las celebraciones populares tienen presencia afirmativa como símbolo y núcleo de resistencia, aunque en constante reciclaje, ajustándose al fluir del tiempo, en su marcha

recreadora, pero manteniendo la misma alambúrica del pueblo, representada por sus danzas, festejos y sus innumerables juegos.

El tambor de criolla, danza informal donde se observa la participación destacada de la mujer "es un simple batuque caracterizado, desde el punto de vista coreográfico, por la umbigada, que para nosotros tiene la denominación de punga" (VIEIRA FILHO apud REIS, 1999, p.37). Para algunos, es considerada una danza erótica, sensual. Es practicada predominantemente por descendientes de negros. Considerada una danza de la Isla de San Luis, el cacuriá tiene un ritmo contagioso y lleno de malicia, haciendo uso de una coreografía rápida con canciones y refranes del imaginario popular.

Con la participación indígena visible en su coreografía, la danza del coco es una de las más populares del Nordeste. Es danza de rueda cantada, con acompañamiento rítmico de palmas, panderos, ganzás, violas y guitarra. Es común en el litoral. De origen europeo, la danza del lelé es ejecutada en pares dispuestos en filas de hombres y mujeres, vinculada, en la mayoría de las veces, a un pago de promesa, la Fiesta del Divino, y el derribamiento o levantamiento de mástiles.

Aunque virtualmente desaparecidas, en San Luis se encuentran vestigios de fiestas como el tambor de tabú, hermoso, caminha-verde, guar, cabeza de bagre, y las fiestas del ciclo navideño: hijas de Belén, de Jerusalén o de Judá, pastoritas, pastores, reyes, lapinas, pesebres, quema de pajitas.

"En el carnaval ya no existen cordones, cursos, entrudos, asaltos, barajas, batallas de flores y confeti" (MORAES, 1995, p.220). Y casi se extinguieron las figuras del cruz-diablo, del oso, del dominó, de la colombina, del muelle y del fofón - aunque haya movimientos visando al revivir de los antiguos carnavales, con énfasis para las manifestaciones callejeras. Hoy, con la baianización del carnaval, evidenciado por carnavales fuera de temporada con atracciones típicas de la cultura baiana, como la adopción de rieles eléctricos, sumados a la masificación impuesta por los medios y al descuido de las personas y de la política turístico-cultural de la ciudad, esta manifestación del pueblo, que ya representó la tercera fiesta de momo en el mundo, vive un momento de reflexión y grandes recuerdos, por los cuales muchos todavía suspiran.

El tambor de mina se trata de la denominación de una de las religiones afrobrasileñas que se caracteriza, entre otros aspectos, por constituirse en religión de trance o posesión, en que entidades sobrenaturales son cultuadas, invocadas y se incorporan en participantes, principalmente mujeres, sobre todo con ocasión de fiestas, con cánticos y danzas, ejecutados al sonido de tambores y de otros instrumentos "(FERRETTI, 1985, p.13). Es un culto que recibe varios nombres en diferentes regiones del país, como candomblé, batuque, xangô y macumba. En San Luis se practica en la Casa de las Minas, Querebetan de Zomadomu o terreiro de Zomadomu. Ferretti indica que el tambor de mina se constituye en una práctica religiosa donde decenas de hijas de santo invocan y reciben, en estado de trance, las divinidades cultuadas, llamadas voduns. "Es también una de las formas posibles de manifestaciones de la creatividad y de la organización popular, exteriorizada, sobre todo durante la realización de las fiestas, que son bonitas, en las que se usan vestimentas diferentes y en las que las personas desempeñan papeles diversos de los de la vida cotidiana" (p. 15). Comer bien en San Luis, tal cual el rufar de los tambores y el sonar de las matracas, es tradición, donde el arte de la cocina se confunde con la historia de la ciudad, propiciando los placeres de la gula.

Con la influencia portuguesa y africana, la estructura básica de la culinaria de la ciudad está en la mezcla de ingredientes que resulta en una cocina rica y variada, "El portugués trajo el coco asiático, el arroz y condimentos y especias aromáticas y de gusto picante. El negro africano compite con el dendê y una serie de pimientos ardientes "(VIEIRA FILHO, 1977, s.p.). El indio dejó su marca en menores proporciones, a ejemplo de la harina de mandioca, hierbas y mingaus.

Hay que ver que San Luis es una isla, con diversidad y abundancia de frutos del mar, se destacan en su culinaria torta de camarón, los casquitos de siri o cangrejo, las pescadas rellenas, las sierras y tainhas fritos, sin olvidar los cocidos, y en el caso de los campesinos y de los países de la región. El arroz y la harina de mandioca son presencias garantizadas en las mesas de São Luís. Con el primero se hacen excelentes platos, como el arroz de cuxá, arroz de camarón, arroz de tocino, arroz de jaçanã y arroz Maria Isabel. Con la segunda, se hace la farofa, los pirones, las palmas, los chibés, las tiqueces y los mingaus.

En el caso de San Luis, como el resto del Estado, según Moraes, el plato más característico es el cuxá, que se come con arroz blanco, pescado frito o torta de camarón. Salada de cangrejo, revuelto de camarón, pajada, caldera y cangrejo toc toc son motivo de cálidos elogios de los comensales que casi nunca se resisten a estas delicias.

Se suman a eso, los postres típicos afamados como los dulces de bacuri, buriti, abricó, murici, jaca y carambola - frutas típicas de la región. Para beber, el sueño rosado del Guaraná Jesús, los jugos de juçara, murici, bacaba, jacama, cupuaçu, cajá, cajú y tamarindo, entre otros, seguidos de fragancias y sabores variados.

Ciudad de ritmos exóticos, donde compositores e intérpretes locales garuran fuentes de música ricas en referencias estéticas y sonoras, con ritmos que resisten al tiempo sin perder su esencia. "Tierra de los bambas de todos los sambas. Y en el caso de las mujeres. San Luis del himno de Bandera Tribuzi. Isla cantada por Alcione y Nonato Buzar. Tierra de los acordes de Turibio Santos "(ITEVALDO JÚNIOR, 1999, p.4). En el caso de que se produzca un accidente de tránsito en la ciudad de Río de Janeiro, en el caso de que se produzca un accidente.

El modelo vivo de escenas cotidianas, San Luis es una unanimidad entre los que se lanzan al desafío del arte. "Es raro el artista que resiste la tentación de tomarla en los brazos, recrearla en luz y sombra, pincelar detalles en su geografía, colorear su tez de isla perdida ante el caos" (CABALAU, 1999, p.6). Fuentes, aleros, tejados, azulejos, callejones, puentes, plazas y calles, la ciudad, generosa, tiene escenarios mil, convirtiéndose en fuente de inspiración. Que se ha convertido en el tema de sus obras, renovando, en miradas singulares, la belleza de la ciudad.

San Luis inspira más que poesía. El título de Atenas Brasileña y el orgullo de ser considerada la ciudad en que mejor se habla el idioma nacional demuestran que quien allí nació desarrolló un estilo propio para retratar en palabras el mundo a su alrededor. El pronombre personal tú es marca registrada en el lenguaje de quien vive en la Isla, en contraposición al tú, adoptado por el resto del país.

En la ciudad, trinquete de autobús es mariposa; Acai es juez; el punto de autobús está parado; sandalia es zapatilla; cabina es crucet; y en el caso de que se trate de una persona que no sea de su agrado o de su familia, , Nauro Machado y Ferreira Gullar, citando algunos que allí nacieron. "Son poetas dueños de un estilo peculiar, nacidos en una Isla considerada rebelde y que, tal vez por eso, no se rinden al consenso de la lengua nacional" (FIGUEIREDO, 1999, p.8).

CONSIDERACIONES FINALES

Se buscó analizar el bumba-mi-boi como significativa manifestación de la cultura popular de São Luís do Maranhão, contextualizado como evento cultural de mayor expresión en la ciudad con ocasión de los tradicionales festejos juninos, sin la pretensión, sin embargo, de agotar el asunto, pero sólo buscar comprenderlo, cultural y socialmente. Se trata, ciertamente, de una larga trayectoria, en la medida en que el bumba-mi-buey se constituye de las manifestaciones populares más expresivas en simbologías, mitos, ritmos, fábulas y magia, no siendo un evento aislado, sino presentando enfoques de la realidad de un pueblo, sosteniendo, incluso, otras manifestaciones populares como las pandillas, los shows de cantantes populares, innumerables presentaciones de danzas como el Tambor de Criolla, el Lelê, la danza del Coco y el Cacuriá. Son las tradicionales fiestas juninas de São Luís, con sus típicos arraial, donde calles, traviesas, avenidas y callejones, adornados de banderines, palmeras de ariri, barracas de paja y fogatas, en un espectáculo de indescriptible belleza.

REFERENCIAS

- AZEVEDO NETO, Américo. Bumba-mi-buey de Maranhão. San Luis: Alumar, 1997.
- BASTIDE, Roger. Sociología del folclore brasileño. San Pablo: Anhembi, 1959.
- BUMBA-MEU-BOI: poesía y tradición. Vagalume. San Luis: Sioge, mai./jun./jul. 1993, p.25.
- CABALAU, Clóvis. Ciudad Refeita en Cores, El Estado de Maranhão, São Luís, 7 sep. 1999, Alternativo, p.6.
- CARVALHO, Maria Michol. Las marcas que desafían el tiempo: el bumba-mi-buey de Maranhão ... São Luís, Edufma, 1995.
- CASCUDO, Luis de la Cámara. Diccionario del folclore brasileño. San Pablo: Global, 2001.
- Y en el caso de las mujeres. La práctica de la investigación. Sao Paulo: Pearson, 2006.
- CASTRO, Sílvio. Evento cultural: el bumba-mi-buey de San Luis de Maranhão. (En el caso de las mujeres). En el caso de las mujeres. Uso de la cultura, política y acción cultural. San Pablo: Cortez, 1998.
- _____. Diccionario crítico de política cultural. San Pablo: Iluminuras, 1999.
- COSTA HIJO, Odylo. Folklore brasileño - Maranhão. En el caso de las mujeres.
- FERRETTI, Sérgio ET alli. Tambor de criolla: ritual y espectáculo. San Luis: Sioge, 1979.
- _____. Querebetan y Zomadomu: etnografía de la Casa de las Minas. San Luis: Eufma, 1985.
- Y en el caso de las mujeres. San Luis, fuente de inspiración eterna. El Estado de Maranhão. En el caso de las mujeres.
- ITAPARY, Joaquim. San Luis tinte por tinte. Mapa turístico de la ciudad de São Luís. São Luís: Maratur, 1995. s.p.
- ITEVALDO JÁNIOR. Isla de Todos los ritmos. El Estado de Maranhão. San Luis, 4 de septiembre. 1999, Alternativo, p.4.
- LIMA, Carlos. Historia de Maranhão. Brasilia: Centro Gráfico, 1981.
- _____. Bumba-mi-buey. San Luis: Sudema, Furintur, 1971.
- LOPES, María Immacolata Vassalo de. Búsqueda en comunicación. En el caso de las mujeres.
- MARQUES, Ester. Medios y experiencia estética en la cultura popular: el caso del bumba-mi-buey. San Luis: Prensa Universitaria, 1999.
- MORAES, Jomar. Y en el caso de las mujeres.
- En el caso de las mujeres. San Luis: Informes, 1999.
- _____. Bumba-mi-buey: el mayor espectáculo popular de Maranhão. Recife: Massangena, 1984.
- SANTOS, José de Jesús. El bumba-mi-buey de Maranhão. San Luis: FMC, 1995.
- Vieira Filho, Domingos. Folklore brasileño. Maranhão, Río de Janeiro: Funarte, Compañía de Defensa del Folclore Brasileño, 1977.
- _____. Breve historia de las calles y plazas de San Luis. San Luis: Olímpica,

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Contribuições da interculturalidade para a construção da noção de sujeito da população negra no Brasil

Contributions to the interculturality in order to the construction of a self notion within the black population in Brazil

Paola Diniz Prandini ²⁷

RESUMEN: Em um país multirracial como o Brasil, refletir sobre a interculturalidade e a construção da noção de sujeito da população negra do país infere questões que dialogam com a dificuldade da absorção de qualificações positivas a respeito de si próprio e, por isso, a discussão sobre a subjetividade dessa parcela – majoritária – da população convém ser colocada em pauta.

PALABRAS CLAVE: Identidade, Interculturalidade, Negritude.

ABSTRACT: In a multiracial country such as Brazil, reflecting on interculturality and the construction of the self notion of the country's black population infers questions that dialogue with the difficulty of absorbing positive qualifications about oneself and, therefore, the discussion about the subjectivity of this part - majority - of the population which should be placed on the nowadays interests of this society.

KEY WORDS: Identity, Interculturality, Blackness.

INTRODUÇÃO

Neste texto, pretendemos colocar em questão a importância da construção da noção de sujeito para a população negra brasileira, dentro das perspectivas dos estudos acerca da interculturalidade. Afinal, no contexto da globalização, "o aumento das migrações e o crescimento das cidades, os desafios conexos com a preservação da identidade cultural e o fomento do diálogo intercultural adquirem uma nova projeção e tornam-se mais urgentes", conforme declaração da Unesco, em 2009.

Refletir sobre identidade é primordial para qualquer estudo que pautar a interculturalidade. Segundo Denys Cucho (2002, p. 182), "a identidade é uma construção que se elabora em uma relação que opõe um grupo aos outros grupos com os quais está em contato". Com a mesma lógica, Rodrigo Alsina (2004, p. 55) diz que "a identidade é uma construção cultural fruto da socialização e da interação social", o que mostra que, para ambos os autores, a identidade é construída pela comparação e também pela diferenciação.

De acordo com Ferrari (2015, p. 59): "o êxito do diálogo intercultural não depende tanto do conhecimento dos outros, mas sim da capacidade de ouvir, da flexibilidade cognitiva, da empatia, da humildade e da hospitalidade". Tal afirmação está totalmente em diálogo com a obra de Stuart Hall (1993), que também nos provoca a pensar em identidade por meio da perspectiva do outro. Ao adotar a identificação, Hall defende que nenhuma identidade é fixa ou imóvel e que não somos capazes de encontrar verdades absolutas sobre as identidades.

O conceito de interculturalidade enfatiza que a 'comunicação' entre os diferentes que habitam em um mesmo espaço, ao mesmo tempo, se dá pela necessidade do estabelecimento de uma base comunicacional comum, a partir de sua mútua compreensão a respeito do que, naquele determinado contexto, deve ser o centro da comunicação. Nessa perspectiva, pode-se compreender que a interculturalidade é relacional, podendo servir para estabelecer pontes entre culturas e teorias, por se tratar de um cruzamento com outras culturas e teorias.

²⁷ Paola Diniz Prandini. ECA-USP, Mestra em Ciências da Comunicação, Brasil, paola@usp.br.

A promoção do diálogo intercultural está relacionada em grande medida com a abordagem de identidades múltiplas. Não se deve encarar o diálogo como uma perda do próprio, mas como algo que depende do conhecimento que temos de nós mesmos e da nossa capacidade de passarmos de um conjunto de referências a um outro. E, portanto, o diálogo cultural só pode existir à medida que a comunicação intercultural tenha sentido ao sujeito (BARBOSA e VELOSO, 2007 apud FERREIRA, 2015).

Por isso, neste artigo, levantaremos a hipótese de que, para refletir criticamente acerca da noção de sujeito da população negra brasileira, é essencial pensar a interculturalidade e, dessa forma, também buscar compreender o conceito de identidade. No caso da argumentação de Jean-Pierre Warnier (2000, p. 16), “a identidade é definida como o conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social e identificar-se com ele”.

DESENVOLVIMENTO

Nesse sentido, para ampliar nossa visão a respeito do sentido das palavras “preto” e “branco” na Língua Portuguesa, recorreremos a um dicionário, para identificar como a linguagem pode ser instrumento de opressão. Ao folhear um dos mais populares dicionários brasileiros, o “Aurélio”, encontra-se definições para os termos *branco* e *negro*, conforme se mostra a seguir:

Branco: adj. 1. Da cor da neve, do leite, da cal, alvo. 2. Diz-se das coisas que, não sendo brancas, têm cor mais clara que outras da mesma espécie. 3. Pálido, descorado. 4. Prateado, argênteo. 5. Diz-se do indivíduo de raça branca. Sm. 6. A cor branca. 7. Homem de raça branca. 8. Espaço entre linhas escritas ou impressas (FERREIRA, 1989, p. 78).

Negro: adj. 1. De cor preta. 2. Diz-se do indivíduo de raça negra; preto. 3. Sujo, encardido. 4. Sombrio. 5. Lúgubre. Sm. 6. Indivíduo de raça negra. 7. Escravo (IDEM, 1989, p. 353).

Compreendemos, a princípio, que definições de dicionários baseiam-se em hábitos culturais de uma determinada sociedade, de um determinado povo, compreendendo as noções históricas de uma nação e, há de se convir, que ser chamado de negro(a) na rua não é algo positivo, de antemão.

Pode-se dizer que, a partir do que foi exposto acima, temos um exemplo do que Johan Galtung (1989) chama de violência cultural. Para o autor, esta se dá no âmbito simbólico da nossa existência e é materializada “na religião e na ideologia, na língua e na arte, nas ciências investigativas e formais – lógicas e matemáticas e pode se utilizar para justificar ou legitimar a violência direta ou estrutural” (GALTUNG, 1989, p. 7, em tradução livre).

Além disso, tem-se, de acordo com Bakhtin (2002, p. 36), que “a palavra é um signo neutro, que pode preencher qualquer espécie de função ideológica”, ou seja, pode adotar diferentes significados dependendo do contexto em que está inserida e de quem a pronuncia, levando em conta a forma como o faz. O meio em que vivemos não só determina o modo como falamos, mas também colabora na definição da nossa percepção do mundo à nossa volta.

Nesse sentido, parte da psicologia – talvez determinada pelas condições de um mundo pós-moderno – embasa-se no dado sócio-histórico, fundamentando-se no materialismo histórico e dialético, que compreende o sujeito e a subjetividade como produções históricas²⁸ numa relação dialética com a realidade. “A subjetividade é constituída através de mediações sociais, implicando, portanto, necessariamente, a relação com um outro, via linguagem” (Ciarlini, 2007). E aqui chegamos à nossa defesa principal neste texto: entendemos o sujeito, portanto, como um *sujeito interativo* (grifo nosso) nos dias de hoje.

²⁸ Vale salientar que Bakhtin discorre também sobre o conceito de historicidade. Para o autor, não se deve reduzir o momento presente à algo derivado do que lhe foi anterior, deve-se, todavia, levar em conta a “presentividade” de cada momento. “Ao entendermos o passado histórico, ou outros estágios da vida de uma pessoa, devemos notar como frequentemente interpretamos o passado anacronicamente. Ao fazermos isso, representamos erradamente o passado, porque todo passado exibiu sua “presentividade” quando ocorreu; cada instante teve o potencial de muitas direções. Cada participante experimentou aquele senso de tempo distinto no momento” (MORSON e EMERSON, 1990, p. 46 apud OLIVEIRA, 2008, p. 11).

Dessa forma, salientamos que esse sujeito – determinado por condições sociais e históricas - não absorve passivamente as ações do mundo em que vive, mas apropria-se dele de maneira ativa, criando sentido para esse espaço que habita e com o qual dialoga. Por isso, um estudo como este - que se pauta, principalmente, na linguagem - jamais poderia deixar de lado as fortes marcas dos verbos “ser” e “existir” quando se tem como foco de pesquisa a noção de sujeito e a constituição da subjetividade.

Se retomarmos as interpretações pautadas no saber divulgado na atualidade, como as explicações que encontramos em dicionários da Língua Portuguesa, encontraremos, entre outras especificações, a seguinte (MICHAELIS, 2011):

Ser: 1. Designa, por antonomásia, a existência real e absoluta; 2. Existir, estar; 3. Estar, ficar, tornar-se; 4. Estar conforme; 5. Consistir em; 6. Igualar-se a.

Existir: 1. Ter existência ou realidade; 2. Ter o ser; 3. Viver; 4. Durar, permanecer, subsistir; 5. Haver; 6. Permanecer.

Dentre as qualificações acima citadas, a que mais nos chama atenção é aquela que afirma que “ser” é o mesmo que *estar conforme* e que “existir”, por sua vez, significa *ter o ser*. Portanto, o ato de existir, para aquele que vive como SER humano está totalmente ligado ao que o chamado Outro (aqui com inicial maiúscula, propositalmente, para identificá-lo como uma espécie de sujeito ativo no processo de constituição da subjetividade alheia) lhe confere como sendo a maneira de ser alguém e, por assim dizer, existir para um grupo determinado, que tanto pode ser um grupo de pessoas de uma mesma comunidade – como uma escola –, ou a sociedade em que vivemos, se pensarmos de uma forma mais abrangente. Bakhtin (2000, p. 36-37), ao enfatizar que o eu e o outro se constituem mutuamente, em uma relação tensa e dinâmica, explica essa co-dependência:

Na vida, depois de vermos a nós mesmos pelos olhos de outro, sempre regressamos a nós mesmos; e o acontecimento último, aquele que nos parece resumir o todo, realiza-se sempre nas categorias de nossa própria vida.

Bakhtin (2000) compreende esta dependência entre o eu e o outro com base nos conceitos de extraposição e de excedente de visão, que são determinados, por sua vez, em noções de tempo e de espaço na denominada “arena discursiva”: um espaço em que, por meio dos conflitos e da luta discursivos, os indivíduos constroem conhecimento a respeito dos outros e, dessa forma, sobre si próprios.

Para o autor, um indivíduo sempre enxerga algo que está fora do campo de visão de um outro, ou seja, existe, nesse processo, um excedente de visão, algo que o primeiro não consegue ver por conta da posição em que se encontra no determinado espaço que ocupa, balizado, conseqüentemente, pelo tempo em que essa ação ocorre. De acordo com Lodi (2006, p. 2):

Assim, a tomada de consciência do eu ocorre somente quando este se coloca sob determinada norma social e esse processo só é possível na medida em que o eu olha para si pelos olhos de outro, pois tudo o que está relacionado com o eu foi dado pelo mundo exterior, penetrou em sua consciência pela linguagem do outro e, portanto, carrega em si as entonações e os valores do(s) outro(s).

Nesse sentido, é essencial nos remontarmos para uma prática tão comum e ao mesmo tempo precoce (se pensarmos em termos cronológicos), de ações como a de diversas mães negras, que, logo cedo, quando seus filhos têm por volta de dois anos, já os colocam no meio de suas pernas, a fim de trançar seus cabelos, numa espécie de tentativa de “domar a juba”, ou seja, usar de estratégias estéticas para que o cabelo crespo de seus descendentes – também conhecido como “cabelo ruim”, na linguagem popular – seja mais bem visto e/ou aceito na sociedade, num intuito de agradar ao Outro acima referenciado por Bakhtin.

Atualmente, os seres humanos, queiram ou não, são cada vez mais tratados de acordo com as características fenotípicas da sua pele. Em primeiro lugar, os não-brancos são tratados de um modo negativo e desqualificador pelos brancos; e, logo, os próprios não-brancos introjetam essa inferioridade fenotípica e passam a organizar suas vidas de acordo com a rejeição à ausência de brancura e também segundo seu esforço por emular essa mesma pretensa brancura. Desse modo, o racismo fenotípico cresce a cada dia e, minimamente, do padrão de corpo ideal; ou, pelo menos, para afastar-se das imperfeições físicas que acreditam portar e com que se identificam a partir de sua consciência colonizada (CARVALHO, 2000, p. 2).

Afinal, é nesse ímpeto de agradar ao que nos é alheio que uma sociedade se constrói e, principalmente, cria repertórios a respeito de sua própria subjetividade. Nesse sentido, a argumentação de Pontalis (1991, p. 41) contribui para nossa problemática, quando coloca:

Eis-nos outra vez diante do espelho... “Minha cara não me agrada” quando o espelho me restitui uma imagem em que posso me reconhecer. Logo, se uma cara não me agrada, é porque fica do lado de fora, e talvez seja minha cara, uma cara de que não consigo me reapropriar e que, não obstante, tem todo o jeito de ser a minha. A cara: isso é preciosamente o que mais me define (não se diz: este corpo ou estes braços não me agradam). Daí o esforço de que falei para colocar essa cara cada vez mais longe de mim para mantê-la a distância, para excluí-la, já que ela não pode se reproduzir em mim.

Nesse sentido, é importante entendermos a noção do Outro como sendo qualquer indivíduo ou fragmento de uma vida - localizados e determinados por um tempo e um espaço - em que o eu reflete sobre suas ações e atitudes e, dessa forma, constrói, paulatinamente, raciocínios a respeito de si mesmo, levando em conta o que lhe é exterior, mesmo que seja a ausência de uma frase no momento num discurso sobre si próprio. Até mesmo o não-dizer está carregado de sentido (Bakhtin, 2000).

Ao refletir sobre como o sujeito estabelece um relacionamento com o mundo que o constitui, Bakhtin (2000) refuta a tradicional oposição sujeito X objeto, porque, para ele, não existe um “sujeito estável” nem um “dado mundo estável” a que ele deve se opor. O que é exterior ao indivíduo se torna determinado e concreto para ele, por meio da relação que esse estabelece com o que está fora de si e, nesse sentido, é esse relacionamento que determina o objeto e sua estrutura, e não o oposto. É um intenso processo de se auto-referenciar a partir do Outro e, assim, atribuir a si mesmo qualificações e características subjetivas e pessoais que só puderam ser criadas a partir da relação com o Outro.

Bakhtin (2000, 2002) denomina esse processo de alteridade. Quando o indivíduo faz uso desse procedimento, em primeiro lugar, compreende o locutor e, posteriormente, responde ativamente a ele, materializando seu discurso em uma resposta (externa ou internamente). Não ocorre uma compreensão passiva por parte do locutor a quem o seu discurso se dirige; resulta, por outro lado, em uma resposta que se materializa sob a forma de concordância, adesão, objeção, execução, etc.

Não é sem motivo que, durante a juventude, é que se posicionam, na maioria das vezes de forma até autoritária, os negros que entendem que o processo de alteridade deve ser colocado de forma equilibrada, onde todos os indivíduos, que fazem parte desse processo, possam adquirir consciência a respeito de seus valores – inclusive os positivos. Pode-se dizer que, a partir de uma arena discursiva, baseada na alteridade, é que foram possíveis as criações de movimentos como os Panteras Negras ou o Black Power. É num posicionamento – inclusive ideológico – que ocorre a descoberta sobre quem realmente somos e como podemos re-agir perante o que nos é atribuído pela sociedade com quem dialogamos.

Nesse sentido, para Bakhtin (2000), a consciência, então, é engendrada pelas relações que os homens estabelecem entre si no meio social através da mediação, nesse caso, da linguagem. Há um diálogo permanente, em que enunciadador e enunciatário trocam de papéis a todo o tempo, colaborando mutuamente para a construção do pensamento a quem lhe é alheio. É aqui que reside a natureza interdiscursiva da linguagem, o que Bakhtin denominou dialogismo: categoria que compõe e complementa o conceito de alteridade.

Dessa maneira, à medida que as identidades entram em conflito, o diálogo pode se tornar um espaço para (re)construção de identidades para todos os participantes envolvidos, conforme a noção de “arena discursiva” citada anteriormente e que aqui pode ser compreendida da seguinte forma:

Toda enunciação se realiza em um campo onde forças centrípetas e centrífugas se interceptam, ou melhor, toda enunciação é parte da “linguagem unitária” (que faz com que ela aconteça e que a estrutura em seu momento, sua força centrípeta) e, ao mesmo tempo, participa ativamente da plurivocidade social e histórica que a rodeia (suas forças centrífugas) (BAKHTIN, 1988, p. 83 apud OLIVEIRA, 2008, p. 13).

Com base nesses conflitos de identidades, que ocorrem na chamada “arena discursiva” (Bakhtin, 2000), dá-se a constituição da noção de sujeito e de subjetividade, noções que, vale salientar, são determinadas de maneira social e historicamente determinadas por meio do uso da linguagem.

Nesse sentido, Vygotsky, como se apontasse as mesmas respostas que Bakhtin – até pelo fato de serem contemporâneos²⁹ - também fala de um sujeito interativo, que ultrapassa o paradigma do sujeito passivo e o paradigma do sujeito ativo. A saber, um sujeito que é construído na e pela interação com os outros nas pautas de relação interpessoal, que é dialética.

A linguagem, para Vygotsky e Bakhtin, é uma questão central em seus sistemas. “Para eles o sentido das coisas é dado ao homem pela linguagem. Na linguagem, no diálogo, na interação, estão o tempo todo o sujeito e o outro. Procuraram, pois, na luta contra a alienação, o espaço do sujeito”, explica Freitas (1999, p. 158).

Portanto, pode-se dizer que a chave para a construção da noção de sujeito, com base – prioritariamente – nesses dois autores supracitados, é a mediação. Como resultado desse processo, podemos argumentar, então, que não há uma relação entre linguagem e pensamento – no que tange à constituição da noção de subjetividade do indivíduo – sem a existência de uma realidade concreta determinada por aquele que pensa e que com ela dialoga e estabelece trocas. Valendo-se, por assim dizer, da ideia de que essa realidade é entendida como o que lhe é exterior, mas que, por um lampejo sócio-historicamente alocado – se torna interior, assim como retrata Bakhtin (1980, p. 107): “O pensamento é um duplo espelho cujas duas faces podem e devem alcançar uma limpidez sem mistura”.

Portanto, é imprescindível explicitar que não se trata do outro – pura e simplesmente -, mas da relação com que o indivíduo estabelece com o outro em questão. O mundo, nesse sentido, é o espaço onde se constitui a subjetividade e a participação do outro na constituição do sujeito ocorreria, por sua vez, num cenário de conflitos e de tensões permeado de significados. Dessa maneira, defende-se, aqui, a necessidade de se possibilitar à população negra, desde sua mais tenra infância, a possibilidade de dialogar com o outro, de maneira igualitária e horizontalmente, a fim de que haja uma construção coletiva e dialógica de conhecimentos que possam desencadear uma noção de subjetividade que ultrapasse a mera qualificação do chamado Outro, mas que possa ser construída internamente na mente e no viver de cada um.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É urgente termos uma educação, por exemplo, que trate também das manifestações das culturas africana e afrobrasileira, para que aqueles descendentes advindos dessas culturas possam ter referenciais alheios a si que promovam a importância dessas contribuições e não apenas resida em nossas vidas caracteres eurocêntricos que mais nos afastam do que aproximam de nossa múltipla ancestralidade, digna de um povo brasileiro multirracial, conforme defende Skidmore (1991, p. 6): “Em suma, o Brasil é multirracial, não bi-racial. Isso torna as relações raciais aí mais complexas do que nos Estados Unidos, e mais complexas do que a maioria dos europeus imagina”.

Sabe-se que esses sujeitos – tanto brancos como negros -, assim como vimos anteriormente, são constituídos histórica e socialmente e, dessa forma, produzem significações nesse processo de mediação semiótica. Molon (2000, p. 12), amparada em Vygotsky, discorre sobre a diferença entre significado e sentido, pautada pela existência da palavra, principal condutora da constituição da subjetividade para o autor. Este declarava que a palavra estabelecia o que seria o significado, quando colocada em contraponto com o pensamento e a palavra, ou seja, o significado é, para o autor, o elo entre palavra e pensamento, num processo permanente de transformações, no qual um depende do outro.

Afinal, não há um processo de significação quando aquele que pensa não discorre sobre o que pensa, a partir da interação com o mundo que lhe é compreendido como o Outro. Quando penso e transformo essas ideias em palavras, acabo por gerar significado ao que sou, em uma interface entre o que há em meu psicológico, por um lado, e, por outro, a partir das relações sociais historicamente determinadas que estabelecem no mundo em que vivo.

Nessa perspectiva, a subjetividade é a capacidade de o locutor se propor como sujeito do seu discurso, à medida que se consegue afirmar e decodificar quem é esse tal eu. Todavia, a linguagem – condutora desses significados e sentidos buscados pelo sujeito – se retroalimenta a todo o tempo, mesmo quando não se enuncia o eu, de fato. Por isso, a necessidade de se estabelecer a já citada mediação com o que rodeia esse indivíduo que busca se significar, num processo constante de ser e deixar de ser.

²⁹ Contudo, não há registros de que ambos os autores tenham se conhecido presencialmente. Sabe-se que Bakhtin cita Vygotsky em um de seus estudos, o que revela a leitura da produção do último pelo primeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- _____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BRABO, Gabriela e ROSSETO, Elisabeth. A constituição do sujeito e a subjetividade a partir de Vygotsky: algumas reflexões. In: **Revista Travessias**. Paraná: Unioeste, s/d, ed. 5. Disponível em: <http://www.unioeste.br/prppg/mestrados/letras/revistas/travessias/ed_005/artigos/educacao/pdfs/A%20CONSTITUI%C7%C3O.pdf>. Acesso em 13 jul. 2011.
- CARVALHO, José Jorge de. Racismo fenotípico e estéticas da segunda pele. In: **Revista Cinética**, 2000. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/cep/jose_jorge.pdf>. Acesso em: 25 set. 2017.
- CIARLINI, Norma V. Leite. **Constituição do sujeito, subjetividade e identidade**. In: Psicopedagogia Brasil, 2007. Disponível em: <http://www.psicopedagogiabrasil.com.br>. Acesso em 22 set. 2017.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2. ed. Bauru: Edusc, 2002.
- FERRARI, Maria Aparecida. Comunicação intercultural: perspectivas, dilemas e desafios. In: MOURA, Claudia Peixoto de e FERRARI, Maria Aparecida (org.). **Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade**. Porto Alegre: EdPUCRS, 2015.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário Aurélio**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- FREITAS, M. T. A. Bakhtin e Vygotsky: um encontro possível. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. São Paulo: Unicamp, 1997.
- _____. **Vygotsky e Bakhtin**. Psicologia e Educação: um intertexto. São Paulo: Ed. Ática, 4ª ed., 1999.
- GALTUNG, Johan. **Violência Cultural**. Bizkaia (Espanha): Gernika Gogoratuz, documento 14, 1989.
- HALL, Stuart. Old and new identities, old and new ethnicities. In: KING, Anthony D. (Ed.). **Culture globalization and the world-system**. Londres: MacMilan; Nova York: State University of New York, 1993.
- LODI, Ana Claudia. **A leitura em segunda língua: práticas de linguagem constitutivas da(s) subjetividade(s) de um grupo de surdos adultos**. Campinas: Cad. CEDES, vol. 26, nº 69, Mai/Ago 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010132622006000200005&script=sci_arttext>. Acesso em 25 set. 2017.
- MICHAELIS, Dicionário. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em 13 jul. 2017.
- MOLON, Susana I. Subjetividade e constituição do sujeito em Vygotsky. In: **III Conferência de Pesquisa Sócio-cultural**. Campinas, jul. 2000.
- OLIVEIRA, Míria Gomes de. **Bakhtin, linguagem e os processos de formação do sujeito: implicações para uma sala de aula de leitura de textos shakesperianos**. Minas Gerais: FAE/UFMG, 2008.
- PONTALIS, Jean-Baptiste. **Perder de vista**. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. **Cuestionamientos, características y miradas de la interculturalidad**. Sphera Publica, Universidad Católica San Antonio, Murcia, Espanha, n. 4 p. 53-68, 2004.
- SKIDMORE, T. Fato e mito: descobrindo um problema racial no Brasil. In: **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1991.
- UNESCO. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**. Relatório Mundial da Unesco. Paris: Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2009.
- WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: Edusc, 2000.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Representações da morte nas narrativas midiáticas: a poética da novela Velho Chico

Representations of death in the media narratives: the poetics of the soap opera Velho Chico

Miriam Cristina Carlos Silva ³⁰

Bruna Emy Camargo ³¹

RESUMO: Este artigo busca compreender as representações da morte presentes na narrativa da novela "Velho Chico" (2016), produzida pela Rede Globo de TV. As discussões se amparam nas relações entre a comunicação e a cultura, a partir de autores como Flusser, Marcondes Filho, Baitello Júnior (para os conceitos de comunicação, incomunicabilidade e mídia); Andrade (para a ideia de antropofagia); Paz, Dravet, Castro e Silva (para a comunicação poética); Benjamin e Silva (para as narrativas) e Flusser e Morin (para a morte como fundamento da cultura). Conclui-se sobre a possibilidade de uma comunicação poética como forma complexa de representação / construção do fenômeno da morte nas narrativas midiáticas.

PALAVRAS-CHAVE: Representações poéticas da morte, Antropofagia, Velho Chico.

ABSTRACT: This article tries to understand the representations of death presents in the narrative of the soap opera "Velho Chico" (2016), produced by the Rede Globo TV. The discussions are guided in relations between communication and culture, from authors such as Flusser, Marcondes Filho, Baitello Júnior (for concepts of communication, incommunicability and media); Andrade (for the idea of anthropophagy); Paz, Dravet, Castro e Silva (for poetry); Benjamin e Silva (for the narratives) and Flusser and Morin (to the death as the foundation of culture). It is concluded about the possibility of a poetic communication as a complex means of representation/construction of the phenomenon of death in media narratives.

KEYWORDS: Poetic representations of death, Anthropophagy, Velho Chico.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo busca compreender as representações da morte presentes na narrativa da novela "Velho Chico", produzida pela Rede Globo de TV³². Trata-se de uma saga sobre o ódio entre duas famílias, com contornos de crítica social (questões ambientais, disputas de terra, corrupção na política) e com ênfase no amor proibido entre Maria Tereza, filha do Coronel Saruê, e Santo, filho de um casal de retirantes.

Velho Chico dispôs de recursos estéticos que compõem uma poética antropofágica, na perspectiva da antropofagia de Oswald de Andrade (Silva, 2008), pois há junção de elementos oriundos de diversas mídias, que se mesclam e geram um novo produto. Neste trabalho, parte-se das discussões sobre comunicação e cultura, entendendo-se a novela como uma forma comunicacional, por seu caráter mediador dos fenômenos concretos. A base conceitual está em autores como Flusser, Marcondes Filho, Baitello Júnior (para os conceitos de comunicação, incomunicabilidade e mídia); Paz, Dravet, Castro e Silva (para a comunicação poética); Benjamin e Silva (para as narrativas) e Flusser e Morin (para a morte como fundamento da cultura).

³⁰ Miriam Cristina Carlos Silva, professora titular do Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (UNISO), pós-doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil, miriam.silva@prof.uniso.br.

³¹ Bruna Emy Camargo, bolsista PROBIC em Iniciação Científica pela Universidade de Sorocaba (UNISO), graduanda em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade de Sorocaba (UNISO), Brasil, brunaemy@globo.com.

³² Em 173 capítulos, exibidos de março a setembro de 2016

A relevância deste trabalho está em apontar para a possibilidade de uma comunicação poética, mediada pela narrativa da novela *Velho Chico*, entendida como forma complexa de representação do fenômeno da morte nas narrativas midiáticas, portanto, como possibilidade de construção de um conhecimento reflexivo e sensível sobre os fenômenos humanos.

2. A NOVELA COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO

Entendemos aqui a comunicação não apenas como a transmissão de informações, mas como a compreende Marcondes Filho (2008), para quem é necessário que o receptor não saia ileso do acontecimento comunicacional.

Para Flusser (2007), o homem tem a necessidade de comunicar-se para “esquecer a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (p. 91). A comunicação é vista por Flusser como uma enganação do homem “para esquecer a nossa profunda incomunicabilidade e isolamento” (Silva; Silva, 2012, p. 31).

Para se comunicar, o homem “baseia-se em artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos” (Flusser, 2007, p. 89). Os códigos culturais, como a fala e a escrita, são tão naturalizados que sua artificialidade é esquecida.

Essas formas de textos artificiais, para Iuri Lotman, são um “conjunto estruturado de códigos, cuja finalidade é passar uma mensagem” (Silva, 2010, p. 280). Para Silva (2010), os textos são “condicionados pela cultura, além de produzidos pelos meios de comunicação, em convergência com a arte” (p. 281), como pode ser o caso de uma novela: um produto produzido artificialmente, com linguagem e público específicos e que, além de representar os fenômenos sociais, como mediadora, levando à interpretação dos fatos, pode oferecer novos modelos de realidade, sensibilizando o olhar do público, sobretudo quando converge com a arte.

A arte é um dos meios de comunicação mais plenos, “por necessitar não apenas de um emissor e um receptor, como afirma Lotman, mas de um receptor com todos os seus sentidos, alerta para a possibilidade de uma experiência” (Silva, 2010, p. 276). Para Silva (2010), de todos os sistemas de linguagem, a arte seria o mais complexo, pois, nos textos artísticos, “[...] a complexidade de uma dada estrutura de linguagem é proporcional à complexidade da informação, sendo que a complexidade da informação é correspondente à complexidade do sistema semiótico” (Silva, 2010, p. 277-278).

À ideia de texto artístico de Lotman, Silva acrescenta a denominação de signo poético, um modo de comunicação no qual forma e conteúdo são indissolúveis. Polissêmico e multifacetado, possui diversas camadas de significação e novas possibilidades de sentido a cada nova leitura (Silva, 2010).

A leitura do poético possibilitaria um novo modo de interpretar os fenômenos humanos, pois poesia é pensamento, de acordo com Dravet e Castro e Silva (2006). Os autores defendem que a poesia amplia o real, além de ser o elemento capaz de proporcionar a abertura às inovações. Dessa forma, permitir-se comunicar através da poesia equivale a permitir-se sair das estruturas usuais de diálogo; sair do convencional. Assim, apesar da narrativa, de modo geral, e a novela *Velho Chico*, de modo particular, pressupor uma estrutura com elementos que a caracterizam, há muitas formas de subverter o formato convencional, por meio da linguagem poética.

Para Benjamin (1992), narrativa é a capacidade de trocar experiências, o que estaria em extinção. A observação dá-se no contexto de sua vivência: a Segunda Guerra Mundial; no entanto, é possível atualizar seu conceito de narrativa para a contemporaneidade midiática. Silva e Santos (2015) também apontam para a importância da experiência para as narrativas. Embora apoiadas em Benjamin, reconhecem que, na atualidade, a onipresença dos meios de comunicação e informação fundamentam a produção de metanarrativas: narrativas oriundas de outras narrativas. Em *Velho Chico*, é notável a presença de outras narrativas, como as lendas do rio São Francisco, sobretudo a do Gaiola Encantado, embarcação que conduz as almas dos mortos da região.

Ao resgatar mitos e lendas do São Francisco, a novela repercute uma comunicação mais primitiva, vinda da oralidade, e mais duradoura, porque passada adiante pelo simples fato de ser possível recontá-la sem necessidade de provas, mas pelo encantamento e verdades arcaicas que carregam.

Para Lopes, a telenovela é “agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país” (2004, p. 2). A autora indica um “*repertório compartilhado* de reconhecimento” gerado no ritual de assistir à telenovela (Lopes, 2014, p. 2).

A telenovela seria então uma narrativa da nação, uma realidade imaginada para que pessoas identifiquem-se, podendo gerar a inclusão e o partilhamento de cultura, pois se utiliza a comunicação “como possibilidade de abertura, de reconhecimento e de compreensão dos outros” (Lopes, 2014, p. 6). No caso de *Velho Chico*, tudo ocorre como em qualquer outra novela, não fossem os componentes poéticos presentes. Tais elementos, somados ao protagonismo da ideia da morte na narrativa, levam à análise que segue.

3. AS REPRESENTAÇÕES POÉTICAS DA MORTE NA NOVELA “VELHO CHICO”

Morin afirma que a cultura “só tem sentido porque as antigas gerações morrem, e é preciso transmiti-la às novas gerações” (1997, p. 10). O autor explica a morte como o traço mais cultural do antropos, responsável por distingui-lo dos outros seres vivos, afirmar o indivíduo e prolongá-lo no tempo.

Os mortos cultuados são tornados vivos. Inventam-se uma vida pós-morte. Surgem crenças, tabus, presságios e a religião, responsável por oferecer a adaptação à inadaptação do homem na relação com a mortalidade (Morin, 1997). As narrativas, nesse sentido, são formas de perpetuar a cultura coletiva para além da morte dos indivíduos.

A narrativa de *Velho Chico* enfatiza o fenômeno da mortalidade, cujas representações serão aqui estudadas através da morte de alguns personagens. Os capítulos foram selecionados após leitura dos resumos disponíveis para consulta aos assinantes da plataforma Globo Play. Verificou-se que seis capítulos³³ continham mortes anunciadas em seus resumos.

3.1 Capítulo 1 – Coronel Jacinto

O primeiro capítulo de “*Velho Chico*” apresenta o enredo que será desenvolvido na novela. A lenda do nascimento do Rio São Francisco, o *Velho Chico*, é contada por meio de um teatro musical, em poética antropofágica, mesclando distintas linguagens.

O público conhece o Coronel Jacinto, dono de latifúndios de produção algodoeira, casado com Encarnação e pai de Afrânio. Jacinto mantém uma rixa com o Capitão Ernesto Rosa, que incita os empregados contra o patrão explorador.

As tomadas panorâmicas do Rio São Francisco, em linguagem cinematográfica, com grandes planos gerais, enfatizam o protagonismo do rio não só como parte do cenário, mas personagem fundamental no enredo e nas representações da morte, pois o *Velho Chico* levou a vida do filho mais velho de Jacinto e Encarnação. Na cena em que o casal lamenta a morte do filho, o choro de Encarnação é intercalado com imagens de um deque quebrado e pedaços de madeira boiando na água, portanto, a morte aqui é representada por meio de uma metonímia visual (presença da parte pelo todo), caracterizada por indícios e não imagens explícitas daquilo que ocorreu. “Se eu soubesse que a canoa ia virar, eu não tinha deixado ele ir”, diz Jacinto. Nos momentos seguintes, a turva água do rio tem como trilha sonora a popular canção “*A Canoa Virou*”³⁴; portanto, novamente a mescla entre textos culturais distintos.

Aos 54 minutos e 52 segundos do capítulo, o Coronel Jacinto tem um ataque cardíaco. Sozinho, agoniza, soltando o galo que segurava. O galo o observa morrer. Segundo Chevalier e Gheerbrant (2016), o galo é conhecido como o emblema da altivez, arrogância, características de Jacinto, mas pode ser associado à vida e à morte, pois realiza o trânsito entre o céu e a terra, o dia e a noite. Vale destacar que, na cultura popular brasileira, o canto do galo fora de hora pode significar mau augúrio, inclusive a morte de alguém da casa. “*Naufrágio*”, murmura Jacinto. “*Naufragar*”, delira, antes de partir. Uma tomada do Rio São Francisco encerra o capítulo. Aqui é usada uma metáfora, pois o naufrágio designa o fim da vida, e o rio demonstra que tudo é passageiro. A morte do Coronel Jacinto obriga o filho Afrânio a retornar para casa, a fim de assumir os negócios da família.

³³ Capítulos assistidos entre 23/11 e 11/12 de 2017.

³⁴ Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/cantigas-populares/989737/>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

3.2 Capítulo 8 – Capitão Rosa

As primeiras cenas indicam uma grande Roda de São Gonçalo³⁵, oferecida por Leonor para agradecer pelo casamento com Afrânio. Encarnação demonstra ira pelo evento ao desabafar com a foto de Jacinto. Note-se que Encarnação, falando com os mortos, dá a eles nova existência.

Eulália e Rosa conversam enquanto cenas da roda são intercaladas. Na varanda, o casal revela cumplicidade. Ao fim, a cadeira em que Rosa aparecia sentado está vazia; outra vez, há o uso da metonímia, que indicia o fim da existência do personagem.

No dia do casamento de Afrânio e Leonor, ora aparece a celebração na igreja, ora o movimento comercial no porto. Quando a marcha nupcial toca, peixes, que são o símbolo da vida e da fecundidade (Chevalier e Gheerbrant, 2016), aparecem sendo dilacerados no porto, contraste entre vida e morte. A imagem da mão com revólver surge em meio à multidão assustada. A música de suspense da cena é acompanhada pelo tique-taque de um relógio, em contagem regressiva. Novamente, representa-se a morte por indícios.

“Capitão Ernesto Rosa?”, questiona o matador anônimo. Rosa assente. “Ninguém separa o que Deus uniu”, diz o padre Romão na igreja. Dois tiros, e Ernesto cai, morto; em casa, Eulália sente a dor da perda de sua alma gêmea; no casamento, Afrânio e Leonor se beijam. Outra figura aqui presente é a da antítese, em contraste gerado pela sobreposição de imagens: enquanto a vida de um novo casal começa, a vida de um homem termina.

3.3 Capítulo 11 – Leonor

A mítica em torno do Rio São Francisco é evidenciada neste capítulo logo no início, quando a empregada Doninha conta ao filho, Cícero, e à filha do coronel, Maria Tereza, sobre a lenda de uma serpente que atacava jesuítas à beira d’água e que estava, agora, presa a um lustre – na casa do coronel Afrânio – mas poderia despertar.

Belmiro assume o lugar de Rosa, incitando os trabalhadores a buscarem melhores condições nas negociações com Afrânio. Enquanto Belmiro discursa no bar, Afrânio chega; o embate remete ao de Jacinto e Rosa no capítulo um – ambos agora mortos.

A esposa do coronel, Leonor, está grávida e, no quarto, dá à filha, Maria Tereza, uma boneca de pano: “Quando eu não estiver mais aqui, Terê, e tu sentir saudade de mim, tu abraça ela bem apertado e aí tu vai ver que mainha tá sempre aqui por perto”, garante Leonor. “A senhora vai embora?”, questiona a filha.

O momento sugere o futuro da personagem, ainda mais quando Maria Tereza beija a boneca e a deixa em cima do altar no qual há uma santa à luz de velas junto a uma foto de Leonor.

Maria Tereza convence Cícero a olhar o lustre da serpente da lenda mais de perto em sua casa. A garota assusta-se com um estrondo. Ao mesmo tempo, Leonor cai da cama com dores de parto.

Afrânio fala com Maria Tereza, que teme pela saúde da mãe – ao fundo da conversa, as luzes brilham em torno do altar. No corte de cena, Belmiro pede que Santo cuide do irmão e da mãe, Piedade, pois, quando morrer, quer ir com tranquilidade.

O encerramento do capítulo é na casa dos Sá Ribeiro. Quando o médico não sente os batimentos cardíacos de Leonor, Afrânio beija a esposa na testa, e Doninha a cobre.

Ao ver a cena, Maria Tereza chora; o som de seu pranto mistura-se ao do bebê que chegou ao mundo quando a mãe morreu. São utilizados indícios, metáforas e simbolismos para construir a narrativa sobre a morte de Leonor.

³⁵ Disponível em: <<http://www.vivaosertao.com.br/index.php/experiencias/item/24-roda-de-sao-goncalo>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

3.4 Capítulo 16 – Belmiro

Com anos de avanço na história, o capítulo inicia com Santo chamando por Maria Tereza, sob a mira da arma de Afrânio. “Prefiro morrer na mão de jagunço do que ficar sem ela”, diz após o pai, Belmiro, e o irmão, Bento, o retirarem do local. “Preciso de você vivo para cumprir a promessa que tu fez, que é cuidar da nossa família”, lembra o pai, remetendo ao capítulo 11.

Enquanto voltam para casa, Eulália e Piedade aguardam por notícias. O nervosismo de Piedade pela chegada do marido e dos filhos remete ao de Eulália, no capítulo 8.

Belmiro, Bento e Santo estão em um local deserto, no limite das terras de Afrânio. A passagem de uma águia, símbolo da espiritualidade e da revelação (Chevalier e Gheerbrant, 2016), anuncia o perigo, pois a águia escolhe quando morrer; Cícero, no topo de uma pedra, atira em Santo, mas Belmiro o protege e recebe a bala no peito. Em casa, Piedade sente a dor da perda.

A mesma música tocada na morte de Rosa repete-se. O mesmo médico que anunciou a morte de Leonor, anuncia a de Belmiro. A notícia sobre a morte de Belmiro espalha-se, e o povo causa tumulto para que haja justiça.

Afrânio decide mudar-se com a família para Salvador. Santo sente culpa. O padre Romão lhe acalma: “Deus mandou chuva para receber uma alma de luz”, garantiu. A cena mostra Belmiro à beira do rio, e um cacto contra a luz.

A mudança para Salvador revolta Maria Tereza, que deseja perseguir seu amor com Santo. “A vida da gente é que nem um rio. A gente pode até tentar mudar seu curso, mas não pode impedir que ele desagüe no mar”, apontou Doninha, frisando que se o destino quisesse, uniria novamente os dois corações.

3.5 Capítulo 133 – o Acusado

Já na terceira fase da novela – que perdura até o final –, os personagens estão lidando com o desaparecimento de Santo. “Essa culpa não é morte dele”, garante Encarnação à Maria Tereza, negando participação de Afrânio.

O filho de Santo e Maria Tereza, Miguel, questiona o delegado sobre o homem preso, acusado, que assume o assassinato de Santo. A música que já esteve em outros momentos de morte volta à trilha sonora.

O anúncio da morte de Santo revolta o povo. Enquanto isso, o político Carlos Eduardo Cavalcanti, marido de Maria Tereza, trama para resolver pendências com o homem acusado do assassinato.

“Quando o cabra se vai, a gente bebe o morto”, celebra Afrânio, embora o companheiro Carlos estivesse gritando com a foto de Maria Tereza, que o ignorou por estar rezando por Santo.

No bar, Chico diz que Martim já “chorou um rio” pela morte do aliado. Garante ainda que o acusado do assassinato será pego pelo povo assim que sair da cadeia.

Martim vai à delegacia revelar sua desconfiança pela facilidade com a qual o crime foi resolvido. Então, o delegado é chamado com urgência, e o acusado, que não tem o nome revelado, é encontrado enforcado à sombra de sua cela.

Embora descubra-se depois que Santo não morreu, a trama do capítulo é sobre a recepção à morte dele, não à do acusado, morte esta que indicia que Santo talvez esteja vivo.

3.6 Capítulo 169 – Martim

Neste capítulo, há constante uso da câmera subjetiva nas cenas em que Santo se faz presente – solução para concluir a novela após a morte do ator Domingos Montagner³⁶. Ouvem-se falas e respirações de Santo, recolhidos de material anteriormente gravado.

Martim está em um barco encalhado no Rio São Francisco, com o Comandante Eugênio. Ao mesmo tempo, Afrânio corre na areia chamando por Martim. Martim divide com Eugênio lembranças do pai: quando pequeno, tinha medo de dormir e morrer, o que foi curado em conversa com o pai, quando lamentaram a morte de Leonor.

Afrânio ouve o apito de um barco. Enquanto Martim conta a história, falas de Afrânio a completam. Discutem sobre a morte e fica claro como a tragédia do passado afetou profundamente a vida e a relação entre pai e filho.

O coronel corre até a água e pede para ser levado até o barco em que está Martim, embora Cícero afirme não estar vendo nada.

Após ouvir as lembranças de Martim, Eugênio diz: “É aqui que o meu destino e o do doutor se separam; quando o Velho Chico começa a terminar”. Martim entende que o rio está morrendo e diz que quer continuar lutando por sua recuperação, mas o Comandante afirma que a parte dele está finalizada. “Você cumpriu o seu destino”, conclui. “Eu morri”, compreende Martim.

Há então a revelação do momento em que Martim morreu: Carlos atirou nele. Eugênio explica que, aos poucos, todos já haviam aceitado sua morte, menos Afrânio.

O coronel tira a peruca e joga-se na água. Quando ressurge, parece outra pessoa – nada em seu visual remete ao tirano da fazenda. A passagem de uma águia, assim como no capítulo 16, anuncia o embate; porém, desta vez, é interno. O Afrânio pós-banho no Rio São Francisco entra em conflito psicológico com o firme coronel Afrânio de antes.

“Você precisa morrer. Quando chegar meu fim, vou carregar você junto comigo”, ele diz para si, tentando enfiar um cajado através do peito. É impedido pela chegada de Cícero, mas continua em pânico por ouvir o apito do barco que só ele vê.

Afrânio caminha pela areia em busca de sentido para aquele momento. Ele fala com o filho que, mesmo não enxergando, sente presente; a figura de Martim aparece com o olhar distante, como se ouvisse tudo.

A redenção do coronel começa quando entende o motivo de ter chegado ao ponto em que o Rio São Francisco vira mar, local que Martim queria que ele visitasse para ver como o homem podia estragar a água. “Posso fazer desse mundo sim um lugar melhor sem a sombra do coronel Saruê”, declara.

A figura de Martim sai correndo; sua alma está liberta. Assim como Afrânio está livre de seu outro eu, o Saruê tirano. Por três vezes, na passagem, aparece um farol no meio da água, o que simboliza que há luz em uma direção a seguir, “o caminho do bem que guia o homem na vida”³⁷.

³⁶ Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/09/publico-se-emociona-com-recurso-para-substituir-santo-em-velho-chico.html>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

³⁷ Disponível em: <<https://www.dicionariodesimbolos.com.br/farol/>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

4. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Os capítulos analisados poderiam formar uma narrativa por si só (há coesão). A morte é elo entre as passagens do enredo: a cada nova morte, novos desdobramentos e recomeços são tecidos na trama, até a morte simbólica de Saruê, que simboliza o renascimento de Afrânio, após o sofrimento pela segunda morte de um filho, desta vez, Martim.

Emoção e sentimento são evocados nas cenas de morte por meio de metonímias, metáforas e antíteses, que requerem um telespectador ativo e atento para complementar as informações. Há vários níveis possíveis de leitura, pois o desvelar das camadas de cada construção de cena dependerá de repertório prévio dos leitores, como na utilização simbólica resultante da presença de animais – o galo, a águia, o peixe.

A presença da natureza nas cenas de morte revela a condição humana de seres tanto de natureza quanto de cultura, e recordam, ainda, que por mais que se criem artifícios comunicacionais, a carne perecerá: restarão apenas as memórias, materializadas na forma de narrativas, que dão conta da extensão da vida dos mortos.

O rio, personagem onipresente na construção das imagens de morte na novela, aparece como cultura, nas lendas, nas músicas, nas falas dos personagens.

O aspecto inovador de Velho Chico está em sua poética, carregada de elementos da oralidade e da cultura popular, o que a torna uma espécie de metanarrativa.

O estranhamento oriundo de toda poesia pode explicar, inclusive, os baixos índices de audiência de Velho Chico. Afinal, se poesia é razão e pensamento, e se comunicar é transformar, provocar um abalo, trata-se de uma poética desconfortável, mas necessária para uma experiência transformadora.

Por último, sobre a morte, ainda que onipresente, é tratada, em Velho Chico, de modo sensível e poético, como fenômeno de natureza e de cultura, como elo entre os pontos da narrativa e, mais do que isto, como elo humano: experiência inescapável e inexplicável, que nos iguala a todos; mas que, para além de sua tragicidade, revela a beleza de se viver de forma mais plena, conscientes de nossa finitude e da perenidade do narrar, pois nossas histórias, assim como as lendas em torno do Velho Chico, sobreviverão aos nossos frágeis corpos.

REFERÊNCIAS

- Benjamin, W. (1992). O narrador: reflexões sobre a obra de Nikolai Lesskov. In: Benjamin, W. *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Chevalier, J. E Gheerbrant, A. (2016). *Dicionário dos Símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Dravet, F. M. E Castro E Silva, G. (2016). O pensamento comunicacional mediante o pensamento poético. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1592-1.pdf>. Acesso em 13 ago. 2017.
- Flusser, V. (2007). *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Globo Play. (2016). Velho Chico. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/velho-chico/p/9219/>>. Acesso em 23 nov. 2017.
- Marcondes Filho, C. (2008). *Para entender a comunicação: Contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus.
- Morin, E. (1997). *O homem e a morte*. Rio de Janeiro: Imago.
- Silva, M.C.C. (2008). *Comunicação e cultura antropofágicas: Mídia, boca e paisagem na erótico-poética oswaldiana*. Porto Alegre: Sulina.
- Silva, M. C. C. (2010). Contribuições de Iuri Lotman para a Comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In: *Teorias da Comunicação: trajetórias investigativas, Volume 1*. Ed. 1. Porto Alegre: ediPUCRS.
- Silva, M. C. C.; Silva, P. C. da. (2012). Em busca de um conceito de comunicação. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 16, p. 26-35.
- Silva, M. C. C.; Santos, T. C. (2015). Peregrinação, experiência e sentidos: uma leitura de narrativas sobre o Caminho de Santiago de Compostela. *Revista E-Compós (Brasília)*, v. 18, p. 1-15.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Processos Comunicativos Religiosos em Contextos Interculturais: A Devoção Mariana à Aparecida - Sincronia e Diacronia

Religious Communicative Processes in Intercultural Contexts: The Marian Devotion to Aparecida - Synchrony and Diacrony

*Jorge Miklos*³⁸

*Flavia Gabriela da Costa Rosa*³⁹

RESUMO: O presente estudo tem por tema os processos comunicacionais no contexto intercultural das devoções religiosas na América Latina, em particular a devoção mariana à Aparecida presente na religiosidade popular brasileira. O objetivo é mapear a história da devoção, seus processos comunicacionais e seus trânsitos interculturais. O enfoque metodológico da reflexão apoia-se no método bibliográfico. O resultado da reflexão aponta que a devoção mariana à Aparecida se manifesta em dois pilares interculturais: apresenta aspectos sincrônicos na medida em que mescla as três mais relevantes matrizes culturais brasileiras (portuguesa, indígena e africana) bem como, apresenta aspectos diacrônicos pois reedita os cultos arcaicos da Grande Mãe, atualizando esse arquétipo constituinte no imaginário cultural da humanidade.

PALAVRAS-CHAVE: Processos Interculturais, Comunicação e Religião; Devoção Mariana à Aparecida

ABSTRACT: The present study has as its theme the communicational processes in the intercultural context of Latin America's religious devotions, in particular the Marian devotion to Aparecida, present in Brazilian popular religiosity. The purpose is to draw a map of the devotion's history, its communication processes and its intercultural transits. The methodological approach of the reflection is based on the bibliographic method. The reflection's result indicates that the Marian devotion to Aparecida manifests itself in two intercultural pillars: it presents synchronic aspects insofar as it merges the three most relevant Brazilian cultural matrices (Portuguese, Indigenous and African) as well as presents diachronic aspects since it reshapes the archaic cults of the Great Mother, actualizing this constituent archetype in the cultural imaginary of humanity.

KEY WORDS: Intercultural Processes, Communication and Religion, Marian Devotion to Aparecida

TEMA CENTRAL

O presente estudo tem por tema os processos comunicacionais no contexto intercultural das devoções religiosas na América Latina, em particular a devoção mariana à Aparecida como resultante da religiosidade popular brasileira. Rosa (2017) aponta que as devoções marianas são próprias da Igreja Católica. Em diferentes partes do mundo, fenômenos religiosos envolvendo o aparecimento ou os milagres por intermédio da Virgem Maria, mãe de Deus para os católicos, unem os seguidores em devoção particular à região em que esses fenômenos acontecem. Nesse sentido, a devoção mariana à Aparecida, embora organizada pela Igreja Católica institucional, é expressão de uma religiosidade popular e apresenta trânsitos interculturais. Tomamos a devoção mariana à Aparecida como *corpus* para investigar os processos comunicacionais e as interculturalidades presentes nesse fenômeno.

³⁸ Jorge Miklos. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista-SP, Pós-Doutorado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil, jorgemiklos@gmail.com

³⁹ Flávia Gabriela da Costa Rosa. Professora do Centro Universitário Fatea – UNIFATEA, Doutora pela Universidade Paulista UNIP São Paulo, Brasil, jornalista.gabriela@gmail.com.

Objetivos e enfoque metodológico

- a) Mapear o histórico da devoção mariana à Aparecida presente na religiosidade popular brasileira;
- b) Apresentar os processos comunicacionais presentes nessa devoção em particular: o mito, os símbolos e os ritos;
- c) Compreender os processos interculturais sincrônicos a partir da mescla cultural entre o catolicismo luso, as tradições dos povos originários e da cultura afro-brasileira;
- d) Destacar os processos culturais diacrônicos presentes na devoção que se apoia a releitura do arquétipo da Grande Mãe, cuja potência se reapresenta na devoção mariana à Aparecida.

CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO E DISCUSSÃO TEÓRICA PROPOSTA

Para fins deste estudo chamam-se processos interculturais sincrônicos aqueles que se manifestam no tempo presente por meio do entrelaçamento de diferentes culturas. No caso específico a devoção mariana à Aparecida, inscrita na religiosidade popular, é resultado da mescla entre as tradições do catolicismo português, das memórias indígenas e das crenças afro-brasileiras. Essas tradições se enredam e tecem um processo comunicacional intercultural.

Os marcas: “textos são rastros dos homens; cada um é um começo e uma repetição” (Gebauer, 2004). Essa é a lei da processos interculturais diacrônicos são aqueles compreendidos à luz dos conceitos de inconsciente coletivo e arquétipo desenvolvido por Carl Gustav Jung (2000), e que se manifestam na cultura contemporânea atualizando seus aspectos originários. Harry Pross (1971), importante teórico da mídia alemão afirmou que: “os símbolos vivem mais que os homens”. A partir dessa afirmação considera-se que não há extinção na cultura. Os textos culturais migram, morrem, renascem e se ressignificam em outras formas ao longo do tempo, conservando sua potência original arquetípica. Como postulou Aby Warburg (1995), as imagens culturais, constituídas de uma força psíquica coletiva – arquétipo-, transportam a memória do passado quando renascidas e cristalizadas no contemporâneo. Nesse sentido, os processos interculturais formados por camadas temporais. Por mais arcaica que seja, nenhuma camada é perdida. Como num palimpsesto, um texto cultural deixa suas cumulatividade cultural que emana uma interculturalidade temporal e espacial.

O método deste estudo é exclusivamente bibliográfico, ou seja, se apoia unicamente em livros e artigos publicados e disponíveis para consulta. Ressalta-se, entretanto, que este estudo tem um caráter preliminar uma vez que se pretende ampliá-lo, por meio de convênios de pesquisa com Universidades Latino-americanas, uma pesquisa de campo com intuito de investigar as devoções marianas na América Latina.

PRINCÍPIOS, RESULTADOS, REFLEXÕES, CONCLUSÕES

As experiências religiosas revelam nas mais diferentes culturas a necessidade humana de engendrar uma forma específica ao sagrado, a fim de expressá-lo de maneira visível, e trazer o numinoso⁴⁰ para a consciência. Como nos lembra Klein (2006), tanto nas manifestações primevas como nas contemporâneas, percebe-se a presença do sagrado por meio dos perfumes, dos incensos, das imagens, dos ritos, dos cantos, das danças.

O supra sensorial torna-se sensorial e disponível para os sentidos por intermédio dos mitos, dos símbolos e dos ritos formando o caldo de cultura religiosa: “São frutos da imaginação simbólica humana que solfejou mistério e sacralidade na duplicação visível do sagrado” (KLEIN, 2006, p. 29). O historiador das religiões Mircea Eliade, nesta mesma linha, abordou o sagrado como portador de uma potência de expressão, chamando a sua manifestação de hierofania: “O homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como algo absolutamente diferente do profano. A fim de indicarmos o ato da manifestação do sagrado, propusemos o termo hierofania⁴¹.” (ELIADE, 1992, p. 17).

⁴⁰ Para identificar o sagrado no seu aspecto não-racional Rudolf Otto na obra *Das Heilige* (1917) cunhou a palavra *numinoso*. Por numinoso, Otto entende a característica essencial e exclusiva da religião e sem ele, a religião perderia as suas características: “Se *lumen* pode servir para formar luminoso, *numen* pode formar o numinoso” (p.12). A intenção de Otto em seu estudo, era observar as características do elemento não-racional em contraste com as do racional, dentro do universo religioso. Mesmo sabendo que a ortodoxia racionalista eliminou o caráter não-racional, e tentou construir um sistema compreensivo de religião que se mede pelos ditames da razão, que acarretou na negação do milagre, a sobreposição do racional ao aspecto não-racional. Contudo, é este aspecto não compreensivo da religião que interessa para Otto, é esse caráter de mistério, de terror, de tremendo, esse algo a mais, que interessará a ele, e o levará a fazer uma importante pesquisa sobre aquilo que ele denominou o caráter numinoso.

⁴¹ Hierofania (do grego *hieros*=sagrado e *faneia* = manifesto) é definido como o ato de manifestação do sagrado.

É por meio de processos comunicacionais que o numinoso, o incognoscível, o sagrado, o transcendente se faz perceber, ou seja, manifesta e se expressa em diferentes formatos nas culturas. Nessa ótica, religião e cultura são indissociáveis uma vez que é por intermédio da cultura, seus processos, suas linguagens e seus códigos é que a religiosidade encontra suas maneiras de expressão e de diálogos.

Nossa Senhora da Conceição Aparecida, popularmente chamada de Nossa Senhora Aparecida é a padroeira do Brasil católico. Ela é reverenciada numa estátua que fica exposta na Basílica de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida, interior do Estado de São Paulo.

A festa de devoção é celebrada no dia 12 de outubro, também comemorado no Brasil o dia das crianças. Este dia é feriado para os brasileiros desde 1980, quando a Basílica foi consagrada pelo Papa João Paulo II em sua primeira visita ao Brasil. A Basílica de Aparecida é a segunda maior do mundo e a segunda igreja mariana que recebe mais visitas com a capacidade de receber 45 mil devotos no seu interior.

Nossa Senhora Aparecida é a versão brasileira de Maria que, para os católicos é a mãe de Deus, uma vez que “Jesus Cristo, o filho de Deus, foi concebido pelo poder do Espírito Santo e nasceu da Virgem Maria. Foi no terceiro Concílio da Igreja Católica, realizado em 431, na cidade de Éfeso, que Maria foi declarada *Theotókos* – a mãe de Deus. Rosa (2017, p. 19) explica que:

A virgindade de Maria é um dogma da Igreja Católica. Maria, uma jovem de 15 anos, nascida na cidade de Nazaré, ao meditar em suas orações antes de dormir, teria recebido a visita de um anjo, de nome Gabriel, que lhe fez o anúncio. Segundo a catequese católica, ela tinha a opção de rejeitar o desígnio divino, mas, por obediência, aceitou o pedido do Criador.

O encontro da imagem de Nossa Senhora Aparecida nas águas do rio Paraíba se deu em 1717. Três pescadores, de nomes João Alves, Domingos Garcia e Felipe Pedroso, foram incumbidos de trazer uma farta pesca à comitiva do conde de Assumar, que pela ocasião passava por terras paulistas. Esta região é cortada pelo rio Paraíba do Sul, que abastece toda a região e áreas vizinhas. Segundo a devoção, por não ser época de peixes, já cansados de lançar as redes e delas nada retirar, o grupo deparou com uma estátua em duas partes em lances diferentes: em um dos lances veio-lhes a cabeça, e no outro, o corpo:

Já estavam desanimados quando, de repente, na altura do porto de Itaguaçu, percebem algo estranho na rede. Era o corpo de uma imagem feita de terracota. Em seguida, redes novamente ao rio, e o que acham desta vez? A cabeça, que se encaixa direitinho no corpo da imagem. Gritam de espanto e sentem um sinal dos céus, pois, a partir daquele momento, a pesca foi abundante. Os piedosos habitantes do lugar logo atribuíram o fato a um milagre da Virgem morena, que passaram a chamar Nossa Senhora da Conceição Aparecida. Felipe Pedroso improvisou um altar em sua casa, no qual colocou a pequena imagem. Naquela mesma tarde reuniu-se toda a vizinhança para a reza do terço, que se tornou tradição na vila, hoje cidade de Aparecida. Os prodígios da Senhora Aparecida começaram a multiplicar-se, e os peregrinos, a chegar em romarias para pedir seus favores. Da capelinha improvisada, logo foi preciso outra maior, e depois outra, e hoje o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida é a segunda maior igreja do mundo em área construída.⁴²

O fenômeno de devoção impressiona. O número de devotos ultrapassa os milhões, sendo o número deromeiros crescente a cada ano. Cada vez mais, milagres são relatados ano após ano. Trata-se de um fenômeno que transborda e que catalisa diferentes campos culturais: o religioso, o arquitetônico, o artístico e o midiático.

Em torno da devoção à Aparecida convergem vários aspectos comunicacionais e midiáticos. Um exemplo é a Rede Aparecida de Comunicação, comporta por emissora de tv, rádio e portal de internet. A emissora brasileira veicula conteúdo religioso e de entretenimento, e possui sede em Aparecida, no estado de São Paulo. Está entre as 14 maiores emissoras de televisão do Brasil em abrangência, e é a 7ª emissora de TV aberta mais vista em todo o país.⁴³

⁴² Informações disponíveis na área da Academia Marial, dentro do site oficial do Santuário de Aparecida. Disponível em: <<http://www.a12.com/academia/nossa-senhora-da-conceicao-aparecida/>>. Acesso em 23 de janeiro de 2018.

⁴³ Informações disponíveis em: <http://www.a12.com/tv>. Acesso em 12.fev.2018.

Porém, como o comunicacional não se limita ao midiático salienta-se a estátua de terracota que mede quarenta centímetros de altura é centro da devoção. Vários milagres são atribuídos a ela e milhões de peregrinos se dirigem ao santuário anualmente para fazer pedidos e/ou agradecer as graças atingidas.



Figura 1- Imagem de Nossa Senhora Aparecida . Fonte: <http://g1.globo.com>. (Foto: Fábio França/ G1)

O santuário é outro aspecto fundamental do processo comunicacional e devocional. O primeiro espaço foi uma capela inaugurada em 1745. Com a ampliação e reconhecimento da devoção foi construída uma igreja conhecida como Basílica Velha inaugurada em 1888. No século XX, o fenômeno de Aparecida impulsionou a construção de uma nova basílica, para acolher o numeroso fluxo de romeiros vindos de todo o país. Benedito Calixto, o arquiteto responsável pela obra, idealizou o edifício que tem 168m de largura por 173m de comprimento. Suas naves chegam a 40m de altura e a cúpula central alcança 70m de pé direito. O santuário de Aparecida é a maior basílica do mundo dedicada à devoção mariana.

A devoção à Aparecida suscita rituais que atraem 13 milhões de peregrinos anualmente. Em pequenas filas, os devotos chegam o mais perto possível da Padroeira do Brasil. E, de forma espontânea, cada um tem sua maneira de saudá-la. Vale ajoelhar, chorar, abraçar o parente querido que esteja ao lado, erguer a chave de casa, o documento do carro, a certidão de nascimento do filho, a foto da pessoa amada. Quem está mais perto da Santa estica o braço na tentativa de alcançá-la.

A devoção mariana à Aparecida releva aspectos comunicacionais e interculturais sincrônicos. A narrativa mítica, o simbolismo da imagem e os rituais apresentam uma mescla de aspectos culturais nos quais se entrelaçam e se sobrepõem o catolicismo português, as tradições indígenas e a cultura africana.

De acordo com Fuller (2003), o conceito de interculturalidade diz respeito à interação entre culturas, que dialogando e respeitando-se mutuamente podem recriar suas culturas, surgindo novas identidades. A interculturalidade ocorre a partir das convivências e troca de experiências entre diferentes culturas promovendo não apenas um respeito à diversidade cultural, mas, uma mescla entre as culturas e a transformação das mesmas.

Como já foi salientado, o culto mariano é de origem portuguesa e foi trazido para o Brasil pelos padres colonizadores de corpos e de almas.

Aparecida foi incorporada pelos povos latino-americanos em cores locais. No Brasil, a Virgem Maria é conhecida na figura de uma santa negra, com manto azul-escuro e coroa dourada. Na Argentina, Nossa Senhora de Luján é representada com traços mestiços. Na Bolívia, Nossa Senhora de Copacabana traz elementos indígenas. Em Cuba, Nossa Senhora de la Caridad del Cobre tem as características do povo caribenho: pele morena e cabelos cacheados. Todas apareceram para populações pobres. Nossa Senhora de Guadalupe, venerada no México, apareceu para o índio Juan Diego, em 1531, sem coroa, trono ou ornamento.

No sincretismo afro-brasileiro, Aparecida é representada por Oxum, rainha das águas doces, orixá protetora dos úteros, a "Maria que gere". É também reverenciada pelos cultos afros como Mãe Yemanjá, Mãe Terra, Mãe Natureza.

Da mesma maneira como ocorre no México, a imagem com contornos cristãos católicos não conseguiu apagar suas raízes pagãs indígenas. Tais traços não se limitam aos contornos e características étnicas da imagem, mas estão presentes na devoção particular à Aparecida no Brasil.

De acordo com Mirella Faur, as concepções da cultura tupi postulavam a existência de uma divindade suprema, um divino poder criador chamado de Tupã que se manifestava através de Guaracy, o Sol e Yacy, a Lua que, juntos, geraram Rudá o amor, e por extensão, a humanidade. Yacy é a própria Mãe Natureza, seu nome sendo composto de Ya (senhora) e Cy (mãe), a senhora Mãe, fonte de tudo, manifestada nos atributos da Lua, da água, da natureza, das mulheres e das fêmeas. Cy ou Ci representa, portanto, a origem de todas as criaturas, animadas ou não, pois tudo o que existe foi gerado por uma mãe que cuida da sua preservação, do nascimento até a morte. Sem Cy (mãe), não há nem perdura a vida, pois ela é a Mãe Natureza, o princípio gerador e nutridor da vida.

Porém, apesar do zelo dos missionários cristãos para erradicar os vestígios dos cultos nativos da cultura indígena e dos escravos, muitas das suas tradições indígenas e pagãs sobrevivem na devoção à Aparecida.

Maria, Yemanjá, Yacy incorporaram uma mescla de tradições interculturais sincrônicas à devoção à Aparecida unindo as tradições católicas europeias, indígenas e africanas somando imagens míticas do sagrado feminino que unificadas no culto à Maria brasileira.

Para finalizar esta reflexão sugerindo o atributo da interculturalidade diacrônica, apoiamo-nos em Carl Gustav Jung, pensador suíço que ampliou e aprofundou o conceito de inconsciente proposto por Freud. O inconsciente, para Jung, consistia em duas camadas. A primeira camada, que ele chamou de inconsciente pessoal era basicamente idêntica à concepção freudiana de inconsciente. Nessa camada estava o repositório de tudo o que uma pessoa havia vivido, pensado, sentido e conhecido, mas que não estava na consciência, seja por repressão, seja por esquecimento. A segunda camada Jung chamou de inconsciente coletivo, um ambiente que continha os padrões da percepção psíquica comuns a toda a humanidade o que justificaria as similaridades no funcionamento e no imaginário psíquico através dos tempos em culturas diferentes. Importante ressaltar o significado de arquétipo do inconsciente coletivo. Para Jung:

O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo, portanto, uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e, portanto, não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de complexos, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de arquétipos. (JUNG, 2000, p. 87).

Assim, o termo arquétipo para Jung perfazia as formas típicas de apreensão, ou seja, de padrões de percepção e compreensão psíquicas comuns a todos os seres humanos como membros da espécie. O arquétipo é um molde psíquico no qual são despejadas as experiências individuais e coletivas, onde elas tomam forma por meio de símbolos e imagens em si

O conceito de arquétipo, que constitui um correlato indispensável da ideia do inconsciente coletivo, indica a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar. A partir dessas referências torna-se claro que a minha representação do arquétipo - literalmente uma forma preexistente não é exclusivamente um conceito meu, mas também é reconhecido em outros campos da ciência. Minha tese é a seguinte: à diferença da natureza pessoal da psique consciente, existe um segundo sistema psíquico, de caráter coletivo, não-pessoal. (JUNG, 2000, p. 87).

Jung cita os arquétipos da Criança Divina, do Velho Sábio e da Grande Mãe. Este último é o que nos interessa mais. Erich Neumann no livro (2006) menciona a importância da análise estrutural de um arquétipo, “de sua constituição interior, de sua dinâmica, do conjunto de seus símbolos – como se manifesta através das imagens e dos mitos da humanidade”.

Neumann cita que a problemática do feminino, que traz importantes reflexões neste contexto, é reconhecida como uma ameaça à humanidade atual, em grande parte pelo que chama de desenvolvimento patriarcal unilateral da mentalidade masculina, que não é mais compensado pelo mundo matriarcal da psique.

A sociedade ocidental precisa, a qualquer custo, chegar a uma síntese que inclua o mundo feminino, igualmente unilateral quando isolado. Somente assim o ser humano individual poderá desenvolver a totalidade psíquica urgentemente necessária para que o homem ocidental possa estar psicologicamente atento para os perigos que ameaçam por dentro e por fora a sua existência. (NEUMANN, 2006, p. 18)

Aqui já começamos a vislumbrar o arquétipo da Grande Mãe, pois lembramos o que diz Neumann: “Tudo o que é grande e envolvente e que contém, circunda, envolve, protege, preserva e nutre qualquer coisa pequena pertence ao reino maternal primordial” (2006, p. 31). Por isso a importância de analisar essa expressão simbólica referente à Grande Mãe é fundamental para compreender o espaço que ela ocupa no imaginário da devoção à Aparecida no sentido da interculturalidade diacrônica.

Rosa (2017) apoiando-se nos estudos de Neumann considera que as manifestações de adoração à Grande Mãe nasceram muito antes do cristianismo, ou seja, já são encontradas nas tradições neolíticas como atesta a famosa escultura da Vênus de Willendorf, mostrando como vivemos sob intensa influência da força arquetípica do feminino.

Para Rosa (2017, p. 37):

Essas manifestações traziam uma relação com o sagrado feminino muito íntima, de respeito à vida, já que a terra é geradora de vida. É dela que brotam as sementes. Após ser fecundada, a vida se mantém e se manifesta no nascimento e no crescimento das plantas. É por isso também que o ventre feminino, que gera a vida, tem sua relação com a terra. (...) Na verdade, imagino raízes que se espalham, se rendem, se misturam, e vemos um tecido trançado pelos valores culturais, religiosos e míticos que afloram com contornos muito particulares em suas diferentes manifestações, mas que nunca morrem. Ao contrário, mesmo com todo o “legado” construído pelo patriarcado, essa força estará ali, sempre presente, pronta a explodir/eclozir a qualquer momento.

A Igreja católica procurou fazer uma releitura da figura mítica da Grande Mãe para incorporar uma nova imagem do feminino porém, alguns aspectos interculturais diacrônicos foram conservados do ponto de vista do arquétipo na devoção à Aparecida: a fertilidade, a fecundidade, a proteção, a bondade, a generosidade, a compreensão. Esses atributos estão presentes em Tiamat, Ishtar, Inanna e Ninsuna, Asherah, Astarté, Hera, Deméter, Gaia, Sofia, Eva, ente outras.

Nesse sentido, concluímos que a devoção à Aparecida presente no imaginário da religiosidade popular brasileira apresenta elementos comunicativos interculturais sincrônicos na medida em que mescla as três mais importantes matrizes culturais brasileiras (portuguesa, indígena e africana) bem como, apresenta aspectos comunicativos interculturais diacrônicos pois reedita e reatualiza os cultos arcaicos da Grande Mãe, atualizando esse arquétipo constituinte no imaginário cultural da humanidade.

BIBLIOGRAFÍA

- ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**: a essência das religiões. São Paulo: M. Fontes, 1992.
- FAUR, Mirella. **O Legado da Deusa**. São Paulo: Editora: Record, 2006
- FULLER, Norma. **Interculturalidade y Política**. Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú. Lima, 2003.
- GEBAUER, Günther. **IV Centenário da Cidade de São Paulo**: uma cidade entre o passado e o futuro. São Paulo: Annablume, 2004.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- NEUMANN, Erich. **A Grande Mãe**: um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente. São Paulo: Cultrix, 2006.
- POEL, Francisco van der. **Dicionário da Religiosidade Popular**: cultura e religião no Brasil. Curitiba: Nossa Cultura, 2013.
- OTTO, Rudolf. **O Sagrado**: os aspectos irracionais na noção de divino e sua relação com o racional. São Leopoldo: Sinodal/EST; Petrópolis: Vozes, 2007.
- PROSS, Harry. **Medienforschung**. Darmstadt: Carl Habel, 1971
- ROSA, Flavia Gabriela da Costa. **Ressonância do Imaginário Cultural nas devoções marianas**: apropriações do sagrado feminino. Tese de Doutorado Apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2017.
- WARBURG, Aby. **Images from the region of the pueblo indians of North America**. Ithaca: Cornell University Press, 1995.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Rappers brasileiros: líderes-comunicadores produtores de identidades culturais

Brazilian rappers: leaders-communicators, producers of cultural identities

Thífani Postali⁴⁴

RESUMO: O trabalho tem como objetivo apresentar os rappers vinculados ao movimento hip hop como líderes-comunicadores essenciais para a transformação dos territórios urbanos marginalizados. Para tanto, utiliza como principais pilares as teorias da Folkcomunicação e Estudos Culturais, tendo a pesquisa exploratória como metodologia. As reflexões apresentadas possibilitam pensar o papel dos rappers como agentes da comunicação popular que produzem identidades culturais, e que também promovem discursos que objetivam contra-argumentar textos midiáticos que promovem identidades proscritas. Com este artigo, pretendemos apresentar como as teorias de Luiz Beltrão são fundamentais para as pesquisas acerca das culturas populares contemporâneas.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação, Identidade cultural, Rap.

ABSTRACT: The aim of this paper is to present hip hop rappers as leaders-communicators that are essential for the transformation of marginalized urban territories. To do so, it uses as main pillars the theories of Folkcommunication and Cultural Studies, with the exploratory research as methodology. The reflections presented allows to think about the role of rappers as agents of popular communication that produce cultural identities, and also promote discourses that aims to argue against media texts that promote proscribed identities. Through this paper, we purpose to present how the theories of Luiz Beltrão are fundamental for the researches about contemporary popular cultures.

KEY WORDS: Folkcommunication, Cultural identity, Rap.

1. A MÚSICA COMO COMUNICAÇÃO POPULAR

A musicalidade está entre as expressões culturais mais significativas da humanidade. Isso porque a música, além do ritmo e demais elementos que compõem a sonoridade, pode também apresentar a oralidade, elemento capaz de oferecer um sentido para além do entretenimento, ou seja, em muitos casos, torna-se um suporte para a comunicação humana. Como ressalta McLuhan (2001), a música possui um tipo de comunicação que é imediata, pois utiliza diversas formas de mídia em uma mesma comunicação. O autor cita como exemplo um disk-jockey que, ao se apresentar, utiliza códigos complementares como palavras cantadas, grunhido, gemidos, expressões corporais, dança etc.

Deste modo, entendemos a comunicação como um fenômeno no qual seres humanos interagem para efetivar a vida em sociedade. De acordo com Beltrão, a comunicação é “o conjunto específico de procedimentos, modalidades e meios de intercâmbio de informações, experiências, ideias e sentimentos essenciais à convivência e aperfeiçoamento das pessoas e instituições que compõem a sociedade” (1977, p. 57). Logo, a música, com todo o seu potencial informativo, torna-se um veículo fundamental para a comunicação social, sobretudo a comunicação oriunda do povo, dos grupos marginalizados, cujo acesso aos grandes veículos de comunicação é quase nulo, quando pensado a partir da possibilidade de expressarem suas culturas e/ou ideias sobre as coisas do mundo.

Portanto, a musicalidade que nos interessa neste trabalho é a originada nos territórios urbanos marginalizados, ou seja, os espaços existentes nos grandes centros urbanos e ocupados pelos “indivíduos marginais” (Park, 1937, apud Coulon, 1995). Cabe ressaltar que o indivíduo marginal, segundo os Estudos da Escola de Chicago e da Folkcomunicação, são aqueles imigrantes ou excluídos socialmente que, por não estarem totalmente inseridos na cultura dominante e por

⁴⁴ Thífani Postali. Professora da Universidade de Sorocaba (UNISO), doutoranda do curso de Mídias da Universidade de Campinas (UNICAMP), Brasil, thifanipostali@hotmail.com.

terem a sua cultura, a popular, tratada como inferior, acabam manipulando diferentes códigos culturais e produzindo culturas híbridas (Canclini, 2008), capazes de oferecer identidades culturais.

Importa esclarecer que estamos tratando, especificamente, dos territórios urbanos marginalizados brasileiros e que o país, em sua longa história de colonização, imigrações e regime escravagista – sendo o último a abolir o sistema –, recebeu forte influência da cultura africana. Portanto, muitos desses territórios são ocupados, em sua maioria, por descendentes de africanos, o que faz da cultura popular brasileira um misto de elementos culturais. Sobre esse aspecto, Silva (2000, p. 87) esclarece que os processos de hibridização “nascem de relações conflituosas entre diferentes grupos nacionais, raciais ou étnicos. Eles estão ligados a histórias de ocupação, colonização e destruição. Trata-se, na maioria dos casos, de uma hibridização forçada”. Portanto, a cultura popular brasileira carrega características que buscam firmar identidades, apresentando elementos que, ao longo da história, foram perseguidos na tentativa dos grupos dominantes dizimarem o que não era oriundo da Europa. Deste modo, a cultura popular brasileira está recheada de conteúdos que se apresentam como comunicação popular, ou seja, que têm como objetivo comunicar situações vivenciadas pelos grupos marginais.

De acordo com Hall (2009, p. 246), “a cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada; [...] É a arena do consentimento e da resistência”. Segundo o autor, a cultura popular deve ser entendida como as práticas do povo que provocam, em muitos casos, certa tensão com as culturas dominantes. Já Peruzzo (1995) destaca que o popular não deve ser visto como “sinônimo de revolucionário, tampouco democracia” (p. 34). Para tanto, ressalta que existem, pelo menos, três correntes de estudos sobre o popular, sendo: (1) o “nacional-popular”, que se refere às manifestações tradicionais de um povo; (2) “o popular”, que investiga a penetração e aceitação dos veículos de comunicação de massa junto aos grupos populares; e (3) a “comunicação popular”, que tem como objetivo a comunicação de resistência, como a apresentada por Hall (2009).

Com essas colocações, podemos entender que é através da comunicação popular que os indivíduos marginais encontram possibilidades para a construção de identidades. De acordo com Hall (2009), é, sobretudo, por meio da oralidade que indivíduos marginais se expressam. Assim, se fizermos um breve levantamento sobre os territórios brasileiros, perceberemos que a musicalidade sempre foi utilizada como ferramenta de comunicação sobre os problemas locais. De acordo com Villaça (2011), os conflitos ocorridos no início do século XX, entre os indivíduos marginais e as autoridades que pretendiam acabar com as favelas cariocas, fizeram emergir a produção de sambas que narravam os problemas enfrentados pelas populações socialmente desfavorecidas. Logo em seguida, letras de funk também trataram da mesma temática. Herschmann (1997) afirma que é a música o elemento mais presente nos momentos de lazer dos jovens marginalizados e que, muitas vezes, é por meio da musicalidade que esses jovens intervêm criticamente sobre as questões sociais que enfrentam. Essas afirmações vão ao encontro da história do gênero musical que vamos trabalhar a seguir, o hip hop, pois é um elemento cultural que objetiva a comunicação dos indivíduos marginais com as diversas camadas sociais.

2. HIP HOP: UMA QUESTÃO DE IDENTIDADE

O hip hop tem suas origens na Jamaica, onde, por volta dos anos 1960, quando o país passava por problemas econômicos, grupos se reuniam em espaços públicos para discursar sobre os problemas locais. Na Jamaica, líderes-comunicadores, localmente chamados de *toastes* – indivíduo que discursa – se dirigiam a praças, munidos de grandes caixas de som – *sound systems* – e microfones. Ao ritmo de uma batida constante, cantavam sobre os problemas locais, chamando a atenção do governo para tais questões em tom de protesto, ação que mais tarde passou a ser chamada de rap, ou seja, *rhythm and poetry*.

Com os problemas jamaicanos, muitos indivíduos imigraram para os EUA. Foi no Bronx, gueto nova-iorquino, que o rap se estabeleceu e, pouco depois, em 1974, passou a fazer parte de um novo movimento cunhado por África Bambaataa, o hip hop (Postali, 2011). Essa manifestação tem como principal característica o uso de práticas culturais no lugar da violência e criminalidade. Assim, é por meio de elementos como o rap, o grafite, o DJ, o break, entre outros, que o hip hop busca passar uma mensagem de paz e união entre os jovens marginalizados. Cabe ressaltar que África Bambaataa criou o que chamou de quinto elemento, o conhecimento, pois o hip hop passou a também ser utilizado por grupos que intencionavam promover a criminalidade. Deste modo, o conhecimento se refere à postura que um participante do movimento tem que assumir, ou seja, de acordo com a *Universal Zulu Nation*, organização que deu origem ao hip hop, a manifestação deve servir como forma de reflexão, conhecimento, igualdade, paz, amor, respeito e responsabilidade, tendo a união dos jovens como principal foco.

Com a disseminação da cultura estadunidense, o hip hop passou a ser praticado em diferentes países, no entanto, apesar da semelhança entre o uso de técnicas corporais, vestimentas e aparelhos tecnológicos, as narrativas se adequam aos problemas enfrentados pelos indivíduos marginais de acordo com suas especificidades (Postali, 2011). No Brasil, Herschmann (1997, p. 82) destaca que “o funk e o hip hop vêm se apresentando como uma possibilidade de encenação da dura realidade desses jovens e estabelecendo territórios que têm como referência os registros de cor e de classe”. Concordamos quanto à colocação do autor, mas devemos ressaltar que, nos últimos anos, o funk que discursa sobre problemas sociais passou a ser pouco valorizado, de modo que jovens brancos, de classe média, se apropriaram para produzir narrativas que discursam sobre sexo, amor e consumo.

Posto assim, no Brasil, o hip hop é um elemento cultural que se encaixa na ideia de comunicação popular, pois tem como principal função trabalhar as questões sociais enfrentadas pelos grupos urbanos marginalizados. Rose (1997, p. 192) esclarece que o hip hop brasileiro é uma “expressão cultural da diáspora africana”, que busca negociar a experiência enfrentada pelos negros na marginalização, os quais tiveram suas oportunidades sociais brutalmente excluídas e que enfrentaram/enfrentam a opressão decorrente da cultura dominante. De fato, ao realizarmos um levantamento dos nomes mais expressivos do rap nacional e de diferentes localidades, tais como Afro-X, Carol Conka, Criolo, Dexter, Edi Rock, Emicida, Gog, Helião, Mano Brown, MV Bill, Negra Li, Rappin Hood, Sabotage, entre outros, percebemos que todos possuem discursos voltados para os problemas enfrentados pelos grupos marginalizados, sobretudo, as questões que envolvem o negro. Os territórios urbanos marginalizados em que os rappers vivem ou viveram parte da vida são frequentemente citados nas letras, que incluem mensagens de paz, união e conhecimento, obedecendo à filosofia do movimento hip hop. Criolo, especialmente, cita com frequência situações do bairro paulistano Grajaú, tendo a canção *Grajaúex*, do álbum *Nó na Orelha*, dedicada exclusivamente às questões locais.

A partir dessas considerações, passaremos a abordar o hip hop como elemento que comunica identidades culturais, construídas pelos líderes-comunicadores.

De acordo com os Estudos Culturais, as identidades podem ser construídas tanto simbolicamente como conceitualmente e esse processo ocorre, especialmente, quando identidades estão em conflito. Por meio de apelos simbólicos, as identidades buscam estabelecer reivindicações através de apelo a precedentes históricos com a finalidade de reafirmar características que podem, por sua vez, produzir novas identidades. Como ressalta Woodward (2009, p. 12), revisar o passado e redescobri-lo é “parte do processo de construção da identidade que está ocorrendo neste exato momento e que, ao que parece, é caracterizado por conflito, contestação e uma possível crise”. Na perspectiva da autora, as novas identidades podem ser desestabilizadas e também desestabilizadoras e devem ser compreendidas a partir do conceito de diáspora, ou seja, por meio da ideia de que elas não possuem uma “pátria” e que, portanto, devem ser assimiladas a partir de várias fontes, o que resulta em culturas híbridas.

Por esse motivo, Hall (2009) nos chama a atenção para o fato de que as identidades não devem ser entendidas a partir de uma visão essencialista, mas sim estratégica, pois têm como intenção não afirmar o que “nós somos”, mas o que “nos tornamos”. Por esse motivo, segundo o autor, a construção da identidade requer o uso de recursos da história, da cultura, da linguagem etc.

A partir dessas colocações, é possível pensar o hip hop como um elemento cultural que oferece a identidade do negro em diáspora. O uso de roupas por membros do movimento, tais como calças largas, bonés, correntes e tênis de modelos específicos; e a forma como discursam, gesticulam e se referem às questões sociais, convergindo na menção a sujeitos ancestrais que marcaram a luta dos negros pela liberdade e justiça social, bem como na referência a eventos históricos, territórios marginalizados, entre outros, apontam o hip hop como uma forma de identidade construída a partir das experiências e intenções, sobretudo, do povo negro.

Se pensarmos essas afirmações a partir de rappers brasileiros, mas de diferentes localidades, perceberemos proximidades entre as narrativas que abordam questões comuns aos negros. Nas letras, é constante a menção a elementos da religiosidade e mitologia africana, como a força dos orixás, bem como nomes importantes da luta dos negros em diáspora em diversos países, tais como Muhammad Ali, Martin Luther King Jr., Malcolm X, Fela, Zumbi dos Palmares, entre outros. O orgulho de pertencer ao grupo negro, bem como às suas raízes, são temas frequentes. No final da canção *Sucrilhos*⁴⁵, com o acompanhamento do atabaque, típico instrumento africano utilizado em eventos religiosos de Candomblé e Umbanda, Criolo canta “Eu, tenho orgulho da minha cor / do meu cabelo e do meu nariz / sou assim / sou

⁴⁵ Álbum *Nó na orelha*, 2011.

feliz / índio, caboclo, cafuso, crioulo / sou brasileiro”, fazendo referência às suas raízes e à miscigenação comum do brasileiro. Do mesmo modo, ao apresentar-se com o músico Lenine, Gog pede ao compositor pernambucano que cante a sua descendência nagô, na canção *A Ponte*⁴⁶, que discursa sobre os problemas da corrupção de Brasília, local onde vive. E em *Carta a Mãe África*⁴⁷, discorre sobre os problemas enfrentados pelos negros no Brasil.

Assim, como ressalta Woodward (2009), o intento está em afirmar a identidade cultural de indivíduos que pertencem a um grupo social oprimido ou marginalizado. Ou seja, a construção da identidade torna-se um instrumento de mobilização política. Como coloca Herschmann (1997, p. 27), o funk e o hip hop são musicalidades nada tradicionais e, por meio delas, “os jovens procuram estabelecer novas formas de identidades sem diversidades conflitantes. Ao contrário, a música é sobre a desarticulação da identidade nacional e do cidadão local”. Com essas colocações, torna-se possível pensar que as identidades são produzidas por líderes-comunicadores.

De acordo com Beltrão (1980), os líderes-comunicadores são agentes formadores de opinião que, a partir das mensagens disponíveis nos meios de comunicação de massa, se apropriam desses conteúdos transformando-os em novas mensagens, adequadas ao público para o qual se destinam. Partindo desses conceitos, entendemos o rapper como um dos principais líderes-comunicadores dos territórios urbanos marginalizados, pois é ele quem, através da musicalidade, consegue se comunicar de forma efetiva com o seu público, considerando a comunicação, como apresentamos anteriormente a partir de Beltrão (1977), um processo que reflete a ideia de comunhão, de comunidade. Nesse sentido, os rappers, líderes-comunicadores, transformam as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação dominantes, de modo que o seu público possa entender, e mais, carregam mensagens de conteúdos que refletem os anseios do próprio grupo, muitas vezes produzindo narrativas que discordam das mensagens dominantes. Como bem coloca Hall (2003), é na oralidade, na contranarrativa, em especial, no vocabulário musical, que o povo da diáspora negra tem encontrado sua vida cultural.

É importante destacar que, no Brasil, muitos dos conteúdos midiáticos que abordam o hip hop ou, especificamente, o rap, o expõem de maneira generalista, produzindo uma ideia contrária à proposta do movimento. Herschmann (2000) nos lembra de que, na década de 1990, quando o movimento chegou com força no país, apresentando seu viés discursivo, os conteúdos midiáticos o apresentavam relacionando-o à violência.

Para o autor, um evento decisivo para essa assimilação foi o episódio dos arrastões ocorridos no ano de 1992, na cidade do Rio de Janeiro. Herschmann (2000) esclarece que a mídia tratou os arrastões em tom de histeria, estigmatizando a imagem dos jovens marginalizados, sobretudo, os ligados ao movimento hip hop. A partir desse período, criou-se uma imagem distorcida sobre o movimento, o distanciando de sua essência que é justamente a transformação social, a conscientização no lugar da violência. Por esse motivo, e de modo geral, o hip hop ainda é incompreendido em diversas esferas da sociedade brasileira.

Esse tratamento midiático resulta no que Arce (1997, p. 162) chama de identidades proscritas, “aquelas formas de identificação rejeitadas pelos setores dominantes, nas quais os membros dos grupos ou das redes simbólicas prescritas são objeto de caracterizações pejorativas, muitas vezes, persecutórias”. Ou seja, há também a construção de identidades que buscam minar identidades culturais, sobretudo, com viés político. Essa construção ocorre através de representações sociais que têm como finalidade apresentar o Outro como inferior, de forma estereotipada. Trata-se, portanto, de um mecanismo de poder presente nas sociedades.

Por esse motivo, um dos vieses do discurso do hip hop é justamente combater essas identidades forjadas, apresentando uma contranarrativa aos discursos dominantes que têm como intenção produzir identidades proscritas. O ano de 1988 marcou o início do discurso crítico do hip hop no Brasil, com o lançamento da coletânea *Homens da Lei*, com músicas de nomes como Thaíde & Dj Hum, MC/Dj Jack, Código 13, entre outros que se tornaram fundamentais para a disseminação da manifestação em terras brasileiras. A coletânea incluiu diversas canções que abordam a ação da polícia paulistana nos espaços marginalizados, bem como a injustiça social enfrentada pelos indivíduos marginais, como apresenta a canção *Homens da Lei* (Postalí, 2011).

46 Apresentação musical. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DDguYDlqEZw&list=RDMMDdguYDlqEZw>>. Acesso em 02 de fev. 2018.

47 Álbum *Aviso às gerações*, 2006.

Posto assim, os líderes-comunicadores ocupam o papel também de agentes da comunicação comunitária, considerando a comunidade como o local onde as relações sociais entre indivíduos de um mesmo grupo social se originam, sendo um ambiente de união entre os sujeitos, o que resulta no espírito de fraternidade e convivência (Paiva, 1998). Aqui, podemos entender que muitos territórios urbanos marginalizados se caracterizam como ambientes que refletem a ideia de comunidade, sobretudo, os locais onde o hip hop é praticado em sua essência.

Cabe ressaltar que, em muitos locais, o hip hop atua além das práticas artísticas, através dos chamados núcleos de cultura⁴⁸ ou “posses”, que oferecem atividades para a comunidade, como: oficinas para a produção de artigos para comercialização, palestras sobre conscientização social, eventos beneficentes e outros de socialização, campeonatos esportivos etc.

Portanto, os indivíduos marginais envolvidos com o movimento hip hop, sobretudo os rappers que ocupam o papel de porta-vozes do movimento e da comunidade, caracterizam-se como líderes-comunicadores, a partir do conceito cunhado por Beltrão (1980). Diante dessas colocações, parece acertado compreender que os líderes-comunicadores são indivíduos essenciais para a vida nos espaços urbanos marginalizados contemporâneos, e que o hip hop é uma ferramenta de comunicação que auxilia a ação desses agentes na luta pela transformação do local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das discussões apontadas neste trabalho, que teve a Folkcomunicação e os Estudos Culturais como pilares para as reflexões, entendemos os líderes-comunicadores dos territórios urbanos marginalizados como agentes fundamentais para a vida em comunidade. Sabemos que as chamadas favelas e periferias urbanas são marcadas por misérias, violências e diversas outras fraturas decorrentes da ineficiência do poder público brasileiro e também das narrativas midiáticas que insistem em representar esses espaços como os vilões da vida em sociedade, apresentando, de modo geral, apenas os problemas existentes nesses locais.

Cabe, portanto, à própria comunidade, se unir para resolver aquilo que é possível. Assim, muitos núcleos de cultura acabam por ocupar o que seria o papel do Estado, dando diversas assistências à população, da educação à segurança e saúde. Formados por líderes-comunicadores, em muitos territórios, os núcleos são sedes do movimento hip hop que, através dessas organizações, dissemina a sua ideologia.

Os rappers, que a nosso ver são os principais agentes do movimento, promovem a comunicação popular entre a sua comunidade; criam identidades que fortalecem o grupo negro e produzem contranarrativas para minar os discursos dominantes que, de algum modo, acabam por criar identidades proscritas sobre o seu grupo. Ou seja, concluímos que os rappers comprovam, na contemporaneidade, as teorias de Luiz Beltrão, tão caras aos estudos sobre a cultura popular.

⁴⁸ Ao referir-se ao Brasil, Herschmann (1997) esclarece que no Rio de Janeiro a ATCON (Atitude Consciente) é considerada o principal núcleo. Também há a CUFA (Central Única das Favelas) que, iniciada no Rio de Janeiro, possui atividades em diversos estados brasileiros. De acordo com autor, o movimento hip hop do Rio de Janeiro está ligado ao movimento negro, tendo o apoio do CEAP (Centro de Articulação das Populações Marginalizadas).

REFERÊNCIAS

- ARCE, José Manuel Valenzuela. (1997). O funk Carioca. In: HERSCHMANN, Micael (Org). *Abalando os anos 90: Funk e hip hop: globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco.
- BELTRÃO, Luiz. (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez Editora.
- BELTRÃO, Luiz. (1977). *Teoria geral da comunicação*. Brasília: Thesaurus.
- CANCLINI, Néstor García. (2008). *Culturas híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- COULON, Alain. (1995). *A escola de chicago*. Campinas, SP: Papirus.
- HALL, Stuart. (2003). *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- HALL, Stuart. (2009). *Quem precisa da identidade?*. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- HERSCHMANN, Micael (Org). (1997). *Abalando os anos 90: Funk e hip hop: globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco.
- HERSCHMANN, Micael. (2000). *O Funk e o hip-hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- MCLUHAN, Marshall. (2001). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- PAIVA, Raquel. (1998). *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- PERUZZO, Cecília Maria Krohling. (1995). *Comunicação e culturas populares*. São Paulo: INTERCOM.
- POSTALI, Thifani. (2011). *Blues e hip hop: uma perspectiva folkcomunicação*. Jundiaí, SP: Uniso/Paco Editorial.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. (2009). A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- WOODWARD, Kathryn. (2009). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- VILLAÇA, Nizia. (2011). *A periferia pop na idade da mídia*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Um Estudo De Caso Sobre A Requalificação Do Museu Dos Ex-Votos Do Bomfim: Adaptações E Reorganizações

A Case Study On The Requirement Of The Bomfim Ex-Votes Museum: Adaptations And Reorganizations

*Genivalda Cândido da Silva*⁴⁹
*José Cláudio Alves de Oliveira*⁵⁰

RESUMO: O texto apresentado é resultado de um trabalho realizado no Museu dos Ex-votos do Santuário do Bomfim. A partir de experiências adquiridas ao longo de oito anos de vida acadêmica, assim como, do contato constante com os espaços apresentados e a temática do Museu, é que foi possível aceitar o convite feito pela Irmandade, e então reorganizar a coleção sob os parâmetros da museologia e numa visão da folkcomunicação, mentora principal do olhar sobre os ex-votos desse museu.

PALAVRAS-CHAVE: Ex-votos; Cultura popular; Memória; Coleção; Museu.

ABSTRACT: The text presented is the result of a work carried out in the Museum of the Ex-votos of the Sanctuary of Bomfim. From experiences acquired over eight years of academic life as well as constant contact with the spaces presented and the theme of the Museum, is that it was possible to accept the invitation made by the Brotherhood, and then reorganize the collection under the parameters of museology and a vision of folkcommunication, the main mentor of the look on the ex-votos of this museum.

KEY WORDS: Ex-votos; Popular Culture; Memory; Collection; Museum.

COLEÇÕES, COLECIONISMOS E COLECIONADORES

Os atos de colecionar e de formar coleções são apontados como as possíveis origens dos museus. Sejam por coleções religiosas ou não (profanas), o colecionismo é muito antigo, com registros de uma herança advinda da antiguidade, e a trajetória de vida do ser humano e o seu processo evolutivo é marcado por uma contextualização singular por colecionar “objetos/coisas”. Phillip Bloom explica que colecionismo “O colecionismo é a prática que as pessoas têm de guardar, organizar, selecionar, trocar e expor diversos itens por categoria, em função de seus interesses pessoais” (BLOOM, 2003, p. 12).

Completando o pensamento de Bloom (2003), Pomian (1985, p. 53) elucida o significado de coleção, concluindo assim o axioma para darmos continuidade à escrita.

Uma coleção é qualquer conjunto de objetos naturais ou artificiais, mandos temporária ou definitivamente fora do circuito das atividades econômicas, sujeitos a uma proteção especial num local fechado preparado para esse fim, e exposto ao olhar do público.

Assim, a partir da definição exposta acima, pode-se entender um pouco mais sobre o que está sendo apresentado e o que virá a ser discutido mais adiante no texto, e as correlações entre *Colecionismo*, *Gabinete de Curiosidades* e o Museu dos Ex-votos do Santuário Basílica do Senhor do Bomfim em Salvador, Brasil.

⁴⁹ Genivalda Cândido. Museóloga. Mestra em Museologia - UFBA. Brasil. v.bridacandido@gmail.com

⁵⁰ Professor Associado III – UFBA Coordenador do Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos. Departamento de Museologia - PPGCI e PPGMUSEU. Brasil. claudius@ufba.br

A palavra *Coleção* é de origem *latim*⁵¹, *Colligere* que significa “recuperar, tomar de volta, escolher, recolher”. Como quando as pessoas selecionam e retiram do pé os melhores frutos. Passou ao sentido atual de “ler, obter informações através da percepção das letras” porque fazer isto indica uma capacidade de escolher e definir corretamente letras e palavras. É equivalente à expressão latina *legere oculis*, “colher com os olhos”. O termo *Colecionar*⁵² tem por significado eleger, recolher, conservar, pesquisar por ou a respeito de algo, alguma coisa “escolher entre objetos para formar um conjunto com características comuns”, ou seja, escolher e reunir distinguindo-se da acumulação. Pomian (1985) classifica os objetos em três tipologias: coisas [para alguns utensílios]; semióforos e desperdícios.

De um lado estão às coisas, os objetos úteis, tais como podem ser consumidos ou servir para obter bens de subsistência, ou transformar matérias brutas de modo a torná-las consumíveis, ou ainda proteger contra as variações do ambiente. Todos estes objetos são manipulados e todos exercem ou sofrem modificações clássicas, visíveis e consomem-se. De outro lado, estão os semióforos, objetos que não tem utilidade, no sentido que acaba de ser precisado, mas que representam o invisível e são *dotados de um significado*; não sendo manipulados, mas expostos ao olhar, não sofrem usura.

O mesmo autor explica que o semióforo desvela o seu significado quando este se expõe ao olhar. Assim, duas conclusões podem ser feitas a partir do pensamento de Pomian (Idem): a primeira é que um semióforo acede à plenitude do seu ser semióforo quando se torna uma peça de coleção ou quando se torna uma peça de celebração; a segunda, mais importante, é que a utilidade e o significado são reciprocamente exclusivos: quanto mais carga de significado tem um objeto, menos utilidade tem, e vice-versa.

Em resumo, e de acordo com as explanações de Pomian (Ibidem), as coleções que para os membros do meio intelectual e artístico são os instrumentos de trabalho e símbolo de pertença social, são para os detentores do poder insígnias da sua superioridade e também instrumentos que lhes permitem exercer uma dominação neste meio. No entanto, de acordo com Baudrillard (2000, p. 99) “a coleção é feita por uma sucessão de termos, mas seu termo final é a pessoa do colecionador”. E o colecionador só se constitui como tal ao ser sucessivamente substituído por cada termo da coleção, que é parte da posse do objeto, resultado da integração recíproca do objeto e da pessoa.

Entende-se em nossa atualidade que qualquer coisa é possível de ser colecionável, mas geralmente esse ato é realizado com os objetos, e, na maioria das vezes, esses são itens antigos, itens que guardam alguma história ou fragmento de “pessoas”. No entanto, é necessário se perguntar se uma coleção é feita para a contemplação ou para ser guardada e distanciada do olhar, visto que na atualidade o conceito de antigo mudou muito, e o que era antigo, hoje é “novo”.

DOS MUSEUS AOS GABINETES DE CURIOSIDADES

Na realidade, o que podemos perceber na evolução da história dos museus é uma inversão de temporalidade, isso porque as narrativas e histórias referentes à maior biblioteca do mundo, a de Alexandria, Séc. IV a.C., contam que ela foi uma das mais célebres bibliotecas da história e um dos maiores centros do saber da Antiguidade. O local foi edificado na região portuária da cidade de Alexandria, no Egito. De acordo com Mey (2004, p. 71-72), a Biblioteca de Alexandria

Nasceu durante o período helenístico, tendo como propósito refletir os valores de sua época, ou seja, de apoio à difusão do saber grego clássico para o Oriente. Sua construção foi patrocinada pelo sátrapa do Egito, Ptolomeu, que, sendo um apreciador da filosofia grega - tal como seu antecessor, Alexandre, o Grande - apoiou a criação de diversas escolas de pensamento sediadas na Biblioteca, além de museus e coleções permanentes, que acabaram atraindo diversas personalidades intelectuais de todo o mundo antigo para Alexandria.

Mey (2004) completa seu relato narrando que, junto da Biblioteca de Alexandria, existia também o Museu de Alexandria, sobre o qual foram deixados relatos mais precisos. O museu funcionava como um instituto de pesquisa, onde continha um passeio denominado de peripatos, uma galeria (exedera), jardins, paredes com pinturas coloridas, um zoológico e o santuário das Musas (Museion), local onde os que ali frequentavam buscavam inspiração artística, científica e filosófica. Os intelectuais que estudavam na Biblioteca de Alexandria recebiam alojamento, alimentação, salários altos

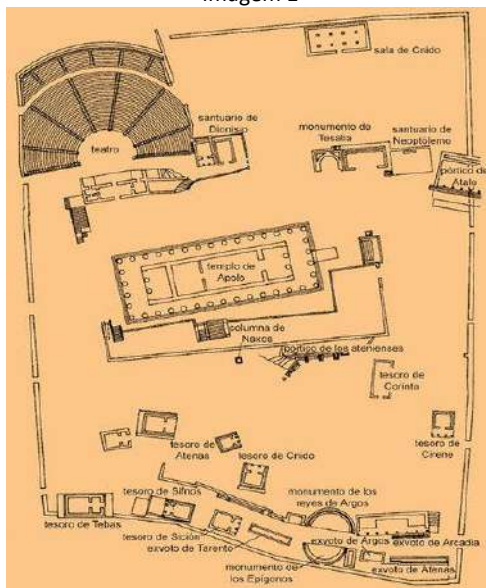
⁵¹ Dicionário on line: <http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/colecionar/> acesso em 20 junho 2017.

⁵² Idem.

e isenção de impostos. O que em nossa contemporaneidade é conhecido como fomento à pesquisa ou incentivo ao pesquisador.

Também, nesse *locus* foram narrados os encontros sobre o objeto principal deste artigo: os ex-votos, que é o foco central e que liga todo o texto. Pois a biblioteca fazia parte do conjunto arquitetônico do Santuário de Delfos Séc. IV a.C., como é mostrado nas imagens 1 e 2.

Imagem 1



In: http://nova-acropole.pt/a_santuario_delfos.html
Acesso em 22 julho 2017

Imagem 2



In: http://nova-acropole.pt/a_santuario_delfos.html
Acesso em 22 julho 2017

No Mouseion de Alexandria, fundado por Ptolomeu Filadelfe, daí a possibilidade do nome do Santuário – Delfos -, tratava-se de um colégio de sábios. Ele não possuía coleções artísticas, mas um museu científico, constituído por Pinacoteca, Thesaurus, Mouseion, dentre outros ambientes. Tratando-se desse período, é possível observar as distinções dos espaços e áreas referenciadas, assim como, das distinções e especificidades do que é apresentado, as funções e utilidades direcionadas às necessidades de seus frequentadores. Essa formação durou até o período em que o local sofreu grande incêndio, em 48 a.C., quando foi destruído todo seu acervo e locais de estudo e pesquisa.

De acordo com os relatos de May (2004, p. 97)

A Biblioteca de Alexandria, após passar por grandes momentos de ascensão e decadência, teve grande parte de sua arquitetura e estrutura física destruída. Nas décadas finais do século XX, as questões relacionadas à memória começaram a se tornar uma das grandes preocupações dominantes no cerne da política dos países da região do Oriente Médio, criando-se assim, uma "Musealização da região" através de práticas que procuraram recuperar o passado e dar um maior valor àquilo que havia sido realizado.

Tais atitudes e discussões acerca do patrimônio pautaram em assuntos como: musealizar, conservar, preservar, documentar, patrimonializar. Assuntos que ainda buscam espaços em nossa contemporaneidade. Visto que não basta apenas discutir sobre, mas sim realizar o processo necessário para que os bens tombados e protegidos também sejam preservados como devidamente se necessita. Já que o "tombamento pelo tombamento" pode e causa uma série de devastação na imagem de uma cidade. Pois os bens materiais patrimonializados não podem passar por reformas ou cuidados sem as devidas liberações.

Quando foi referido no início da seção, “Dos Museus aos Gabinetes de Curiosidades”, a inversão que nos referimos é sobre a evolução da história dos museus, pois esta é uma inversão de temporalidade, isso porque as narrativas e histórias referentes às histórias dos museus começa com um museu em uma biblioteca, e não como normalmente é dito: dos Gabinetes de Curiosidades aos Museus.

Na realidade, o histórico dos gabinetes de curiosidades, surge por volta de 1550, na Europa, como sendo um local, um cômodo na casa de algumas famílias, que é destinado a abrigar e adequar em seu espaço um “*microcosmo*⁵³” de contemplação, um local onde se tem ao alcance dos olhos fragmentos de várias culturas, de lugares distantes e distintos.

Em sua essência os gabinetes revelam um caráter enciclopedista, onde não existia uma noção ou preocupação nítida com a classificação, ou nomeação e distinção de tudo o que era exposto. Tratava-se apenas de colecionar objetos que davam a “ideia da existência de outros povos e culturas”. Como já mencionado, o ato de colecionar transfigura-se em compreensão de tudo o que há no mundo.

Com a evolução dos tempos, dos conhecimentos e dos saberes, os gabinetes vão se tornando sinônimo de poder e destaque social, aportando-se mais no caráter científico, porém sem perder de vista a mola propulsora que a priori foi a de tentar decifrar o mistério da criação, a tentativa de entender o visível e o invisível. Eles eram divididos em três caracterizações: *Naturalia* - agrupados as criaturas e objetos naturais; *Artificialia* - eram agrupados objetos criados ou modificados pela mão humana (antiguidades, obras de arte etc.); *Exotica* - eram agrupados plantas e animais exóticos; e *Científica* - eram agrupados os instrumentos científicos.

Betânia Gonçalves Figueiredo (2013, p. 19) cita que “Os proprietários desses espaços compartilhavam seus conhecimentos e objetos em catálogos com descrições”, como os Cospi, rico colecionador de Bolonha (Imagem 3), Calzolari, farmacêutico de Verona ou Ole Worm, naturalista de Copenhagen (Dinamarca), catálogo editado em 1665.

Imagem 3



O Gabinete de Curiosidades de Fernando Cospi (Bolonha),
In:<http://www.google.com/imgres?>

Podemos dizer que os gabinetes de curiosidades foram os sucessores direto do antigo museu. Pois tiveram um papel fundamental para o desenvolvimento da ciência moderna, embora em seu período refletissem a opinião popular do tempo vigente (não era raro encontrar esqueletos de animais míticos). A edição de catálogos, já referenciado, geralmente era ilustrada e permitia acessar e difundir o conteúdo dos gabinetes de curiosidades para os cientistas da época. (Figueiredo, 2013).

⁵³ Considerado como um pequeno universo, uma imagem reduzida do mundo, mundo pequeno, mundo em miniatura. In: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/microcosmo>. Acesso em 18 de janeiro de 2018.

A partir do século XIX inicia-se a era dos museus como na atualidade são conhecidos, que se distinguem desde suas tipologias aos seus acervos. De acordo com Pomian (1985), são quatro os primeiros modelos: tradicional, revolucionário, evergético e o comercial. Assim, passamos dos museus aos gabinetes de curiosidades e novamente aos museus.

Mas, o que esse fragmento e apanhado histórico tem a ver com o Museu dos Ex-votos do Santuário Basílica do Senhor do Bomfim, localizado em Salvador, Bahia?

DO PEDIDO MATERIALIZADO AO MUSEU GABINETE DE CURIOSIDADES

A necessidade de comunicação, seja pelos gestos, pela oralidade, pela escrita, pela arte ou outros meios é um fator presente e vital aos seres humanos. De acordo com Vilalba (2006), a palavra Comunicação deriva do termo *latim comunicare* e significa “tornar comum”, “associar”.

Assim, podemos definir comunicação como a ação social de tornar comum, o processo que possibilita a compreensão mútua e o estabelecimento de relações de interferência entre indivíduos e grupos mediados ou influenciados por diversos fatores. Esse processo envolve a formação e a apresentação de sentidos e permite, inclusive, o desenvolvimento das práticas e manifestações sociais e culturais.

Silva e Oliveira⁵⁴ (2015, p. 5) mencionam que

A partir do viés de comunicação pode-se também abordar a arte popular, que é compreendida como manifestação popular, uma dentre tantas formas existentes de comunicação, e que também é geradora de fortes sentimentos de identidade. Não sendo apenas um meio de disseminar a fé, mas um meio de criar e recriar formas de difundir e perpetuar valores, crenças, memórias, uma renovação de estruturas que conserva a substância primordial da tradição. (SILVA, OLIVEIRA, 2015, p. 5)

Esse discurso afirma que as relações com o divino quase sempre são, neste caso, relações simbólicas de troca, algumas vezes do imaterial pelo material, do simbólico pelo signo, porém, sem perder o seu conteúdo, anulando a impessoalidade da relação. Nesse contexto trazemos à pauta o Museu do Santuário do Bomfim, no Brasil, local centro da pesquisa, espaço de adaptações e reorganizações.

O histórico do Santuário do Bomfim vem de muito tempo atrás. Não é tido como uma fábula ou um mito – lenda -, mas um fato real. Tal histórico decorrente dos relatos de acontecido a um Capitão de Mar e Guerra – Theodózio Rodrigues de Faria -, que no ano de 1740, vindo de Portugal para a então colônia portuguesa (Brasil) passou por forte tormenta em alto mar, temendo por sua vida e pela vida de sua tripulação, e das naus que faziam parte do comboio marítimo, recorreu ao seu santo de fé, o Senhor do Bom Fim de Setúbal de Portugal, afirmando que, caso saísse ileso de tal fúria da natureza, iria erguer um templo em homenagem ao santo no local mais alto da próxima cidade a aportar, onde o templo pudesse ser visto por quem assim chegasse pelo mar ou terra, na colônia.

A graça foi recebida pelo então devoto, e, no mesmo ano, uma ermida foi erguida em pagamento à promessa feita. Porém, à época, as construções arquitetônicas não eram erguidas tão rapidamente e com tamanha facilidade, como o é no século XXI. A pequena edificação foi finalizada para recebimento da imagem do Senhor do Bom Fim no ano de 1749, nove anos após a promessa e a chegada do devoto a Cidade do Salvador.

Com o passar do tempo cresceu cada vez mais a devoção e os milagres creditados ao Senhor do Bomfim, e em favor dos que a Ele recorriam nos momentos de suas aflições e dores, viu-se a necessidade de realizar ampliações ao local. As obras na capela tomaram efervescência, e assim foram acrescentadas torres ao local, que tiveram finalização em 1772, como informa Carvalho (1915). Com a construção das torres, tornou-se necessário a edificação de uma estrutura que as ligasse a sala da Sacristia à então criada sala dos Milagres, construindo assim varandas laterais à nave, também destinadas a abrigar os devotos e romeiros. (CARVALHO FILHO. 1925, p. 37)

⁵⁴ Trabalho apresentado na Divisão Temática IBERCOM –DTI 13 – FOLKCOMUNICAÇÃO do XIV Congresso Internacional IBERCOM, na Universidade de São Paulo, São Paulo, de 29 de março a 02 de abril de 2015.

Em parágrafos anteriores foi apresentado como o Santuário do Bomfim ficou conhecido, que não foi apenas pela fé e simbolismo ao Santo, mas também pelos milagres realizados pelo seu padroeiro. E para se manter o registro de todas as graças e milagres alcançados, foi necessário a construção de uma sala de milagres. Porém, para se ter uma melhor noção do que estamos nos referenciando, explicaremos melhor o nome e o significado do objeto, e a sua interação com o local. Falamos do ex-voto.

O termo ex-voto advém do substantivo masculino, e se refere a objetos que possuem variadas tipologias, dentre as quais se inserem os formatos, os gêneros, tamanhos, especificidades singulares e que são utilizados para representar as graças obtidas em comunicação ao santo de devoção no momento de aflição, perigo, desespero, e/ou medo como foi o caso do fundador da Basílica do Bomfim. O pagamento se dá com a desobriga do objeto em igrejas, cruzeiros, capelas, grutas, ou locais aos quais milagres foram reconhecidos, e, em muitos casos creditados.

Desta forma, Luiz Beltrão (1971) explica que o ex-voto “é comum, no meio rural, os moradores, quando não conseguem algo racionalmente, buscarem no sobrenatural o reforço para a realização dos seus intentos”. Beltrão (Idem), vê os ex-votos como *media* potenciais para divulgação de questões sociais, individuais e coletivas, que o homem simples da cidade ou do meio rural cria e executa em um processo por ele chamado “folkcomunicação”. O autor faz uma reflexão que exalta o ex-voto na década de 1960, expondo os potenciais lugares onde o cidadão comum podia divulgar a sua história, os seus acontecimentos, daí ele demarca espaços, como salas de milagres, cemitérios, cruzeiros e até nas colunas dos “agradecimentos” nos jornais impressos.

Já Luís Saia (1944) vai por outra vertente na explicação e significado do objeto ex-votivo,

A tradição do ex-voto remonta à mais afastada antiguidade. Às vezes surge como troféu de guerra deposto, após a violência, no altar do deus protetor; troféu que tanto podia ser arma ou insígnia como cabeça do inimigo. Outra firma, e está até hoje bem viva na tradição católica de qualquer parte do mundo, consiste em pagar uma promessa relativa a doença ou desastre com objetos que lembrem o pedido feito: muletas, representação da parte doente, peças de vestimenta, etc., Esculápio, célebre médico da antiguidade recebia daqueles a quem curava determinado tipo de doença o mal a reprodução da parte curada: do braço, perna ou cabeça do doente. (SAIA. 1944, 10.)

Tomando as duas noções dos pesquisadores brasileiros acima aludidos, podemos dizer que os ex-votos são ícones da cultura popular imaterial e material, e sempre estiveram presentes na história do homem. Como um elo comunicacional entre o mortal e o divino. E assim como os referenciados gabinetes, a sala de milagres comporta uma inusitada e diferenciada tipologia de objetos. Como é possível observar nas Imagens 4 e 5.

Imagem 4.



Fotografia: Silva, 2015. Sala de milagres do S. Bomfim

Imagem 5



Fotografia: Silva, 2015. Sala de milagres do S. Bomfim

O que se observa é um “ajuntamento” de objetos, sem os referidos processos de classificação, documentação, informação, conservação etc., itens pertinentes e que conferem a um museu sua caracterização e função. Bem, estamos nos referindo à Sala de Milagres, ambiente em que o povo, livremente, coloca o seu ex-voto, quando, num processo folkcomunicação, vai se instalando uma exposição, como reflete em sua teoria Luiz Beltrão (1971). Essa teoria e a prática ex-votiva irão, como veremos, influenciar em muito na expografia do Museu do Bomfim, principalmente ao percebermos que, na ala dos ex-votos, a sala de milagres é a principal fomentadora.

Especificamente ao Bomfim, e em uma descrição concisa de Clarival do Prado Valladares (1967), podemos ter uma noção do espaço como era, para então prosseguirmos com as discussões,

Ex-votos enchem totalmente as paredes e os cantos da conhecida “sala dos milagres” à esquerda da nave, onde uma porta verde de recortes vazados dá para uma escada larga; as laterais daquela escada também estão completamente forradas de quadros. Chegando ao andar de cima, há dois salões que vão de um extremo ao outro da igreja. [...] repletos de ex-votos. [...] chuva, goteira, umidade, mofo, traças, baratas, cupins, poeira estragam permanentemente esses documentos da devoção do povo. (VALLADARES, 1967, p. 1)

Durante toda a vida do santuário, sempre existiu a sala de milagres, como relatou Valladares (1967), o que faltava em realidade eram os devidos cuidados com os objetos expostos no local. De acordo com Silva (2015, p. 142):

O histórico do museu é um pouco anterior à sua concepção de fato. Ele foi idealizado no ano de 1973, quando o tesoureiro da Irmandade sentiu a necessidade de maior cuidado e zelo com as peças “de maior valor estético e artístico”. O museu foi implementado somente em 1975.

O Museu Rubem Freire de Carvalho Tourinho, mais conhecido como museu dos Ex-votos, foi concebido para funcionar na parte superior da Basílica, no presbitério, após uma subida de 20 degraus, cujas escadas se iniciam na sala de milagres, tendo como um entrave, e ao mesmo tempo distinção, a magnífica e austera porta de dois metros de altura de madeira trabalhada, recortada, vazada e entalhada.

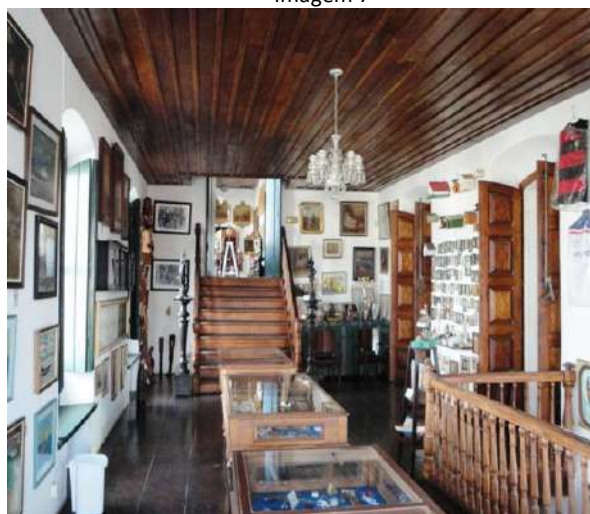
Como se observa na imagem 7, a sua estética nos remete ainda a uma sala de milagres, salvos alguns itens e a precária expografia exercida para que o mesmo pudesse ser reconhecido e denominado como museu. Ele está inserido no Guia Museus Brasileiros de 2011, referenciado na página 65, com um acervo tipológico de Artes visuais e História, deixando de fora de sua tipologia o mais presente a Religiosidade. Imagens 6 e 7, entrada e interior do Museu.

Imagem 6



Fotógrafa: Silva, 2016 – Acesso ao Museu

Imagem 7



Fotógrafa: Silva, 2016 – Museu dos Ex-votos

Como observado e narrado anteriormente, a exposição mais lembra uma extensão da sala de milagres, tanto por sua confusão de objetos, quanto por sua carência no cuidado com as obras e dos métodos museológicos praticamente inexistentes no local.

Adaptações e reorganizações

Em 2016 aconteceram vários encontros e reuniões, sempre com o mesmo relato da necessidade de mudanças e atualizações no espaço museal, porém, não era levada à frente os acertos. Ou por falta de verbas da irmandade ou por falta em tempo de organizar e disponibilizar o pessoal e material. Enfim, acabamos por suspender o que não havia ainda iniciado.

Em julho de 2017, especificamente no dia 01 de julho, uma nova reunião foi marcada para acontecer no dia 03 do mesmo mês, as 8 horas da manhã. Reunião essa que culminou no acerto para os ajustes e reorganização das coleções expostas no museu e na sala anexa. Tal fator se deu por conta da reinauguração de um órgão datado de 1865, que estava sem funcionamento desde 1915.

Assim, no dia 03, se iniciou os ajustes e a necessidade nítida da falta de preservação dos objetos e dos ambientes. Claro que não foi algo como planejado, isto porque o material solicitado foi entregue apenas na quarta-feira, dia 05, e todo procedimento se deu com materiais próprios até a data citada. Em sentido amplo, a preservação inclui o conjunto de ações voltadas para a manutenção de um determinado bem cultural, desde os instrumentos legais que o protege, até os mecanismos e as intervenções que colaboram para sua integridade, passando pelas ações de documentação, destinadas ao registro e à transferência de informações.

Helena Ferrez (1994, p. 64) destaca a extensão do conceito de preservação, que ultrapassa a conservação física. Para a autora, “a função básica de preservar, lato senso, engloba as de coletar, adquirir, armazenar, conservar e restaurar aquelas evidências, bem como a de documentá-las”.

Primeiro dia, realização da listagem de materiais necessários para os procedimentos a serem executados e a produção de uma carta Proposta para Elaboração de Projetos Museológicos no Museu dos Ex-votos do Bomfim. Com essa primeira parte concluída, no período da manhã, deu-se início a segunda etapa. Este momento foi o mais complicado e complexo de todo o processo. As questões como reorganizar? O que fazer com tantos objetos? Qual a nova leitura que darei ao espaço sem que esse perca a sua Alma? Como e até onde poderei ir?

Então, na verdade, começamos pelo final. Sim, a última questão foi a responsável para todo o desenvolvimento do trabalho. Quando novamente em esclarecimentos últimos com o tesoureiro, questionamos: O que podemos fazer e qual é o limite aqui? O que não podemos “tocar”? A resposta foi: “O museu é seu” (coordenadora dos trabalhos). “Trate-o como trataria a sua casa...”. De posse de material para tais finalidades, que possuía de atividades anteriores e exposições já organizadas, o museu foi trabalhado. No primeiro momento, o processo de descupinização no ambiente em alguns pontos afetados, em segundo momento em algumas obras (quadros, pinturas, porta retratos) também foi aplicado o mesmo procedimento. Imagens 8, 9, 10, 11.

Imagem 8



Fotografa: Silva, 2017.

Imagem 9



Fotografa: Silva, 2017.

Imagem10



Fotografa: Silva, 2017.

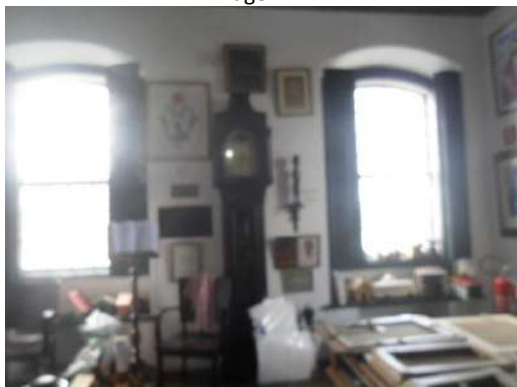
Imagem 11



Fotografa: Silva, 2017.

Na segunda etapa, os procedimentos executados foram de higienização das peças a serem acondicionadas em caixas, para posteriormente ser realizada a documentação destes, foi elaborado um arrolamento das peças, para controle do que foi retirado e do que ficaria exposto no local. Imagens 12, 13, 14, 15.

Imagem 12



Fotografa: Silva 2017.

Imagem 13



Fotografa: Silva 2017.

Imagem 14



Fotografa: Silva, 2017.

Imagem 15



Fotografa: Silva, 2017.

Após o segundo momento, veio todo o pensamento que recai sobre ex-votos e sala de milagres, pois na exposição do museu, tínhamos a responsabilidade de propor um circuito e uma expografia que se aproximassem mais de um ambiente onde a liberdade de expressão estivesse perceptível frente ao tema, como preconizou Beltrão (1971) e Valladares (1967), mesmo entendendo que tínhamos no museu as formalidades de um ambiente que é voltado mais à academia. Daí a percepção clara entre a exposição de uma sala de milagres e a de um espaço museografado.

CONCLUSÕES

De acordo com conhecimento e experiências obtidas nos cursos de graduação e pós-graduação, o processo de Musealização foi parcialmente empregado no local, visto que no processo executado, a preservação dos objetos foi exercida, com o intuito de apresentar a sua história de forma mais clara possível aos visitantes, e assim cultivar de certa forma a cultura ex-votiva e artística do local.

Como estratégia de preservação, a musealização aponta, assim, para duas direções, objetivando não apenas garantir a integridade física de uma seleção de objetos, mas também promover ações de pesquisa e documentação voltadas à produção, registro e disseminação das informações a eles relacionados, com vistas à transmissão a gerações futuras.

Apesar da maior parte do acervo do “Museu dos Ex-votos” ser composta por objetos ex-votivos, outra grande parte não é. No entanto, esse fator não interrompe o processo de Folkcomunicação presente no espaço, pois a riqueza tipológica do objeto ex-votivo já o dignifica como tal na museografia.

Ter num museu, que se mescla com alfaia, indumentárias, arte clássica, mobiliário e arte decorativa, objetos produzidos artesanalmente, já demonstra um avançar da cultura do povo no espaço clássico e nobre. Falamos das esculturas desformes, dos milagritos, das camisas de times de futebol, das tábuas votivas, dos brinquedos e muito mais tipologias que ajudam a configurar o espaço do museu. Isso já é um caminho bem andado para mostrar algo “folk”.

Podemos lamentar não ver fiéis e crentes fazendo a desobriga no museu, mas podemos refletir que, com gestos, contrições, participações e presenças das pessoas na sala de milagres, o “escoamento” de ex-votos para o museu será constante, num verdadeiro processo de encontro entre a folkcomunicação e a comunicação rígida do museu, um permanente encontro do povo com a academia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

_____. **Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideias**. São Paulo Melhoramentos, 1971. 152 p. Il.

CARVALHO FILHO, José Eduardo Freire de. **A Devoção do Senhor Bom Jesus do Bomfim e Sua História**. 2 ed. Salvador: Reimprimatur. Imprensa Oficial. Bahia, 1925.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BLOOM, Philip. Ter e Manter – **Uma História Íntima de Colecionadores e Coleções**. São Paulo: Editora Record, 2003

Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003/2017. In: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/microcosmo> Acesso in: 07 jul. 2017

Dicionário on line: <http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/colecionar/> Acesso in 20 jun. 2017.

FIGUEIREDO, Betânia Gonçalves. **Museus. Dos Gabinetes de Curiosidades à Museologia Moderna**. Fino Traço; 2ª Ed: 2013.

FERREZ, Helena Dodd. **Documentação museológica: Teoria para uma boa prática**. Caderno de ensaios: Estudos de Museologia, n. 2. Rio de Janeiro, Minc/Iphan, 1994.

MEY, Eliane Serrão Alves. **Bibliotheca de Alexandrina**. Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/index>. Campinas, v. 1, n. 2, jan/jun. 2004. Acesso em 10 jun. 2017

POMIAN, Krzysztof. **Colecção. Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Einaudi, 1985.

SAIA, Luís. **Escultura popular brasileira**. São Paulo. 1944.

VALLADARES, Clarival do Prado. **Riscadores de milagres: um estudo sobre a arte genuína**. Rio de Janeiro: SDC/SE./Bahia, 1967. il.

VILALBA, Rodrigo. **Teoria da comunicação: conceitos básicos**. ÁTICA. 2006. Série Princípios 261.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Religious Communicative Processes in Intercultural Contexts: The Marian Devotion to Aparecida - Synchrony and Diacrony

Brasil de Fato Pernambuco: a strategy of popular communication for inclusion and for social equality

Brasil de Fato Pernambuco: uma estratégia de comunicação popular para inclusão e pela igualdade social

*Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro*⁵⁵

*Betania Maciel*⁵⁶

*Irenilda de Souza Lima*³

RESUMEN: Este artigo analisa as estratégias de comunicação do jornal Brasil de Fato Pernambuco (BdF) e a sua função enquanto veículo de comunicação na América Latina, onde uma grande parcela da sociedade tem acesso aos conteúdos da mídia hegemônica a serviço do capital. O objetivo deste estudo foi de analisar quais estratégias de comunicação são adotadas pelo jornal para levar ao leitor o conteúdo que a mídia tradicional e hegemônica não cobre, bem como fazer a cobertura dos fatos com outra perspectiva. Quais práticas de comunicação são adotadas, e as expectativas para os resultados que podem ser gerados. Nas análises percebe-se que o BdF constrói sua história na contramão dos grandes veículos de massa, sendo a estratégia do periódico empoderar leitores das classes sociais D e E, a partir da distribuição gratuita de exemplares em espaços de aglomeração popular. Constituindo-se em um instrumento de informação e formação política no contexto popular.

PALABRAS CLAVE: Comunicação popular, comunicação de massa, Brasil de Fato Pernambuco; mobilização.

INTRODUÇÃO

A imprensa denominada 'alternativa' surgiu no início da década de 1970, quando o periódico Pasquim nasce como símbolo de resistência de uma sociedade marcada pelo regime militar ditatorial no Brasil, cuja tomada de poder aconteceu no ano de 1964. Mais de 50 anos depois, o Brasil da atualidade vive uma falsa democracia. O governo de esquerda sofre um golpe no ano de 2016, e uma direita conservadora assume o poder. Dá-se início a uma política de restrições de direitos e públicas de inclusão social a partir da qual ministérios são desfeitos, políticas e recursos que haviam sido investidos nos últimos anos, em educação e no campo, são extintos. Neste cenário, reconhecemos o poder da mídia hegemônica e seu papel neste engodo, visto que propaga informações para manipulação da sociedade em favor do interesse da elite brasileira.

⁵⁵ Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Brasil, ylkaoliveira@gmail.com.

⁵⁶ Betania Maciel. Professora do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Brasil, betaniamaciel@gmail.com.

³ Irenilda de Souza Lima, coordenadora do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Unidade Federal Rural de Pernambuco, Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP),

Assim, para análise de conjuntura nos embasamos na teoria de Peruzzo, quando afirma que havia uma conjuntura de insatisfação em decorrência de questões sociais que precarizam a vida de grande parte da população brasileira, além da imposição colocada pelos veículos de comunicação de massa que restringem a liberdade de expressão. Neste contexto, criaram-se instrumentos ‘alternativos’ dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto. Era uma comunicação vinculada à prática de movimentos coletivos, retratando momentos de um processo democrático inerente aos tipos, às formas e aos conteúdos dos veículos, diferentes daqueles de estrutura então dominante, da chamada ‘grande imprensa’. Nesse patamar, a ‘nova’ comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformação, exteriorizado sobretudo em pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audiovisuais, faixas, cartazes, pôsteres, cartilhas, etc” (PERUZZO,2004).

Essa ‘nova’ comunicação representa uma resposta sob o controle da mídia e da notícia no Brasil. Em reportagem divulgada na edição de janeiro de 2018, do Le Monde Diplomatique Brasil, sob o título “Quem controla a notícia no Brasil”, foi divulgada pesquisa realizada pelo Monitoramento da Propriedade da Mídia no Brasil, do Intervenções e Repórteres Sem Fronteiras. Os dados apontam para grupos midiáticos com negócios econômicos diversos, desde educacional, financeiro, imobiliário, agropecuário, energético, de transportes, infraestrutura e saúde. Outra questão levantada pela pesquisa foi a propriedade cruzada dos meios. Dos 50 veículos de mídia mapeados, todos de mídia online, impressa, TV e rádio, pertencem a 26 grupos de comunicação. Sendo que desse total de 26, metade está nas mãos de somente cinco grupos: Globo, Bandeirantes, Record, Folha e RBS. Ou seja, controlam o que grande parte da população brasileira assiste e consome. Interferem diretamente na opinião de brasileiros e brasileiras, agem com manipulação e parcialidade. Os dados podem ser acessados em WWW.quemcontrolaamidia.org.br.

Como encontramos em Frank (1969), as elites e classes médias são as maiores apoiadoras dos regimes ditatoriais na América Latina e no mundo. Quando seus direitos são ameaçados, apoiam governos e instituições que garantam seus privilégios. Especialmente as classes médias, cuja renda nunca se eleva à custa das classes ricas, mas à custa das massas pobres (FRANK, 1969). Assim, aconteceu na Alemanha de Hitler e na Itália de Mussolini. O que é encontrado também nos estudos de PERUZZO:

[...] a classe burguesa, com a abertura, ‘abertura gradual’, do ‘governo transitório’, foi hábil o suficiente para reorganizar o bloco histórico, mudando apenas algumas regras do jogo e os atores políticos para continuar no poder (PERUZZO, p. 51)

Como resistência ao poder exercido pelas elites diante das classes trabalhadoras, os movimentos populares do Brasil, em 25 de janeiro de 2003, durante a realização do Fórum Social Mundial, em um contexto em que um governo de esquerda geria o país, criaram o Brasil de Fato (BdF). O veículo é um instrumento de comunicação que atua na cobertura das lutas sociais pelo país. Atualmente funciona como uma radioagência, site de notícias e possui versões impressas nos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, São Paulo e Pernambuco.

O jornal Brasil de Fato (BdF), trata de temas ligados a política, economia, direitos humanos, cotidiano, cultura e serviços. A primeira edição no Estado de Pernambuco, região Nordeste do Brasil, foi lançada em 2015. A proposta do jornal Popular é fazer a distribuição gratuita em locais de grande fluxo de pessoas, como estações de metrô, de ônibus, praças e universidades para despertar reflexões a partir dos conteúdos ao público na pirâmide social de classes D e E. A estratégia quebra com o paradigma de que o jornal é formador de opinião somente para classes privilegiadas, restando o rádio e a TV para as camadas populares. “Nesse sentido, os movimentos constituem uma tentativa de romper o oligopólio do partido na oferta de participação política, ampliando a esfera dos canais legítimos. E assim, apesar de suas limitações, vão ocupando o seu lugar na sociedade, contribuindo para construir a cidadania”. (PERUZZO, p. 34).

Neste contexto, entre as perguntas que orientaram a investigação citamos: o que difere o Brasil de Fato Pernambuco (BdF) de jornais comerciais que circulam no Estado? Nestes dois anos em que o BdF circula em Pernambuco, quais estratégias de comunicação foram adotadas pelo impresso? Parcerias com organizações e movimentos? Divulgação em rádio, panfletagem, palestras, atos, reuniões, etc? Quais são as estratégias de distribuição adotadas pelo jornal? Para quem o BdF comunica? Quem são os leitores/as, qual o perfil? Há publicidade no BdF? Como se mantém? Quantos assinantes existem hoje?

Este estudo teve como objetivo analisar quais estratégias de comunicação são adotadas pelo jornal para levar ao leitor o conteúdo que a mídia tradicional e hegemônica não cobre, bem como fazer a cobertura dos fatos com outra perspectiva. Quais práticas de comunicação são adotadas, e as expectativas para os resultados que podem ser gerados.

CONTEXTO

A construção e execução de um projeto como o jornal Brasil de Fato Pernambuco é resultado da mobilização de um grupo de pessoas: militantes de diversas áreas e profissões, de movimentos sociais distintos, de organizações e espaços diferentes, mas que comungam de um objetivo comum, e buscam a cada edição lançada nas ruas alcançar os resultados desejados por todos. Como afirma o filósofo e educador colombiano Bernardo Toro, mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados. A respeito do BdF, podemos afirmar que se trata de um processo de mobilização, visto que é um projeto de sociedade, de libertação de uma classe menos favorecida e que está a margem do sistema, mas com perspectivas futuras de alcançar uma sociedade mais equânime.

Toro define a mobilização como um ato de comunicação. Não no sentido propagandístico, de garantir mídia e recursos, mas enquanto processo de compartilhamento de discurso, visões e informações. Desse processo de participação, de ter voz ativa, faz parte a construção de uma democracia em que a sociedade tenha a compreensão de que o seu destino está em suas mãos. Como cita o autor:

Toda ordem social é criada por nós. O agir ou não agir de cada um contribui para a formação e consolidação da ordem em que vivemos. Em outras palavras, o caos que estamos atravessando na atualidade não surgiu espontaneamente. Esta desordem que tanto criticamos também foi criada por nós. Portanto - e antes de converter a discussão em um juízo de culpabilidades – se fomos capazes de criar o caos, também podemos sair dele. (TORO, 1996, p.7)

Portanto, viver em um sistema democrático significa dizer que vivemos sob as mesmas leis e normas para cumprimento e proteção de cidadãos. Embora essa ordem social esteja sujeita a regimes ditatoriais impostos por armas e desordem. Em outras palavras, na democracia a sociedade civil está para debater, planejar e buscar executar o que é de bem comum, de direito de todos e todas, seja nos campos econômico, político, social ou cultural.

Uma ação de mobilização social necessita de um projeto de comunicação. É o compartilhar das informações que fará com que as pessoas tenham livre acesso e sejam autônomas neste processo de construção da mobilização. A comunicação é um direito, assim como é um direito o acesso à educação, saúde, moradia, a uma vida digna. Para vencer a ideologia das classes dominantes que coloca as classes trabalhadoras em condições de subalternidade e de dominação intelectual. Assim, compartilhamos do pensamento de Ramonet citado por Veloso e Farias, “a liberdade da mídia não passa de uma extensão da liberdade coletiva de expressão, um dos fundamentos da democracia. Enquanto tal, não pode ser confiscada por um grupo de poderosos. Além do mais, ela implica uma “responsabilidade social” e, conseqüentemente, seu exercício deve permanecer, em última instância, sob o controle responsável da sociedade. (VELOSO apud Ramonet, 2003).

Com quase 2 anos de existência, o Brasil de Fato Pernambuco encontra-se na 37ª edição em circulação. Sob o slogan Uma visão popular de Pernambuco, do Brasil e do Mundo, o tabloide tem enquanto estratégia de comunicação o lançamento do veículo em estados, no formato tabloide, para garantir que a informação alcançasse diversos lugares no Brasil. Acredita-se que esse modelo é de grande capilaridade. Pessoas circulantes por praças, estações de metrô e paradas de ônibus recebem a notícia gratuitamente, todas às sextas-feiras. O jornal semanal distribui 15 mil exemplares na capital, Recife. Os 5 mil restantes seguem para os municípios de Afogados da Ingazeira, Arcoverde, Caruaru, Palmares, Petrolina e Serra Talhada. Atualmente, o jornal apresenta ao leitor as editorias de Opinião, Política, Direitos Humanos, Cultura, Geral, Internacional, Esporte e Cadernos Especiais.

Seu conselho editorial é amplo, formado por vários movimentos populares, ONGs e professores universitários que se identificam com a proposta. É este conselho que dá linha editorial e sustentação para a definição de pautas. Para o campo das parcerias são criadas edições especiais sobre temas específicos como, a greve geral, corte de políticas públicas, a convivência com o Semiárido, mulheres encarceradas. Nesta relação de parceria, os sindicatos e ONGs estão também como financiadores na publicação de anúncios. O periódico em Pernambuco é o único que não possui publicidade governamental. Enquanto os estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais já contam com verba pública. Verba que fundamentalmente deve ser democratizada, independente de ideologia ou partido. Porém, os veículos de comunicação de massa na América Latina ainda são os grandes detentores de verba pública no campo da comunicação.

E é neste ponto que Beltrão e Quirino (1985) chamam a atenção para analisarmos o quanto a comunicação de massa cerceia a liberdade dos indivíduos. Crescendo como indústria na mesma proporção em que se desenvolveram os demais produtos de engenho e da atividade humana, e sob certos aspectos até com mais vigor e rapidez, a comunicação de massa atingiu aquele gigantismo absorvente, que cerceia a liberdade de indivíduos e de nações pela imposição de mensagens padronizadas, que muitas vezes afrontam a cultura peculiar de determinado grupo social, fazendo-se poderosa arma de dominação intelectual e política. (BELTRÃO e Quirino, 1985).

ENFOQUE E METODOLOGIA DE ABORDAGEM

O método utilizado para pesquisa foi à aplicação de entrevistas semiestruturadas com profissionais e militantes do jornal, através de visita a redação do periódico. A entrevista ocorreu com a editora e um repórter do jornal. O estudo em andamento também pretende ouvir leitores assinantes do impresso e visitar a estação Recife do Metrô, local de distribuição.

Indicamos que para analisar as entrevistas o estudo foi construído no processo analítico, conforme inspiração nos princípios referidos para análise qualitativa de conteúdos. Uma das justificativas para a escolha da trajetória metodológica está no uso de Análise de Conteúdo, em Lawrence Bardin, que observa:

“Análise de conteúdo: não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações.” (1977, p. 31).

Na etapa de coleta dos dados visitamos à redação do jornal, mas procuramos entrevistar os personagens em um espaço aberto, ao ar livre, para assim evitar que a rotina da redação interferisse nas respostas. As entrevistas foram gravadas com o consentimento dos entrevistados. Na etapa seguinte de pré-análise realizamos a leitura flutuante do material para identificar as hipóteses e suas identificações com as teorias propostas para o estudo. Segundo Pinheiro, Cavalcanti e Calixto, na etapa da exploração dos dados o investigador busca encontrar categorias que são expressões ou palavras significativas em função das quais o conteúdo de uma fala será organizado.

Segundo Pinheiro et al, a partir dos conhecimentos de Heidegger (1989), Zilles (2006), no estudo qualitativo é fundamental compreender a estrutura formal da pergunta investigativa. Sendo a pergunta dotada de um pré-saber e um não-saber que fazem parte do mesmo universo imaginário, em caráter de complementaridade e não de extremos. Ou seja, a busca pelas respostas de quais seriam as estratégias de comunicação do BdF nos levaram de encontro ao problema pensado, na busca de encontrar as respostas e compreender a realidade em sua totalidade.

Na exploração dos dados criamos categorias de temáticas de análise, a partir da qual identificamos: distribuição gratuita; linha editorial diferenciada; jornal de visão popular; classe trabalhadora; mídia hegemônica; sustentação financeira; edições temáticas; publicidade governamental; assuntos tabus; notícias polarizadas. A partir daí realizamos nossas interpretações para caminhar a conclusão do estudo.

PRINCIPAIS RESULTADOS, REFLEXÕES E CONCLUSÕES

Entre os resultados identificamos a percepção do BdF enquanto um espaço de luta, de resistência de quem faz comunicação popular, e não a serviço das elites. A distribuição gratuita no Recife, Região Metropolitana e mais seis municípios do Estado é a estratégia “carro-chefe” do jornal. A aceitação é medida sempre às sextas, após a entrega do jornal, quando os profissionais do BdF passam pelos pontos de distribuição para verificar se há exemplares jogados no chão.

O BdF se difere dos demais jornais por adotar uma perspectiva progressista, de esquerda, e fazer a divulgação de notícias e fatos que a mídia tradicional e hegemônica não cobre. Além disto, tem o público alvo que é visto na pirâmide social como classes D e E. Pessoas que comumente não comprariam jornais impressos pela questão do preço e acesso, mas não por não lerem. Porém, perpetuasse que os meios de comunicação como jornais e revistas estão para uma classe social mais abastada, para pessoas formadoras de opinião. Restando apenas a TV e o rádio para as camadas mais populares, o que não procede.

Um dos fatores que levam a não aceitação da distribuição gratuita é quando os leitores encontram assuntos mais polarizados na capa. Por isso, há um cuidado especial nestas edições. Temas como, dia da visibilidade lésbica, redução da maioria penal, caravanas com o ex-presidente Lula, são assuntos em que não há um consenso na sociedade brasileira. Os editores avaliam que é prudente não trazer diretamente na capa para que o exemplar não seja descartado antes de ser aberto para leitura.

Outra estratégia de comunicação é o programa que vai ao ar na rádio Clube AM, de 7h às 8h, aos sábados, com reprise aos domingos; um perfil na rede social Facebook; um site alimentado nacionalmente com notícias; e as assinaturas também são fundamentais, pois garantem o sustento financeiro. A verba publicitária provém do campo das parcerias com organizações não governamentais e movimentos sociais para realização de edições especiais sobre temas específicos.

A conclusão dos estudos em andamento é que a estratégia de comunicação do Jornal Brasil de Fato que aproxima conteúdo crítico, popular e contra-hegemônica é levar 20 mil exemplares as ruas de Pernambuco. É o principal termômetro para sentir o nível de aceitação dos leitores. Em se tratando de assuntos muito polarizados, a um cuidado especial para as notícias que irão ocupar as capas. É a garantia de que o leitor não irá abandonar a leitura na primeira página.

BIBLIOGRAFIA

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70, 1977.
- CASANOVA, J. V.; PERUZZO, C. M. K; TUFTE, T. **Trazos de una otra comunicación em América Latina**. Prácticas comunitárias, teorías y demandas sociales. ALAIIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Del Norte, 2011.
- FRANK, A. G. **Sociology of development and Underdevelopment of Sociology**. Nova York: Editorial Anagrama, 1969.
- QUIRINO, N. O. ; BELTRÃO, L. **Subsídios para uma teoria de comunicação de massa**. 1985.
- PASTI, A.; BANDEIRA, O. Quem controla a notícia no Brasil?: Negócios desenvolvido pelos principais grupos de mídia brasileiros revelam potenciais interesses por trás das agendas dos meios. A pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia no Brasil, publicada pelo Intervezes e pela Repórteres Sem Fronteiras, expõe que muitos dos veículos de maior audiência no país são também parte de grupos econômicos. [janeiro, 2018]. São Paulo: Le Monde Diplomatique Brasil.
- PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. São Paulo: Vozes, 2004.
- PINHEIRO, M. M. K.; CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P. **Análise de Conteúdo**: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. Inf. & Soc.:Est., João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr.2014
- WERNECK, N.M.D; TORO, J. B. **Mobilização social. Um modo de construir a democracia e a participação**. UNICEF-Brasil, 1996.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Culture et communication comme outils pour construire une culture financière dans l'agriculture familiale.

A cultura e a comunicação como instrumentos para construção de uma cultura Financeira na agricultura Familiar.

Comunicação, desenvolvimento local e cultura financeira na agricultura Familiar no Nordeste do Brasil.

Gustavo de Farias Costa¹

Paulo de Jesus²

Taisa Cristina Tenório Salvador da Costa³

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de analisar as formas de comunicações que são construídas no processo de aquisição e uso de crédito para financiamento da produção entre agricultores familiares no Nordeste do Brasil. Ampliaremos a análise investigando como a comunicação nos movimentos sociais propicia práticas, arranjos produtivos e compreensões em torno do crédito voltado para produção agrícola. A forma como o crédito se molda a produção interage diretamente com os costumes, valores e crenças, um arranjo que se reproduz nos movimentos populares. Questionamos se e como o crédito poderá ser incorporado a realidade do produtor rural e de que forma o crédito constitui-se como importante fator para o desenvolvimento local. Procuramos entender como a comunicação vinculada a uma cultura específica influencia o comportamento das pessoas na aplicação dos recursos, dentre eles, o capital financeiro, no trabalho construímos um pequeno extrato das argumentações, que iremos trabalhar nessa pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Pronaf; desenvolvimento rural; agricultura familiar.

TEMA CENTRAL E OBJETIVOS

Como objetivo geral da pesquisa, nos propusemos a analisar produtos construídos historicamente enquanto política de crédito, sua aplicação, a comunicação para o crédito, a influência regional e sua relação com a agricultura familiar.

Os objetivos específicos seguiram a mesma linha investigativa, contribuindo para a elucidação do problema de pesquisa:

- i. Caracterizar conceitualmente relações entre agricultura familiar, desenvolvimento socioeconômico, comunicação e desenvolvimento local;
- ii. Analisar as estratégias de comunicação para adoção e uso do crédito.
- iii. Caracterizar descritivamente a construção do crédito agrícola e do crédito para agricultura familiar no Brasil a partir dos primeiros anos da República até os anos iniciais do século XXI;

METODOLOGIA DE APROXIMAÇÃO E ABORDAGEM

INTRODUÇÃO

O presente estudo busca analisar como a concessão do crédito financeiro integrou-se à produção agropecuária brasileira, em especial à agricultura familiar, sendo um catalizador na aproximação de práticas mercantis e industriais, com efeito nas relações sociais do homem do campo e se constituindo em uma alternativa viável de promoção do desenvolvimento do agricultor familiar, que historicamente sempre ficou a reboque de seu tempo. Como toda atividade

produtiva, a agricultura não acontece de forma isolada, ela interage com o ambiente e se movimenta de acordo como o mercado, o ambiente externo, apresenta-se e dessa troca à produção é aperfeiçoada.

As movimentações das várias organizações populares evidenciam pautas reivindicatórias distintas de seus agrupamentos, entretanto, convergem quando reivindicam uma proposta ampla e democrática de desenvolvimento e que proporcione educação, cidadania em um sentido amplo e democrático. Nesta trilha, a comunicação é percebida como mecanismo de fortalecimento de interesses comuns e no estabelecimento de identidade e unicidade aos movimentos.

Na busca de compreender como a comunicação peculiar a uma cultura local, cultura popular influencia a percepção do agricultor familiar na tomada do crédito, identificamos que fatores locais da cultura e de um povo influenciam na criação de conceitos e pré-julgamentos sobre assunto, distanciando o homem do campo do crédito, que se bem aplicado, pode levar ao desenvolvimento e ao incremento produtivo.

A temática desta pesquisa foi trabalhada essencialmente como uma investigação de natureza bibliográfica/documental. Marconi e Lakatos (2017) assim se posicionam quanto à pesquisa documental: “A característica da pesquisa documental é tomar como fonte de coleta de dados apenas documentos, escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes primárias” (MARCONI et LAKATOS, 2017, p. 190). Em relação à pesquisa bibliográfica, as autoras aqui citadas indicam que “a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo [...]” (MARCONI et LAKATOS, 2017, p. 200).

O crédito integra-se à produção agropecuária brasileira, em especial à agricultura familiar, como um catalizador na aproximação de práticas mercantis e industriais, com efeito nas relações sociais do homem do campo e se constituindo em uma alternativa viável de promoção do desenvolvimento do agricultor e entre as possibilidades do homem do campo, a agricultura familiar tem sido em muitas sociedades uma escolha para a obtenção da sua subsistência.

A motivação por essa atividade pode ser justificada em decorrência da influência cultural, da transferência entre gerações, do aproveitamento das potencialidades da sua propriedade e/ou por necessidade econômica. Contudo, as dificuldades enfrentadas por esse produtor são inúmeras hoje no Brasil, possivelmente mais do que no passado: estão relacionadas com a posse da terra, obtenção de crédito e de insumos, tratos culturais, armazenamento e comercialização, entre outras.

O que termina por expor a face mais cruel do campo brasileiro, que se materializa com a migração do homem do campo para os grandes centros urbanos em busca de oportunidades de trabalho e com o próprio desenvolvimento, influenciando, inclusive, a disposição de novas gerações em se manterem agricultores como seus pais. A agricultura no Brasil encontra muitas condições climáticas favoráveis com vastas planícies e uma rica biodiversidade, salvo na região do semiárido. Somadas aos grandes mananciais de águas doces existentes, proporcionam a multiplicidade de cultivos e também a implantação de uma produção em larga escala, evidenciando todo o potencial econômico, social e produtivo que esse segmento possui. (BRASIL, 2011).

Com um enorme potencial de alavancar recursos, as iniciativas pública e privada parecem que têm trabalhado inovações cada vez mais desafiadoras no setor agropecuário e estão sempre preocupadas em oferecer a mínima assistência para o homem do campo. No Brasil, o aperfeiçoamento dos métodos produtivos tem chegado a todos os níveis da cadeia produtiva. No campo, o pequeno produtor tem acrescentado novos métodos, influenciando suas decisões e modificando a forma de produzir e gerar riqueza, rompendo muitas vezes com a tradição, transformando o “saber fazer do homem do campo”, e também estabelecendo uma nova dinâmica produtiva com evidentes ganhos de eficiência e produtividade (BRASIL, 2011).

Com o passar dos anos, a agricultura familiar foi sendo revista e moldada diante dos desafios que as complexas cadeias produtivas impuseram e por outras questões que vão desde a criação de novos negócios — em virtude da mudança dos costumes e dos hábitos alimentares, como a inserção dos produtos embutidos — a aspectos territoriais e socioeconômicos, em que o campo e a cidade se integram, desconstruindo a ideia de que o interior é “atrasado” e “dependente” de uma sociedade industrializada, de que o campo é um ambiente de retrocessos, mostrando uma nova fase em que o desenvolvimento vai além dos centros urbanos.

Quando nos dedicamos a investigar todos os elementos que se relacionam com o crédito para o desenvolvimento local, seja no campo, seja na cidade, a comunicação sempre se destaca como um dos mais relevantes

fatores que induzem ao desenvolvimento e a comunicação do crédito é fundamental para expansão da economia e desenvolvimento.

A COMUNICAÇÃO E A EDUCAÇÃO PARA O CRÉDITO

De início conceituamos dois tipos de educação existente na sociedade, a educação formal e a informal e como dialogam com o crédito e com o agricultor familiar. Uma abordagem de educação associada ao contexto onde ela se concretiza deve levar em conta toda a problemática inerente ao território. No caso dos agricultores familiares a educação deve considerar os problemas inerente a produção e a necessidade de investimentos e de aquisição de crédito.

A educação formal pode ser compreendida como aquela desenvolvida nas instituições de ensino regular, podem trazer assuntos ligados a vida e ao cotidiano em especial na educação financeira que desenvolvem conceitos, regras, protocolos de documentos, com certidões e relatórios técnicos, que precisam ser apresentados pelos produtores rurais quando do pedido de financiamento.

“A educação formal tem objetivos claros e específicos e é representada principalmente pelas escolas e universidades. Ela depende de uma diretriz educacional centralizada como o currículo, com estruturas hierárquicas e burocráticas, determinadas em nível nacional, com órgãos fiscalizadores dos ministérios da educação” (Gohn, 2006, pg 2)

Já a educação informal é tida como a desenvolvida pelos indivíduos e assimilada através da interação do indivíduo com os seus grupos sociais proximais, como família, amigos e associações que é transmitida pela socialização de práticas que alguma das vezes confrontava com as normas da educação formal, criando entraves para compreensão e para boa aplicação do crédito na produção.

“Toda atividade educacional organizada, sistemática, executada fora do quadro do sistema formal para oferecer tipos selecionados de ensino a determinados subgrupos da população” (La Belle, 1986:2)

O sistema financeiro pode atuar na educação deste produtor auxiliando na busca de uma melhor aplicação do capital, e a ausência, em alguns casos, leva ao endividamento e a dificuldades financeiras que o impedem de se desenvolver.

AGRICULTURA FAMILIAR: UMA PROPOSTA PARA O DESENVOLVIMENTO-

E, na trilha do desenvolvimento e do crédito para agricultura familiar, percebemos que a construção de um modelo de produção no campo que valorize o produtor familiar é acima de tudo avalizar a ideia de que a desconcentração da produção possibilita a distribuição de riqueza e a melhoria da condição de vida dessas populações e, à medida que as relações de troca se tornam mais complexas, outras cadeias produtivas são atraídas, novas necessidades passam a coexistir no mesmo ambiente e o poder público se aproxima sanando dificuldades e proporcionando a melhoria da região.

No campo, o capital enxerga na concentração fundiária um cenário espacial que possibilita a maximização do seu lucro. No Brasil, ele encontrou, através do apelo da “modernidade da produção”, uma saída para o desenvolvimento econômico e o combate à fome e à miséria. Contudo, vimos no campo brasileiro a consolidação de um modelo de capitalismo desigual e contraditório, já que, ao mesmo tempo em que proporcionou desigualdade entre os produtores, o sistema necessita do consumo e isso só se consolida se todos puderem ter acesso aos bens de capital e à agricultura familiar; pela condição escassa de apoio, não tiveram acesso a esses recursos.

Martins também observou a subjugação do pequeno produtor na comercialização da produção e o quanto isso é perverso na construção do desenvolvimento:

Nestes casos, embora as grandes empresas não expropriem diretamente o lavrador, elas subjugam o produto do seu trabalho. Tem sido assim com grandes empresas de industrialização de leite, uva, carne, fumo, tomate, ervilha, laranja, frutas em geral. Na verdade, os lavradores passam a trabalhar para essas empresas nos chamados sistemas integrados, embora conservando a propriedade nominal da terra. Só que, nesse caso, a parcela principal dos ganhos fica com os capitalistas. É comum os consumidores desses produtos nas cidades queixarem-se do preço exorbitante, que têm que pagar por eles, preços que crescem continuamente. Essa queixa está em contradição com as queixas dos lavradores, de que recebem cada vez menos por aquilo que produzem.

É o que podem constatar facilmente, comparando a elevação dos preços dos insumos de que necessitam nas suas tarefas, como o adubo, a semente, o inseticida, etc. Na verdade, estamos diante de uma clara transferência de renda da pequena agricultura para o grande capital (MARTINS, 1980: p. 51).

Na busca de uma definição que dê uma identidade própria ao que seria a agricultura familiar, Schneider (2003, p.114) avaliou que o primeiro elemento percebido nessa operação produtiva é que a gestão e a execução são feitas essencialmente por membros da família; sem esta constatação, o modelo não é qualificado como tal, o que não quer dizer que se exclua a possibilidade de se utilizar mão de obra assalariada na produção; entretanto, a responsabilidade e a organização do trabalho devem recair sobre membros da família, dando sentido ao termo *familiar*, na sua definição. Nazaré Wanderley comenta esta particularidade:

Mesmo integrada ao mercado e respondendo às suas exigências, o fato de permanecer familiar não é anódino e tem como consequência o reconhecimento de que a lógica familiar, cuja origem está na tradição camponesa, não é abolida; ao contrário, ela permanece inspirando e orientando — em proporções e sob formas distintas, naturalmente — as novas decisões que o agricultor deve tomar nos novos contextos a que está submetido. Esse agricultor familiar, de uma certa forma, permanece camponês (o camponês “adormecido” de que fala Jollivet), na medida em que a família continua sendo o objetivo principal que define as estratégias de produção e de reprodução e a instância imediata de decisão (WANDERLEY, 2009, p. 48).

O CRÉDITO E SUA IMPORTÂNCIA PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

Conceituamos o que seria o crédito rural, segundo Bacha (2004, p. 62), que o define como o mecanismo de concessão de crédito à agropecuária a taxas de juros e condições de pagamento diferentes das vigentes no mercado. Já Rodrigues et al. (1978) acrescenta que o crédito rural é considerado como um instrumento de política agrícola, com objeto de promover o crescimento e o desenvolvimento econômico e social do setor agropecuário nacional.

Outro aspecto do crédito rural foi suscitado por Fürstenau (1988, p. 39), que contribuiu ao esclarecer que o principal objetivo do crédito rural era oferecer recursos financeiros para que os produtores elevassem a sua produção:

Tratava-se de aumentar a produção e produtividade do setor, buscando um crescente excedente agrícola a ser canalizado para o mercado externo, cuja produção apresentasse custos que possibilitassem colocá-lo, de forma competitiva, nesse mercado. Esse aumento de produção e produtividade seria obtido através da alocação de recursos na agricultura que propiciariam a incorporação de novas técnicas e/ou o seu uso disseminado no conjunto de produtores agrícolas. O aumento da demanda por máquinas, equipamentos e insumos para uso na agricultura gerada desta forma obedecia aos interesses da indústria nacional produtora desses itens, que tinha necessidade de ampliar, de forma significativa, o mercado para a sua produção em crescimento (FÜRSTENAU, 1988, p. 39).

Na comunicação para o crédito, podemos basicamente agrupá-las em dois grupos, a formal, oferecida pelo agente de crédito, e a informal adquirida através das relações sociais e no aprendizado contínuo, adquirido no dia a dia.

Quando nos dedicamos a investigar todos os elementos que se relacionam com o desenvolvimento local, seja na cidade, o crédito sempre se destaca como um dos mais relevantes fatores. E isso pode se dar pela sua capacidade de incentivar e transformar não apenas uma produção, mas toda uma estrutura produtiva que se instala com o crescimento da produção e a adequação a normas técnicas mais precisas e que oferecem garantias para o consumo. Com o olhar direcionado ao pequeno produtor e mais especialmente ao agricultor familiar, vamos investigar como se construíram as políticas públicas de crédito agrícola, os interesses que motivaram sua concepção e o direcionamento dado pelo Estado.

A proposta neoliberal na década de 1990 colocou em dificuldade a pequena produção familiar, que se viu obrigada a competir em condição de mercado semelhante ao médio e ao grande produtor, e ainda a condição da abertura de mercado não considerou que o produtor capitalizado, na maioria das vezes, coloca-se à frente do que apenas sobrevive, já que possui recursos para aperfeiçoar sua produção com evidentes ganhos de escalas.

E, na trilha do desenvolvimento e do crédito para agricultura familiar, percebemos que a construção de um modelo de produção no campo que valorize o produtor familiar é acima de tudo avaliar a ideia de que a desconcentração da produção possibilita a distribuição de riqueza e a melhoria da condição de vida dessas populações e, à medida que as

relações de troca se tornam mais complexas, outras cadeias produtivas são atraídas, novas necessidades passam a coexistir no mesmo ambiente e o poder público se aproxima sanando dificuldades e proporcionando a melhoria da região.

Convém comentar que não nos referimos ao desenvolvimento apenas econômico; mas a um sistema mais amplo, como o já comentado aqui. Nessa abordagem inclusiva, o setor agropecuário se mostra com potencial de trabalhar o desenvolvimento de um país. Metaforicamente, comparamos a um “terremoto”, no qual temos um epicentro, no caso o campo, que espalha sua energia em ondas para todas as direções e, à medida que ele se afasta do centro, seus efeitos ainda assim são percebidos e divulgados no mundo todo.

No campo, o capital enxerga na concentração fundiária um cenário espacial que possibilita a maximização do seu lucro. No Brasil, ele encontrou, através do apelo da “modernidade da produção”, uma saída para o desenvolvimento econômico e o combate à fome e à miséria. Contudo, vimos no campo brasileiro a consolidação de um modelo de capitalismo desigual e contraditório, já que, ao mesmo tempo em que proporcionou desigualdade entre os produtores, o sistema necessita do consumo e isso só se consolida se todos puderem ter acesso aos bens de capital e à agricultura familiar; pela condição escassa de apoio, não tiveram acesso a esses recursos.

PRINCIPAIS RESULTADOS, REFLEXÕES E CONCLUSÃO

A agricultura familiar, desde o advento do Pronaf (uma política pública de crédito direcionada para o agricultor familiar) em 1996, vem passando por um processo de evolução, incorporando novos conceitos e, a cada dia, aprendendo a lidar com as dificuldades e a encontrar saídas para crescer e aumentar sua renda. O agricultor, antes preso a um único modelo de produção, hoje procura outras atividades que oportunizem ganhos financeiros.

Essa nova ordem aproximou o homem e a mulher do campo do conhecimento técnico proporcionado pelo Ater, que ganha força no Brasil a partir das reivindicações ocorridas na década de 1980 com o avanço da industrialização do País, e pela aplicação de novos pacotes tecnológicos, que levaram o Governo a repensar a orientação técnica e a própria política de crédito para o campo, que até então era direcionada para o grande produtor rural através da chamada Revolução Verde.

Consideramos que, mesmo com agricultor assentado e com a mínima estrutura para o seu desenvolvimento, o que vemos na prática são agricultores tendo que se associarem em cooperativas para comercialização de sua produção e, mesmo assim, a preços baixos que não permitem que saiam da pobreza, e o lucro mais generoso acaba sendo auferido pelos intermediários e pelas empresas que processam alimentos.

O crédito para o desenvolvimento ganha força no debate e na estratégia de governo quando, na década de 1990, a pobreza dos países da América Latina começa a chamar a atenção das nações economicamente mais fortes, que, sensibilizadas com o drama das famílias afetadas e motivadas por razões econômicas e sociais, intervieram na busca de uma saída para os problemas sociais. Diante da necessidade de modernização da agricultura no Brasil, o crédito agrícola foi basicamente utilizado para modernização da atividade produtiva e de grande vulto na compra de insumos modernos; entretanto, não foi extensivo a todos os produtores, beneficiando o Sul e o Centro-Oeste e os médios e grandes produtores, ocasionando distorções entre regiões e produtores.

Com a intenção de dinamizar a produção e a produtividade, o crédito no Brasil modificou as relações comerciais de toda cadeia produtiva, que foi obrigada a se estruturar para acompanhar de forma eficiente os ganhos de produtividade do campo. Entretanto, um programa de assistência financeira voltado para a produção agropecuária esbarrava na ausência de regulação e da própria participação do Estado na criação e execução de um modelo regulatório para o financiamento.

Assim, o crédito agrícola surgiu com a missão de estimular a produção em várias cadeias produtivas e o desenvolvimento representado nas categorias de beneficiários como por exemplo: Produtor rural (pessoa física ou jurídica); Cooperativa de produção agropecuária; Associação de produtores rurais; Pessoa física ou jurídica da atividade de pesquisa agropecuária; Pessoa física ou jurídica produtora de mudas, sementes, sêmen para inseminação artificial e embriões; Prestador de serviço de mecanização, de medição de lavoura ou de serviço de inseminação artificial à agropecuária; Beneficiador; Agroindústria; Cerealista; Silvícola/indígena; Pescador e Aquicultor.

Contudo, percebemos que não existe uma comunicação esclarecedora quanto ao uso do crédito e que o motive a buscar nos bancos os recursos necessários para o desenvolvimento de sua produção, existe o receio e a insegurança do endividamento e do compromisso que o mesmo não poderá honrar, comprometendo sua produção.

Nessa triha outros questionamos surgiram: o Estado tem algum projeto que auxilie esses produtores a alavancarem sua produção? O que o Estado oferece a esses produtores como infraestrutura e apoio à comercialização? São pontos que precisamos investigar.

Por fim, trabalhamos os principais conceitos ligados ao campo e ao crédito, a aproximação do crédito agrícola da agricultura familiar, seus marcos legais e a proposta de desenvolvimento que, de forma intrínseca, caminha junto com a proposta do desenvolvimento que, como anunciamos, vai além da “porteira”.

BIBLIOGRAFIA

- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. *Atlas do Espaço Rural*. Brasileiro, 2011.
- FÜRSTENAU, V. *O crédito rural no Brasil e seus efeitos sobre a agricultura gaúcha: 1965 – 84*. Porto Alegre: FEE, 1988
- GOHN, Maria da Glória. Educação não-formal na pedagogia social. In: *Proceedings of the 1. I Congresso Internacional de Pedagogia Social*. 2006.
- LA BELLE, Thomas (1986). *Nonformal Education in Latin American and the Caribbean. Stability, Reform or Revolution?* New York, Praeger.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: atlas, 2017.
- MARTINS, J. S. *Expropriação e Violência*. São Paulo, Ed. Hucitec.1980.
- SCHNEIDER, Sérgio. *Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade*. Revista Brasileira de Ciências Sociais – RBCS, v. 18, n. 51, fev./2003, p. 99-121.
- WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. *O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade*. UFRGS Editora, 2009.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Meios de Comunicação para Migrantes. Brasileiros nos EUA

Media for Brazilian Migrants in the USA

Ernane Corrêa Rabelo⁵⁷

Philip J. Williams⁵⁸

RESUMO: Nos últimos dez anos, reduziu-se a quantidade de veículos de comunicação destinados aos migrantes brasileiros que vivem nos Estados Unidos. Como se sabe, o mercado tradicional de mídia jornalística impressa tem sofrido perdas consecutivas do número de leitores devido a popularização da internet e das mídias digitais. Outro fator é o colapso financeiro de 2008 nos Estados Unidos que levou à bancarrota um grande número de empresas e de anunciantes brasileiros responsáveis pela sustentação publicitária de jornais e revistas de distribuição gratuita. O artigo sugere novas investigações que possam explicar singularidades de tal redução do número de jornais. A partir do mapeamento dos jornais, revistas, websites, emisoras de rádios e de TV, este artigo se propõe a descrever um breve perfil de 29 mídias impressas destinadas aos brasileiros.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia Étnica, Jornais Brasileiros nos EUA, Mídia e Migração

Abstract: In the last ten years, the number of ethnic media to brazilian migrants living in the United States has been reduced. As is well known, the traditional print media market has decreased worldwide due to digital media. Another factor is the financial collapse of 2008 in the United States that led to bankruptcy a large number of brazilian companies and advertisers responsible for support the free newspapers and magazines. The article suggests new investigations that may explain the singularities of such phenomenon. From the mapping of newspapers, magazines, websites, radio and TV stations, this article describe a brief profile of 29 brazilians printed media.

KEY WORDS: Ethnic media, Brazilian papers in USA, Media and Migration

CRISE NO MERCADO DE MÍDIA

A crise imobiliária que arrastou outros setores da economia norte-americana em 2008 causou forte impacto no mercado de negócios étnicos, principalmente em empreendimentos não consolidados. Com a queda abrupta do faturamento, anunciantes cortaram verbas destinadas à publicidade e muitas empresas tiveram suas atividades encerradas.

Fatores externos à recessão norte-americana contribuíram para que a mídia destinada aos migrantes brasileiros fosse especialmente atingida. A taxa média de crescimento econômico que o Brasil experimentava levou a um número calculado entre 7% a 15% de ex-migrantes a retornarem ao país nativo “entre agosto de 2007 a maio de 2008”, reduzindo assim o público-alvo da mídia étnica (BORGES; MENDES e LIMA, 2008). Outro motivo é a crise que afeta o mercado editorial tradicional de mídia impressa e do jornalismo em particular. Há 28 anos consecutivos diminui a circulação de jornais (impressos e digitais) nos Estados Unidos⁵⁹. Entre dezembro de 2014 e dezembro de 2017, os dois maiores jornais brasileiros em tiragem, a *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, perderam 42,9% e 36,3% respectivamente seu volume de leitores⁶⁰.

⁵⁷ Ernane Corrêa Rabelo, professor de Comunicação Social na Universidade Federal de Viçosa e pos-doutorando na Universidade da Flórida (EUA). E-mail: Ernane.correarab@ufl.edu

⁵⁸ Philip J. Williams, professor no Center for Latin American Studies da Universidade da Flórida (EUA). Doutor em Política pela University of Oxford. E-mail: pjw@latam.ufl.edu

⁵⁹ <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/01/circulation-and-revenue-fall-for-newspaper-industry>. Acesso em 15 dez. 2017.

⁶⁰ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1765950163449604&set=a.294672743910694.70891.100001039116441&type=3&theater>. Acesso em: 30 de jan. 2017

No desenvolvimento deste artigo, enumeramos vários veículos que fecharam e outros que sofreram redução de tiragem e número de páginas. Dados oficiais e mais recentes do United States Census Bureau ⁶¹ indicam que a Flórida é hoje o estado com maior número de migrantes, seguido por Massachusetts e pela área do “Tri-State” (New Jersey, Nova York e Connecticut) e a população total de migrantes brasileiros seria de 519.575 pessoas. No entanto, o Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE) estima que entre 1,2 milhão e 1,5 milhão residam nos Estados Unidos, e dentre estes 40% a 50% sejam não-documentados. Daí a certa “invisibilidade” de boa parte destes migrantes segundo Margolis (1994; 2013). A autora relata ainda a trajetória histórica da migração brasileira para o exterior e destaca diferenças entre classes sociais dos brasileiros nos Estados Unidos. Em nosso entendimento, tais distinções refletem no perfil da mídia que os atende.

Este artigo descortina redução drástica das mídias étnicas e descreve as publicações impressas. Comprovamos a inserção definitiva das novas mídias neste ambiente informacional e apenas citamos sua existência devido a limitações de espaço para este artigo⁶². Nesta investigação utilizamos pesquisa bibliográfica e promovemos análise exploratória a partir de todos os membros da Associação Brasileira de Imprensa Internacional e de veículos citados em outras fontes. A partir desta análise inicial, selecionamos 88 veículos, dentre os quais verificamos que 52 não existem mais ou são websites bastante desatualizados. Excluímos da verificação final emissoras e programas de rádio e de TV, dada a impossibilidade de acessar todo o conteúdo de determinados programas. Finalmente, analisamos mais detalhadamente 29 jornais ou revistas em sua versão impressa ou digital e que, em nosso critério, podem ser considerados veículos étnicos⁶³. Realizamos 14 entrevistas semi-estruturadas (pessoalmente ou por telefone).

Preservação e integração

Estudos clássicos comprovam que a mídia étnica auxilia a preservação cultural e ao mesmo tempo contribui para a integração à nova pátria, principalmente a migrantes que têm baixa proficiência no idioma estrangeiro, quando for o caso. A imprensa auxilia a construir nova interpretação de seu próprio país de origem e de si mesmos, desempenhando um importante papel junto à comunidade. Uma pesquisa revelou que jornais que circulavam nos EUA no início dos anos 2000 atendiam majoritariamente a função de preservação da identidade cultural, posto que, entre outros motivos, a maior parte do material veiculado era sobre o Brasil (RABELO, 2002).

El Hajji (2001) enumera outras funções destes veículos: representa positivamente a minoria; opina e influencia sobre questões sociais, culturais e políticas da comunidade; elabora discursos argumentativos e promove a coesão identitária do grupo étnico; reelabora discursos considerados prejudiciais ao agrupamento e auxilia a manter as raízes culturais. Gloria Gómez-Escalonilla (2012) acrescenta que os jornais étnicos surgem como provedor de informação necessária para os recém-chegados em um ambiente geralmente desconhecido e por vezes hostil, rompendo drasticamente com velhos laços e cultura.

Cogo (2012) enumera cinco padrões de apoio para os migrantes: organizações de suporte, como as igrejas, associações de migrantes, grupos e redes informais, as relações individuais e pessoais e os jornais étnicos. Dentre estes possíveis instrumentos de auxílio, houve tentativas de criação de associações comunitárias mas apenas em Massachusetts os brasileiros conseguiram organizar e consolidar uma associação de amparo, principalmente a recém-chegados.

Borges, Mendes e Lima (2008) promoveram um importante relato histórico sobre a mídia étnica desde seu surgimento nos anos 1970 até o início da crise econômica dos EUA, em 2007 e apontaram a existência de 161 veículos de comunicação operando regularmente em 2001. Uma pesquisa desenvolvida pela Associação Brasileira de Imprensa Internacional revelou que para 44% dos migrantes brasileiros os jornais impressos são a primeira fonte de notícia, seguido pela televisão (33%), internet (21%) e rádio/outras fontes de informação (2%)⁶⁴.

História - O The Brasilians é o jornal brasileiro mais antigo em atividade nos EUA. Fundado em Nova Iorque em 1972

⁶¹ PARKER, Alexandra. [Orlando, FL]: Entrevista concedida ao autor em 18 outubro de 2017.

⁶² A “mídia youtube” deve ser observada em pesquisas posteriores pois tem grande poder de influência e existe em grande quantidade. Como exemplo, podemos citar o *Canal da Taci*, e o *Canal Perguntas*, do youtuber Paulo Paternes. Também excluímos deste universo de pesquisa produtores de vídeo, agenciadores culturais, assessorias de comunicação, membros com atuação fora dos Estados Unidos e organizações cujo objetivo principal não é informação para os migrantes.

⁶³ Existem vários programas religiosos em Português e, embora sejam veículos de mídia, não os analisamos em função de não terem como objetivo divulgar informações gera is ou jornalísticas para os migrantes, assim como *Manhattan Connection*, gravado em New York (NY) e um programa de rádio produzido pela Organização das Nações Unidas em Nova York.

⁶⁴ <http://wiki.digaai.com/index.php?title=Organiza%C3%A7%C3%B5es_midi%C3%A1ticas#cite_note-0>. Acesso em: 2 out. 2016

por Jota Alves⁶⁵, se destaca por algumas singularidades em relação aos demais jornais impressos, como ser bilíngue. No entanto o primeiro jornal foi o *Brazil News*, lançado por Álvaro Raimundo de Sousa em Nova York em 7 de setembro de 1969. O *Brazil News* tinha doze páginas, tiragem de mil exemplares e era redigido em Português. As enormes dificuldades da época o levaram a durar apenas cinco edições⁶⁶. Outro pioneiro, também extinto e que circulou em Nova York foi o *Brasil Today*, editado por Hugo Estenssoro.

Difícil sobrevivência

A mudança do caráter temporário para permanente dos migrantes e a consolidação da comunidade com o nascimento das novas gerações fragilizam sua mídia, segundo inúmeros estudos com jornais italianos, poloneses, russos, eslavos, judeus, chineses e de outras colônias de migrantes editados nos EUA (PARK, 1970).

A maioria dos veículos atualmente em atividade foram criados antes da crise financeira norte-americana de 2008. Dez anos de sobrevivência neste complexo segmento editorial significam algum nível de organização empresarial e de qualidade editorial, alguns contam com equipe de jornalistas e profissionais qualificados. Isto nem sempre é verificável em mídias recentes criadas por migrantes sem trajetória profissional na área dado o grau de amadorismo em tempos iniciais (Rabelo, 2002).

Uma demonstração desta maturidade da mídia nos Estados Unidos foi a criação, em 2007, da Associação Brasileira de Imprensa Internacional (ABI). Um de seus principais objetivos é “reunir o maior número possível de associados, para que possamos ganhar mais força e credibilidade em todos os países”⁶⁷. Segundo o site da associação, em 2017 haviam 147 membros inscritos como pessoa física e 47 empresas - alguns dos membros listados no site não se encontram em atividade atualmente, conforme demonstramos.

Todos os veículos destinados aos brasileiros nos EUA, em qualquer suporte midiático, são de acesso gratuito. Os jornais e revistas impressas são disponibilizados para seus leitores em locais de grande fluxo de brasileiros, como padarias, salões de beleza, supermercados, agências de viagens e restaurantes, entre outros negócios segmentados.

Os jornais impressos são semanais ou mensais, aproximando-se editorialmente do perfil de revistas, de gênero mais opinativo e analítico. No passado, houve experiências de jornal diário (*Diário do Brasil*) e bimestral (*Brazilian Voice* e *Brazilian Times*). A periodicidade de alimentação dos websites e revistas digitais varia de acordo com seu porte e qualidade editorial.

O jornal *AcheiUSA*, sediado em Deerfield Beach, próximo a Miami, tem uma história singular pois, ao contrário da maioria das outras mídias, foi criado 2000 por um profissional com experiência pregressa na área de comunicação. Inspirado em jornais de classificados brasileiros, Jorge Nunes criou o *AcheiUSA* e posteriormente foi inserindo notícias até se consolidar como um jornal, preservando forte conteúdo publicitário, inclusive pequenos anúncios. Semanal, há dez anos o jornal circulava com o dobro das atuais 48 páginas.

O *Brazilian Press* atende principalmente ao público morador dos estados de Nova York, Connecticut e New Jersey, onde está situada Newark, sua sede, local de tradicional concentração de portugueses e para onde migrou grande contingente de brasileiros no final dos anos 1980. O BP faz parte do grupo de primeiros jornais nos Estados Unidos e circula com 40 páginas. Outro jornal também situado em New Jersey é o *Brazilian Voice*, semanal, um dos mais antigos dos Estados Unidos tendo sido fundado em 1988. No início dos anos 2000, era impresso duas vezes por semana e com 64 páginas mas atualmente reduziu para 40.

Uma pesquisa de doze edições entre os anos 2001 a 2011 comprovou que um dos mais consolidados, o *Brazilian Times*, perdeu anúncios com a crise econômica. (NEVES, 2012 p. 96). O BT já teve o dobro das atuais 24 páginas e circula principalmente na grande Boston e tem versão para a Flórida e Nova York. A primeira edição foi publicada em agosto de 1988, e o jornal criou posteriormente sua versão on-line, canal de rádio, de televisão e eventualmente revista impressa.

O jornal mensal *Nossa Gente*, sediado em Orlando (FL), também foi criado por um editor com alguma experiência prévia na área de Comunicação. A versão impressa de dezembro de 2017 tinha 56 páginas, metade de seus tempos áureos. O editor Paulo de Souza, proprietário de empresa de seguros, cuida do gerenciamento e distribuição do jornal, os outros colaboradores são jornalistas que residem no Brasil e de lá produzem o material, inclusive entrevistas.

⁶⁵ O atual “publisher”, Joao de Matos, é um dos responsáveis pela criação e promoção da maior festa popular brasileira fora do Brasil, as comemorações alusivas à independência nacional, no dia 7 de setembro em Nova York.

⁶⁶ <<https://www.acheiusa.com/Noticia/brazil-news-o-inicio-de-tudo-4601>>. Acesso em: 30 jan de 2018.

⁶⁷ <<http://www.abiinter.net/quem-somos>> Acesso em: 12 dez. 2017.

Fundado em fevereiro de 1994, o *Gazeta Brazilian News* é basicamente o principal concorrente do jornal *AcheiUSA* no Sul da Flórida. Com 32 páginas, também tablóide, tem sede em Fort Lauderdale (FL) sendo também distribuído em Orlando (Região Central da Flórida) e Jacksonville (Norte da Flórida). O site informa que são impressos 16 mil exemplares semanalmente.

O *Brasileiros e Brasileiros* circulava em 2006 com 106 páginas e tiragem de 16 mil copias e atualmente cortou para 10 mil exemplares mensais mesmo após reduzir para 56 páginas. Há 23 anos, é distribuído pelos correios, o que confere maior possibilidade de comprovação da tiragem – algo mais difícil entre outros veículos.

O *The Brazilians*, mensal, é o único impresso bilíngue sendo metade de suas 32 páginas em Inglês, inclusive a capa. O periódico tem um claro direcionamento de promoção do país no exterior, evitando a publicação de notícias negativas sobre o Brasil e a comunidade de migrantes. A título de exemplificação, a edição 451, de junho de 2017, dedica três páginas para divulgar o sofisticado mercado de criação de cavalos no Brasil.

A maioria dos jornais impressos publica um volume alto de anúncios em proporção ao material jornalístico, como o *BrasilBest*, um impresso mensal de 24 páginas fundado em San Francisco (CA) em 1999. Dispõe de website e webTV, embora desatualizado. O jornal *Negócio Fechado* (Everety, MA) faz parte de um grupo que administra também o site Central do Migrante, que presta serviços na área de advocacia e seguros. Local de grande concentração de brasileiros, Everety é onde está situada *Brazilian Magazine*, revista impressa com 16 páginas e versão digital.

Criado em Massachusetts visando a cobertura esportiva, o *Jornal dos Sports* atualmente se dedica quase a informações gerais e o título deve ser mudado⁶⁸. O empresário Alex Colombini administra o jornal e aluga horários em emissoras de rádio destinados a programas em Português.

Sediado em Boston, *A Semana* foi fundado em 2001 pelo empresário Cláudio Santos, que atua na área de organização de eventos. O tablóide tem 32 páginas, a mesma quantidade da revista *Gente & Negócios Magazine*, publicado também por Santos e Gisele Fráguas, proprietária de uma locadora de veículos.

Revistas - A linha editorial das revistas impressas não tem como foco principal reportagens e análises sobre os problemas mais urgentes e básicos da comunidade mas informações gerais, estilo de vida, comportamento, saúde, eventos, lazer, turismo e amenidades. Assim como jornal impresso, todas dispõem de versão digital.

As publicações se conformam às regras do mercado editorial comercial. Antes com o nome de “As Preferidas Brazilian Páginas” a *Viver Magazine*, de Atlanta (Geórgia), nasceu em 2001 da necessidade dos comerciantes locais em divulgar os seus produtos e serviços. Mensal, com 62 páginas, aborda temas de interesse geral, especialmente imigração, utilidade pública e divulgação de eventos. A revista de variedades *Brasil Cia Magazine*, 64 páginas, foi fundada em Atlanta (Geórgia) há 17 anos com o nome de “See You in Atlanta”. A versão digital tem poucas notícias recentes e atual editora, Cristiane Pope, ressalta: “O que entra mal paga a impressão”⁶⁹.

O portal de notícias “Acontece.com”, sediado em Miami, publica *Acontece-Brazilian Magazine*. Mensal e com 68 páginas, a revista privilegia assuntos ligados à moda, comportamento, arte, cultura, turismo e estilo de vida. É uma revista voltada para o migrante com maior poder aquisitivo e na edição número 142 (novembro de 2017) não trouxe nenhuma informação que abordasse o cotidiano e as dificuldades da comunidade brasileira.

A *BrazilUSA Magazine* pertence à ZB Media que atua em organização de eventos, festas, concursos de beleza e publicação de revistas para regiões com maior presença de comunidade brasileira. A maioria é de periodicidade mensal e gira em torno de informações locais, dicas e entrevistas, além de uma dirigida ao público “gospel” e outra ao mercado imobiliário. Com versão também online, as revistas funcionam no regime de franquia desde 2014. Em janeiro de 2018, constava no site do grupo a edição de oito revistas: *Miami*; *Orlando Golpel*; *Orlando Real Estate*; *South Florida/Boca Raton*; *Fort Myers*; *Suncoast* (Sarasota e Tampa); *Massachusetts* (Marlborough) e *Pompano Beach*.

Mensal, 40 páginas, *Alô Você Magazine* é publicada em Philadelphia (Pensilvânia) e diz pretender atingir também a comunidade portuguesa. A Revista *Linha Aberta* foi criada em 1995 no Sul da Flórida pela jornalista Laiene Furtado, atual presidente da ABII. Mensal e com 68 páginas, os assuntos predominantes são moda, saúde, arte, cultura,

⁶⁸ COLOMBINI, Alex. [Orlando, FL]: Entrevista concedida ao autor em 18 outubro de 2017.

⁶⁹ POPE, Cristiane. Entrevista concedida ao autor por telefone em outubro de 2017

lazer, comportamento e turismo, entre outros. Sob o ponto de vista gráfico, visual e texto, está entre as melhores publicações.

A *Facebrasil Magazine* existe desde 2010 é uma publicação mensal de 52 páginas sediada em Orlando (FL) e de informações gerais de interesse da comunidade de migrantes. O editor Marco Alevato tem sociedade na CBTV e no *Jornal Gazeta de Notícias*. A *Facebrasil* tem como uma de suas singularidades não veicular anúncios de igrejas, algo bastante comum em outras publicações.

A "Record International", com representação em Miami (FL), não tem programa regular de TV produzido nos Estados Unidos, mas agencia pacotes de TV por assinatura e publica a revista *Share*, 52 páginas, cujo conteúdo é principalmente promocional da emissora. Editada em Sunny Isles Beach (FL), *Sobre Rodas* é uma publicação mensal com 13 anos de atividade, segundo informa a edição número 123, de 2017. Com 32 páginas impressas, é especializada na indústria automobilística, e aborda também assuntos de turismo e de lazer.

A *Soul Brasil Magazine* é editada desde 2002 em Toluca Lake (CA) com foco em arte, ecologia, cultura brasileira e informações para migrantes. Bilíngue, o site é atualizado semanalmente mas a publicação impressa de 36 páginas é seis vezes por ano no sistema de impressão e envio pago pelos correios.

foram localizadas na internet provavelmente por não mais existirem: *Brazilian People Magazine*, *Fame Magazine*, *Massachusetts Magazine*, *Muda Brasil*, *Ideia*, *New York Brazil/New York Brazil Explore*, *Tropical Magazine*, *TC Brasil Newspaper* e a *Verde Amarelo*.

Websites e redes sociais - A relativa facilidade para criar e o custo de manutenção, em comparação com os impressos, conferem à mídia online maior volatilidade e, por isto, não estão em operação vários jornais que operavam recentemente. Alguns tiveram em algum momento sua versão impressa: *Brazil Magazine*, *Brazilian Pacific Times*, *Bazarbostonnovo*, *Brazil Chicago*, *Brasileiros nos Estados Unidos*, *Mídia Orlando*, o *Orlando em Revista* e o trilingue *Tribuna Connecticut*.

Rádio e Televisão – Existem dezenas de programas de rádios dedicados ao Brasil em emissoras de sinal aberto ou via internet ⁷⁰ dentre os quais destacam-se a rede "A Brasileira de Rádio" (ABR) composto pelas emissoras WSRO AM 650, de Framingham (MA), WZBR 1410 AM (Grande Boston) e pela WBAS 1240 AM (Cape Cod). Desde 2005, com sinal aberto, a emissora apresenta em Português praticamente 24 horas por dia programas jornalísticos, entrevista, entretenimento e músicas. O sinal aberto da emissora Brasil Radio alcança a região metropolitana de Orlando nas frequências AM e FM ou ainda pela internet, e veicula informações e programas jornalísticos da Rádio Bandeirantes (Brasil).

O Canal Brazil TV demonstra ser o maior investimento na área de mídia étnica brasileira nos Estados Unidos nos últimos anos. De livre acesso na internet, apresenta programação variada com cerca de 20 atrações⁷¹. O "Planeta Brasil" é uma produtora que responsável pelo programa de igual nome veiculado pela emissora de TV brasileira "Globo Internacional" (embora não produza conteúdo local, causou forte impacto no mercado de mídia étnica e tem sido objeto de estudos). Assim como a maioria das empresas de notícias, o jornal *AcheiUSA* criou sua WebRádio e WebTV. Em função da falta de disponibilidade online, não foi possível analisar "O Brasilerinho Internet Television", o programa "América Legal" e a TVVTD. O programa de entrevistas na web "Bate Papo" (MA) teve, no passado, uma revista impressa.

Jornais fechados - Um dos jornais mais importantes de Massachusetts no início dos anos 2000 foi o *A Notícia*, que chegou a circular semanalmente com 40 páginas em formato tablóide e policromia, algo ainda muito caro na época. Hoje desativado, o *Comunidade News*, de Danbury (CT), circulava em 2010 semanalmente com 40 páginas.

70 Podemos citar a "Brazilian Blend Webcast Channel" (IL), o "Brazilian Hour", produzido há 30 anos pelo Consulado-Geral do Brasil em Los Angeles; o "Café Brasil Radio Show" (Miami, FL); o "Gateway to Brazil" (Chicago); o "Brasileirinho" (MA); o "Cantinho Brasileiro no Rádio" (PA); o "Maraberto Show" (Boston); o religioso "Nossa Voz" (Orlando, FL), o website "Alternativa FM", a rádio Pompano Beach, o programa "Só Dá Brasil", "Som do Brasil" (NY). Consta a existência de algumas rádios, não localizadas, como "Jovem Pan" (Texas) e Mais Brasil.

71 Monta Encanta; Off Orlando; Dicas de Orlando; Cidades de Orlando; Movimento Fit; Fisicamente; Hora de Beto Hora; ShopBrazil; Esteticamente Correto; Gossip; Operação Gourmet; Dr Fitness; Papo de Cozinha; Projeto USA; Expedição Aventura; Projeto USA ; Amaury Jr Show; Monta Encanta; Futebol Brazil ; Fervendo com ferhill; Vip Program.

Aparentemente estão desativados *Green Card News* (NY), que circulava com 8 mil cópias mensais, *Brazilian Texas Magazine*, *Imprensa News*, o site *Brazilnowus*, que chegou a ter versão impressa com 32 páginas, e o mensal *Expressao Brazilian News*, que imprimia com 40 páginas. Os jornais *Moderno*, *Florida Review Brazil Magazine*, *O Brasileirinho*, *Brazil Explore Magazine*, *Brazilian Paper*, “*Brazuka TV*” e “*Brazuka Productions*”, *MiamiHoje.com*, *Mancheteusa.com*, *brasilmais.com* e *Revista Online* “*Tropical USA News*” também estão aparentemente extintos.

A lista de veículos extintos ou que apenas o site mas claramente desatualizados inclui: *The Immigrant*; *The National* - *O Jornal Brasileiro* (NJ), que aparentemente chegou a circular em versão impressa; o site *Brasileirosnosestadosunidos*; *Brazilian Newsweek*; *Metropolitan Brazilian News*; *National Brazilian Newspaper*; *BR Magazine/Brazilian Online*; *Los Angeles Brazilian Culture Examiner*; o *Brazilian Community Examiner*, publicado em Inglês; *Revista Sete*; o site *Direto da Redação e Brazilian Online* (NY, NJ e CT), cujo site informa que tal domínio está para venda.

FUTURO DAS MÍDIAS

Como demonstramos, todos os jornais atualmente em circulação diminuíram seu número de páginas ou o volume de impressão ou ainda as duas variáveis. Mais da metade dos jornais impressos da Flórida foram fechados nos últimos dez anos⁷². A estratégia mais utilizada tem sido a migração para o ambiente digital, exatamente como a mídia tradicional impressa em todo o mundo. No entanto, dadas as singularidades da mídia étnica brasileira nos Estados Unidos e a quase inexistência de outros aparatos geradores de informação e de legitimação de identidade brasileira no exterior, como produtos audiovisuais e de TV e rádio, entre outras possibilidades midiáticas, apresentamos algumas questões: Qual o impacto do fechamento destas mídias para a preservação da cultura brasileira? Em que medida afetará o processo de integração aos Estados Unidos? Tais questões são necessárias e por isto sugerimos a criação de espaços de debate e de articulação de posturas.

Vislumbramos maior envolvimento do Ministerio das Relações Exteriores, por intermédio dos consulados, o estímulo a pesquisas acadêmicas, em universidades do Brasil e dos Estados Unidos, a participação de entidades de apoio a migrantes e o fortalecimento da Associação Brasileira de Imprensa Internacional. Finalmente, os jornais somente sobreviverão se investirem em melhoria da qualidade editorial a fim de que seus leitores os reconheçam como legítimos e competentes porta-voz da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-
- BORGES, Carlos; MENDES, Edilberto; LIMA, Roberto. Imprensa comunitária brasileira no exterior, sobretudo nos EUA: Uma abordagem histórica, estatística e referencial daquilo que se sabe sobre a nossa presença. In: *Brasileiros no Mundo. I Conferência sobre as Comunidades Brasileiras no Exterior*. Brasília (DF): Fundação Alexandre de Gusmão, 2008.
- Cogo, D. (2002). O outro imigrante: das estratégias de midiaticização das migrações contemporâneas na mídia impressa brasileira. *Ciberlegenda* (UFF)
- GÓMEZ-Escalonilla, Gloria. La voz de la comunidad latina española en Internet. In: Denise Cogo, Mohammed ElHajji & Amparo Huertas (eds.) (2012): *Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais*. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- MARGOLIS, Maxime.L.: *Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo* São Paulo: Contexto, 2013.
- _____: *Little Brazil: imigrantes brasileiros em Nova York*: Campinas, Papirus, 1994.
- NEVES, Sander. *Mídia Étnica: uma análise dos Jornais para migrantes brasileiros nos Estados Unidos*. Tese de Doutorado em Comunicação Social – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2012.
- PARK, Robert. *The Immigrant Press and its Control*. New York, Harper & Brothers, 1922 (Republished, 1970 – Scholarly Press, Michigan).
- PINTO, Franco D. Araújo; SIQUEIRA, Sueli. Melhor aqui do que lá: o discurso dos jornais étnicos brasileiros nos Estados Unidos em relação ao Brasil. Univale (MG). <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0473-1.pdf> acesso em 12/12/2017
- RABELO, Ernane C. *A Imprensa da Saudade - A mídia dos migrantes brasileiros nos Estados Unidos*. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2002.

72 NUNES, Jorge. Entrevista concedida ao autor por telefone em novembro de 2017

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Caetano Veloso E A Ocupação Povo Sem Medo - Diálogo Intercultural Interrompido

Caetano Veloso and Occupation of the People without Fear - interrupted intercultural dialogue

Anne Gabriele Alves Guimarães⁷³

Clarissa Marques⁷⁴

RESUMEN: O presente artigo resalta o processo de resistência vivido pela Ocupação Povo sem Medo – São Bernardo do Campo, São Paulo – Brasil, evidenciando a decisão judicial que tentou proibir o show do cantor Caetano Veloso em prol do movimento. Destaca-se a postura do Poder Judiciário brasileiro como uma tentativa de conter a influência da comunicação e sua conexão com as marcas culturais que acompanham o povo brasileiro. O trabalho, nessa perspectiva, apresenta duas etapas: pesquisa bibliográfica e estudo de caso, voltando-se a analisar o conflito pelo espaço em tempos de crise urbana.

PALABRAS CLAVE: Resistência, Comunicação, Cultura.

ABSTRACT: This article highlights the process of resistance experienced by the Occupation of the People without Fear - São Bernardo do Campo, São Paulo - Brazil, evidencing the judicial decision that tried to prohibit the singer Caetano Veloso's show in favor of the movement. It stands out the position of the Brazilian Judiciary as an attempt to contain the influence of communication and its connection with the cultural brands that accompany the Brazilian people. The work, in this perspective, presents two stages: bibliographical research and case study, returning to analyze the conflict for space in times of urban crisis.

KEY WORDS: Resistance, Communication, Culture.

INTRODUÇÃO

Em setembro de 2017, um grupo de 500 pessoas reuniu coragem e aceitou o desafio de travar uma luta por moradia sem data para terminar. Juntos, eles ocuparam um terreno no ABC Paulista, região metropolitana de São Paulo, Brasil, vazio há 30 anos. O espaço, pertencente à construtora MZM, está em situação ilegal, uma vez que não cumpre a função social determinada por lei, tornando-o um bom local para a construção de moradias populares.

A Ocupação Povo sem Medo de São Bernardo, como ficou conhecida, concentrou, pelo menos, 8 mil famílias, sendo considerada uma das maiores do país. Os manifestantes enfrentaram truculência de vizinhos, isolamento pela guarda municipal e decisões judiciais questionáveis do ponto de vista teórico-jurídico. Uma delas, por impedir a entrada de equipamentos de som e a consequente realização do show do músico Caetano Veloso, será objeto de análise do presente estudo.

Neste processo de resistência, há dois fatos em comum: (a) o desemprego que aflige seus participantes, impossibilitando-os de continuar pagando aluguel e (b) a reivindicação pelo direito à habitação. De acordo com o MTST (Movimento de Trabalhadores Sem Teto), o objetivo é dar destinação ao terreno vazio com a construção de apartamentos. Quando prontos, os mesmos seriam comprados pelos ocupantes através de valores acessíveis.

⁷³ Anne Gabriele Alves Guimarães. Graduada em Direito pela Universidade de Pernambuco – *campus* Arcoverde (UPE), Brasil, annegabrielebj@hotmail.com

⁷⁴ Clarissa Marques. Professora da Universidade de Pernambuco – *campus* Arcoverde (UPE), Pós-Doutora na The New School of Social Research (NY), Brasil, marquesc2504@gmail.com

O “Programa Minha Casa, Minha Vida”, programa federal de habitação popular, funciona por faixas de renda familiar. É justamente na Faixa 1 que se concentra a reivindicação do movimento, pois atende famílias que têm renda bruta de até R\$1800 (aproximadamente \$557,64).

Caso o terreno não seja adquirido pela prefeitura para a construção dos prédios populares, o MTST propõe negociação com os governantes. Em caso de decisão positiva, ou seja, caso a prefeitura se responsabilize pela construção dos prédios, os acampados serão realocados temporariamente em seus locais de origem até a conclusão das obras. Quanto aos acampados desempregados, o MTST negocia com a construtora a contratação dessas pessoas durante o período de obras (MTST, *online*).

Contrariando o que dizem os não simpatizantes, os acampados são divididos em grupos para possibilitar a organização. Cada grupo possui banheiro e cozinha, cuja utilização é coletiva. Importante salientar que as construções dos espaços de convivência realizam-se por mutirões e os alimentos, por sua vez, são provenientes de doações.

No local da ocupação, existem regras de convivência e até estatuto definindo horário de silêncio e proibição do consumo de álcool e drogas. Ao cometer falta grave ou ser reincidente, a pessoa perde a oportunidade de fazer parte do acampamento. A organização também abrange as assembleias, principais meios de comunicação dos integrantes, onde são tomadas as decisões referentes ao futuro do movimento. Há, inclusive, espaço para atividades culturais e educativas.

Traçado tal panorama, evidencia-se a luta por direitos fundamentais de um povo sem medo. O processo de resistência, aqui destacado, é também contra investidas antidemocráticas, que não permitem a comunicação por meios culturais e artísticos, como a decisão judicial que tentou impedir a realização do show de Caetano Veloso no local da manifestação.

MTST – OCUPAÇÃO POVO SEM MEDO: HISTÓRIA E LUTA PELO ESPAÇO

O MTST é um movimento que organiza trabalhadores urbanos a partir do local em que vivem: os bairros periféricos. É o modelo de cidade capitalista responsável por alocar os mais pobres em regiões cada vez mais distantes (MTST, *online*).

A cidade-capital, desta forma, vai operar uma reorganização radical no modo de vida urbano. Rolnik (1995, p. 43) explica que “o primeiro elemento que entra em jogo é a questão da mercantilização do espaço, ou seja, a terra urbana, que era comunalmente ocupada, passa a ser uma mercadoria”.

Para os fins deste trabalho, outro aspecto marcante da cidade-capital é a sua divisão em classes: se de um lado existem os proprietários dos meios de produção, de outro, há os vendedores da força de trabalho, os livres e despossuídos (ROLNIK, 1995).

A segregação urbana, os territórios diferenciados, a cidade quebra-cabeça. São estes movimentos de separação das classes sociais que tornam a cidade demarcada. A segregação também se expressa a partir do distanciamento do local de trabalho em relação ao lugar da moradia. As administrações locais acentuam tal fenômeno urbano quando até o recolhimento do lixo é distinto de uma região para outra.

Em suma, a mercantilização e o trabalho assalariado são condições para entender a diferença de habitação entre patrão/empregado. Cada qual comprará no mercado imobiliário a localização cabível de acordo com a renda (ROLNIK, 1995).

Neste sentido, Harvey (2012, p. 74) explica:

Desde o início, as cidades emergiram da concentração social e geográfica do produto excedente. Portanto, a urbanização sempre foi um fenômeno de classe, já que o excedente é extraído de algum lugar e de alguém, enquanto o controle sobre sua distribuição repousa em umas poucas mãos. Esta situação geral persiste sob o capitalismo, claro, mas como a urbanização depende da mobilização de excedente, emerge uma conexão estreita entre o desenvolvimento do capitalismo e a urbanização.

Santos (2013), por sua vez, estabelece que urbanização e pobreza são fenômenos profundamente conectados. Para ele:

A sociedade urbana é dividida entre aqueles que têm acesso às mercadorias e serviços numa base permanente e aqueles que, embora tendo as mesmas necessidades, não estão em situação de satisfazê-las, devido ao acesso esporádico ou insuficiente ao dinheiro. Isso cria diferenças quantitativas e qualitativas de consumo (SANTOS, 2013, p. 45).

Neste confronto pelo território, a segregação cria a possibilidade de organização popular, “base da luta por trabalhadores pela apropriação do espaço da cidade” (ROLNIK, 1995, p. 57).

Estas identidades coletivas laborais, porém, percebem a fragilidade da organização sindical, com dificuldades em compor um segmento crescente de trabalhadores devido às transformações ocorridas no processo produtivo, responsáveis por tornar tais relações complexas e diversificadas. Por isso, diz-se que o MTST é um movimento territorial.

Seu maior objetivo é a resistência ao Estado-capital, cuja pauta é atender aos ditames do mercado, representar os interesses capitalistas e confiscar os direitos do povo. O MTST, que completou 20 anos em dezembro de 2017, luta por moradia digna e outras necessidades básicas, como educação, saúde e transporte coletivo.

A proposta de uma reforma urbana, uma das bandeiras do movimento, portanto, abrange uma transformação profunda no modo como as cidades estão organizadas, cujos muros apartam os ricos dos menos favorecidos, o centro da periferia. A cidade refém do capital prioriza a especulação imobiliária, por isso, a existência de terrenos vazios, como é o caso do ocupado pelo Movimento Povo sem Medo, em São Paulo, ou terrenos de engorda na expectativa de valorizações futuras.

PROIBIÇÃO AO SHOW DE CAETANO VELOSO: VOLTAMOS AOS TEMPOS DE CHUMBO?

A decisão da juíza **Ida Inês Del Cid**, da 2ª Vara da Fazenda Pública de São Bernardo do Campo, deferiu o pedido do Ministério Público para proibir o show do cantor **Caetano Veloso** na referida ocupação do MTST. Foi estipulada uma multa de R\$ 500 mil em caso de descumprimento da decisão e determinada ação policial no local.

Sob a alegação de que o brilhantismo do artista atrairia muitas pessoas para o local, colocando em risco a segurança delas, a magistrada concluiu dizendo não haver estrutura para o show. Entretanto, nenhum órgão público visitou o local.

O episódio de censura chegou a ser comparado à proibição de Gilberto Gil e Chico Buarque de cantarem “Cálice” em 1973, no período em que o Brasil vivenciou uma ditadura. A decisão, portanto, é típica dos anos de chumbo, em que se criminalizava a cultura, a arte e os artistas. Tal censura cerceia a liberdade de expressão da população e da classe artística, corroborando com o momento de intransigência vivenciado pelo Brasil atualmente.

Se considerarmos que a comunicação, por meio das marcas culturais, faz refletir, é a arte, então, espaço vital para o exercício de questionamentos e intervenções. Esta arte, especificamente a música, funciona como processo de produção de sentido, capaz de promover rupturas e investigar novas dimensões da experiência humana.

Segundo Gonçalves (2007, p. 4-5):

A arte certamente não seria a única instância do social capaz de promover essas rupturas, mas pode ser pensada como um dos focos ativos de experimentações que se cruzará com outros, ampliando as condições de possibilidade de engajamento da subjetividade em processos de invenção. Assim, a arte vai nos importar menos pelo que expressa e mais pelas marcas que pode deixar em nós, pela qualidade das experiências subjetivas que pode suscitar.

A decisão judicial, proibindo a apresentação do artista, constitui-se em uma tentativa de calar a diversidade criativa e conter a influência da comunicação e sua conexão com as marcas culturais que acompanham o povo brasileiro. O ato jurisdicional também traduz a ideia de criminalização do movimento social, culminando na postura estatal de intimidação dos manifestantes e daqueles que apoiam a luta dos trabalhadores pelo direito básico à moradia decente.

Em um ambiente plural, o direito à comunicação deveria aliar-se à democratização de acesso aos meios, “multiplicando as oportunidades de criar um diálogo intercultural e permitir a expressão de vozes diferentes” (OBSERVATÓRIO DA DIVERSIDADE CULTURAL, *online*).

Entretanto, o Poder Judiciário brasileiro, invocando a “segurança”, continua agindo de maneira retrógrada. É a era do declínio da imparcialidade em nome de um ativismo judicial midiático. O próprio cantor comentou que, no período democrático, é a primeira vez que é impedido de cantar.

O argumento de proibir o show para “salvaguardar a integridade das pessoas” sem ter havido vistoria no local é bastante preguiçoso e, ao mesmo tempo, preconceituoso diante de um regime democrático dito alicerçado na diversidade cultural.

A proposta, neste íterim, é a resistência a partir de processos comunicativos contra os confiscos dos direitos do povo. Logo, “é preciso considerar a própria arte como uma experiência construída socialmente, o que faz dela um complexo campo de forças que se articulam segundo distintas instâncias da cultura, em distintos momentos da história” (GONÇALVES, 2007, p. 6).

Insistimos na arte e no apoio da música para problematizar a existência, para transformar a realidade, ainda que os agentes estatais sejam reflexos do conservadorismo. Se a bandeira é ocupar e persistir, a apropriação subjetiva e material das possibilidades oferecidas por nosso tempo e as formas de subjetivação, notadamente a arte e a música, podem ajudar não só como elemento de escape, mas também como forma de chamar atenção para o movimento.

Antes de deferir qualquer medida judicial, seria interessante analisar os benefícios da relação arte-comunicação-resistência, sobretudo, a luta pelo espaço urbano frente ao não cumprimento da função social. Acima da “segurança das pessoas”, vale ressaltar, argumento utilizado sem que fosse feita perícia, existe um direito constitucionalmente assegurado à moradia digna e a expressão cultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta do trabalho em abordar a luta pelo espaço urbano associada ao direito à comunicação por meio da música escancara os tempos bicudos vividos pelo Brasil. A criminalização dos movimentos sociais demonstra o ranço antipopular e o desprezo pela garantia de direitos sociais básicos a quem mais precisa.

O MTST é visto como marginalizado, desordeiro. Quem apoia a resistência e oferece sua arte para chamar atenção para o problema também é intimidado por decisões judiciais preconceituosas, que ostentam argumentos de autoridade sem provas. Não existe vistoria no local para dizer que há “falta de estrutura”. Existe o Judiciário equivocado, cujo objetivo é aniquilar a influência da comunicação e sua conexão com as marcas culturais do povo brasileiro.

No cerne da luta, está a cidade-capital, cuja organização dá-se com base na mercantilização do espaço e na sociedade dividida em classes. A segregação dos muros visíveis e invisíveis não só distancia como define o “lugar dos pobres”. A mercantilização justifica a existência dos vazios urbanos à espera de valorização imobiliária.

A resistência, por sua vez, é a maneira encontrada para fazer valer o direito à moradia digna. Ainda assim, o movimento de resistência é visto como marginal ou inútil. Freire (1978, p. 61) estabelece que “os oprimidos não são marginais”. Neste sentido, os pobres não são socialmente marginais, são rejeitados, explorados e reprimidos (PERLMAN, 1977).

O uso que artistas vêm fazendo de materiais comunicativos chama a atenção por possibilitar um diálogo inusitado com nossa contemporaneidade, cujo intuito é romper com o ranço antipopular que relaciona movimentos sociais à marginalidade e esta última à pobreza. Por meio dessas operações, é possível analisar modos de vida e resistir ao Estado-capital, na luta incessante pelo espaço urbano adequado.

REFERÊNCIAS:

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. Comunicação, cultura e arte contemporânea. **Revista Contemporânea**, n.8, p 1-10, 2007.1.

HARVEY, David. O direito à cidade. **Lutas Sociais**, São Paulo, n.29, p.73-89, jul./dez. 2012.

MTST- Movimento dos Trabalhadores sem Teto. **As linhas políticas do MTST**. [online]. Disponível em: <<http://www.mtst.org/quem-somos/as-linhas-politicas-do-mtst/>>. Acesso em: 13 fev. 2018.

OBSERVATÓRIO DA DIVERSIDADE CULTURAL. **Comunicação e Diversidade Cultural**. [online]. Disponível em: <<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/comunicacao-e-diversidade-cultural/>>. Acesso em: 14 fev. 2018.

PERLMAN, Janice. **O mito da marginalidade: favelas e política no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

ROLNIK, Raquel. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SANTOS, Milton. **Pobreza urbana**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Chico Bento Moço: a influência da mídia e a história em quadrinhos na formação da identidade campesina e sua relação com o desenvolvimento rural

Chico Bento Moço: the media influence and the comic books in the formation of the campesy identity and its relation with the local development

*José Henrique Cavalcanti Mota Filho*⁷⁵

*Betania Maciel*⁷⁶

*Irenilda de Souza Lima*³

RESUMEN: Este artigo analisa a representação do jovem do meio rural pela revista em quadrinhos Chico Bento Moço e a inserção da formação cultural e ideológica dos seus leitores. O objetivo deste trabalho é analisar essa representação utilizando como ferramenta metodológica a análise de conteúdo, analisando 48 edições da revista, publicadas entre 2013 e 2017. Na análise percebe-se que a essência do personagem permanece a mesma das edições da turma do Chico Bento, publicado originalmente nos anos 60. A caricatura do jovem do campo inocente e diferente das pessoas modernas da cidade é destacado, porém os conflitos da juventude fazem o personagem mudar algumas de suas características. Por mais que as aventuras do personagem se misturem com a da Turma da Mônica Jovem, há uma distinção dos universos, percebe-se que o quadrinho atende uma demanda de um público mais velho que as crianças.

PALABRAS CLAVE: Comunicação popular, revistas em quadrinhos, Chico Bento Moço, juventude rural.

INTRODUÇÃO

Desde os tempos das cavernas, o homem se comunica através de figuras que contam histórias. Achados arqueológicos ao redor do mundo encontram verdadeiras "histórias em quadrinhos" cravados em pedras, rochas e outros materiais rígidos para descrever todo tipo de história; desde um simples relato de caça, até a mitologia de um Rei egípcio.

A história das histórias em quadrinhos nos remontam aos idos de 1800 no formato que se mantém (praticamente) intacto em sua essência até os dias de hoje. Esses quadrinhos ganharam relevância no decorrer do tempo e representam uma das mais típicas formas de expressão da indústria cultural de massa. Todavia, como explica Silva (2011, p.3), o termo "história em quadrinhos só foi utilizado algum tempo depois:

O termo "história em quadrinhos" só foi utilizado a partir do início do século XX, quando foram inseridos balões nos desenhos com as falas dos personagens. A partir daí, as HQs se tornaram fenômeno em todo o mundo,

⁷⁵ Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Brasil, zehenriquemota@gmail.com

⁷⁶ Betania Maciel. Professora do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), Brasil, betaniamaciel@gmail.com.

³ Irenilda de Souza Lima, coordenadora do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Unidade Federal Rural de Pernambuco, Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP),

consolidando o seu consumo entre crianças e jovens, principalmente, com o surgimento dos super-heróis, sobretudo o Superman em 1938. Isso marcou o começo da conhecida era de ouro dos gibis.

Mas os quadrinhos não são meras revistinhas inocentes; neles está inserida forte formação cultural e ideológica dos seus leitores. A ideologia por trás das histórias são raízes de sua existência. O *Superman* foi criado como símbolo de esperança após a crise de 1929 e início da segunda guerra; semelhante tratamento dado ao Capitão América e a sobre força do soldado frente ao avanço do nazismo.

Os meios de comunicação são ferramentas fundamentais tanto na criação como na transmissão, mudança, legitimação e reprodução de determinada cultura; são meio e o espaço onde a cultura é consolidada, de um lado e, de outro, o espaço e o meio onde essa cultura é negada, descaracterizada para servir a interesses que não os do próprio povo.

Assim sendo, as histórias em quadrinhos, meio de comunicação exemplo corriqueiro de cultura de massa, pertencentes à mídia impressa e transmitem um mundo simbólico e imaterial, embora baseado na realidade, sendo um popular veículo de mensagens ideológicas e de crítica social, explícita ou implicitamente. A revista em quadrinhos é o lugar de intersecção entre o visual e o literário, o culto e o popular, aproxima o artesanal da produção industrial e da circulação massiva.

No Brasil, conforme explicitam Cirne (1990), Patati & Braga (2006), as histórias em quadrinhos remontam seus primórdios a 1869, quando da publicação de *As Aventuras de Nhô Quim* ou *Impressões de uma Viagem à Corte*. Na década de 1930, os quadrinhos americanos do Mickey Mouse e do Gato Félix chegavam ao País por meio de tiras, como as que conhecemos hoje nos jornais, e logo se tornaram febres entre os jovens, sendo este considerado um marco da popularização das "histórias em quadrinhos", no Brasil.

No país, antes de ser designado como HQ, as publicações eram denominadas historietas em quadrinhos, por se tratar de material produzido, essencialmente, para crianças e adolescentes. A partir de meados dos anos 60 passaram a ser chamadas de histórias em quadrinhos, assim como popularizou-se, também, o termo gibi.

A Turma da Mônica surge, conforme relata Pinho Júnior (2015), em 1959 no formato de tiras na Folha da Manhã e apenas nos anos 1970 se transforma em gibis. Os primeiros personagens principais eram o Bidu e o Franjinha, mas que foram substituídos pela Mônica e pelo Cebolinha. A Turma do Chico Bento se origina nessa época, mais precisamente, em 1961, tendo como protagonistas Zé da Roça e Hiroshi; dois anos depois Chico entra como personagem principal até os dias de hoje.

Em 2013, seguindo uma tendência iniciada nas séries de TV e de outras revistas como a Luluzinha Teen e a Turma da Mônica Jovem, é feito o *Spin-off*⁷⁷* Chico Bento Moço para retratar as aventuras de um Chico Bento adolescente e recém ingresso em uma universidade. A Vila da Abobrinha dá lugar a uma república estudantil na cidade de Nova Esperança, onde o personagem vai estudar Agronomia. (Panini Comics, 2013)

Atualmente, o possível uso dos gibis como meios de propaganda ou difusão dos valores culturais é assunto que leva a pensar sobre o seu próprio consumo cultural. Como geralmente tratam de temas que interessam a crianças e adolescentes, a ênfase na produção de quadrinhos visa atender ao gosto desse segmento de eleitores.

Desta forma, compreendo a importância das histórias em quadrinhos na sociedade e da sua influência sobre crianças e jovens, este trabalho em seus objetivos: analisar a representação feita do jovem rural por meio do personagem Chico Bento, na revista Chico Bento Moço. Para tanto, serão analisadas 48 edições das revistas em quadrinhos publicadas entre 2013 e 2017, com aventuras do personagem, buscando identificar as referências dele com os jovens oriundos do meio rural, assim como realizar uma análise do conteúdo apresentado na revista.

Espera-se, neste estudo, encontrar os valores e as práticas ideológicas transmitidos pelo referido gibi, analisando sua contribuição para a formação de representação social da juventude rural brasileira.

⁷⁷De acordo com o dicionário Aurélio, Spin Off é: **Série** ou obra que se inspira num trabalho ou produção anterior ou lhe dá continuidade, desenvolvendo uma ideia ou o papel de uma personagem já existente no trabalho original.

CONTEXTO

As primeiras revistas do Chico Bento Moço mostram um personagem ainda muito preso às suas raízes, que remontam às histórias originais da turma do Chico Bento, que tiveram os primeiros exemplares publicados na década de 1960. A primeira revista da série, publicada em 2013, começa a saga do jovem ainda no sítio da família, na Vila da Abobrinha. Os medos da mudança de vida tanto de Chico quanto dos seus são retratados, reiterando as raízes do personagem com o campo.

Mutti (2006, p.682) desta que "na AC o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem.". Seguindo esta lógica começamos a análise das revistas do Chico Bento Moço pelo primeiro texto da revista em quadrinhos: o título, que carrega a identidade primordial do personagem.

O título da revista deixa clara a diferenciação de Chico para o resto da turma. Enquanto a turma da Mônica é jovem, Chico é moço e a denominação mantém os universos separados, assim como eram nas revistas tradicionais. Contudo, em consonância com o mundo conectado são promovidos crossovers do Chico com o pessoal da Turma da Mônica criando um terceiro universo de personagens.

Os ciclos tradicionais do personagens como o da escola, dos mergulhos com lago Zé Lelé, são encerrados. A caricatura típica da realidade do campo, ainda na primeira edição (PANINI COMICS 2013), é mostrada quando o filho do coronel aparece com um visual mais moderno e dirigindo um carro para falar com os "caipiras".

O personagem irá cursar Agronomia para voltar ao sítio e melhorar as condições de produção e de vida dos pais. A construção basilar da história já remete a um fim onde ele retornará ao campo, quando concluir o ensino superior, reforçando a sua alma campesina. Pode aliar a este dado o primeiro emprego que Chico consegue na cidade; o personagem inicia sua vida laboral como ajudante no zoológico onde pode ficar perto do verde e dos animais.

Dentro da abordagem qualitativa da análise de conteúdo se "considera a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou conjunto de características num determinado fragmento da mensagem" (Mads, 1993. P.54). Assim sendo, analisamos todo o conjunto que compõe a obra, além da mera análise textual. Afinal, dentro dos quadrinhos, o poder da imagem também carrega consigo um forte traço de propagação de discurso.

O personagem Chico Bento é caracterizado fortemente pelo seu chapéu de palha, mas ao ingressar na universidade, ele se força a tomar um visual mais formal e urbano. Todavia, é orientado pelo seu primo da cidade a usar o adereço para se diferenciar das pessoas da cidade e poder ser reconhecido prontamente. Esta narrativa trata de deixar clara a diferença das pessoas modernas da cidade e os que vem do campo.

Além do chapéu, o primo de Chico reforça a narrativa e a construção da imagem inocente do homem do campo que vai à cidade. É recorrente a construção deste estereótipo, o que termina por causar uma luta interna do personagem. As histórias mostram uma fiscalização do Chico para com ele mesmo para não falar como um camponês na frente dos amigos; contudo faz questão de falar com os amigos da roça com o seu sotaque peculiar.

Apesar desta caracterização do matuto no personagens, temas modernos e ligados com a juventude são recorrentemente tratados, como as redes sociais, os jogos eletrônicos, além de referências à cultura pop como filmes e livros infanto-juvenis. A revista aposta em uma história principal mais longa para um entretenimento mais aprofundado e isso é uma diferença relevante em comparação com a revista tradicional.

Uma parte relevante do conteúdo analisado é a diagramação da revista que deixa o colorido infantil do personagem criança para trás e tem as histórias publicadas em preto e branco, seguindo uma tendência de quadrinhos estrangeiros. Esse novo formato valoriza quadros com detalhes do personagem para reforçar sentimentos ou desejos, mostrando uma clara influência dos quadrinhos e desenhos japoneses nessa nova formatação.

ENFOQUE E METODOLOGIA DE ABORDAGEM

Para realizar esse estudo, analisaremos de forma qualitativa as representações culturais apresentadas nos quadrinhos, contextualizando com as teorias sobre os temas na última década. Espera-se verificar, também, se a representação é fiel, ou não ao jovem rural do século 21 ou apenas uma caricatura ilustrativa do personagem.

De acordo com Minayo (2010), a pesquisa qualitativa trata do tipo de método aplicado ao estudo da história, das relações, das representações, das percepções, das opiniões, dentre outros, a partir da leitura feita pelos atores sociais a respeito de como vivem e pensam.

Bodgan & Bilken(1994) apud Campos (2009) tratam que a pesquisa qualitativa é majoritariamente descritiva e que os dados coletados formam mais palavras do que números. "Estes dados incluem entrevistas transcritas, notas de campo, fotografias, [...] ou outra forma de documento. O pesquisador qualitativo tenta analisar os dados em toda sua riqueza, respeitando, no possível, a forma de registro ou transcrição".

Antes de tratar de representação cultural da juventude rural precisa-se entender o que significa este termo e quem ele representa. Não há, na nossa melhor doutrina, ainda uma conceituação clara sobre este público e muitos estudiosos ressaltam a dificuldade em definir de forma precisa o termo. Este conceito unívoco, segundo Weisheimer (2005) é de difícil aceitação pela heterogeneidade natural do público.

Hall (1997) considera que a cultura como um conjunto de valores ou significados partilhados. Segundo o autor, a linguagem atribui sentido e, conseqüentemente, os significados podem ser partilhados por aqueles com acesso comum a linguagem. Hall reitera, ainda, que por meio do uso que fazemos das coisas é que damos significados a elas, com base no que pensamos e sentimos.

O universo a ser pesquisado é o da revista em quadrinhos Chico Bento Moço, que, no momento da pesquisa, conta com 48 revistas publicadas com as mais diversas aventuras do personagem "cairpira" de Maurício de Sousa. O gibi tradicional não faz parte do escopo da pesquisa, tendo em vista que buscamos analisar a representação do jovem rural e o personagem original é uma criança, inserida em um recorte diferente do proposto aqui.

Nestor Canclini, no que diz respeito a identidade cultural, trabalha com o sentimento de pertencimento de realidade, pois parte da identidade criada a partir dos sistemas culturais. O estudo das identidades no autor é alicerçada fundamentalmente na hibridização cultural. Aliado a isso, Canclini trata que os quadrinhos contribuem para comprovar a potencialidade visual da escrita e o dramatismo das imagens, ao combinar os quadros descontínuos com uma combinação de tempo e imagens.

As histórias em quadrinhos se tornaram a tal ponto um componente central da cultura contemporânea, com uma bibliografia tão extensa, que seria trivial insistir no que todos sabemos de sua aliança inovadora, desde o final do século XIX, entre a cultura icônica e a literária. São a literatura mais lida, o ramo da indústria editorial que produz maiores lucros (CANCLINI, 2000, p. 339).

Os estudos de Elisa Guaraná Castro sobre juventude serão bases que irão dar suporte ao trabalho, com vistas a uma compreensão mais completa dos assuntos retratados nas revistas em quadrinhos. Castro (2008, p.181) trabalha definições genéricas que são incutidas no tema ao afirmar que "associada a problemas e expectativas, a categoria tende a ser constantemente substantivada, adjetivada, sem que se busque a auto-percepção e formação de identidades daqueles que são definidos como 'jovens'".

O estudo dos dados pode ter base na análise de conteúdo, por meio da qual será analisado o material textual fornecido pelos estudantes após a transcrição das entrevistas, somando-se ao referencial teórico construído. De acordo com Minayo (2001), na análise de conteúdo, o ponto de partida é a mensagem, a partir da verificação e atenção ao que foi escrito, falado, mapeado, entre outros norteados, e a conseqüente interpretação desses conteúdos.

Bardin (2009) define a análise de conteúdo como sendo, enquanto método, é um conjunto de técnicas usadas para analisar as comunicações que usa de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das

mensagens. Tais procedimentos são utilizados para verificar as mensagens apresentadas pelos conteúdos dos meios da informação, em nosso caso específico, a revista em quadrinhos Chico Bento Moço.

PRINCIPAIS RESULTADOS, REFLEXÕES E CONCLUSÕES

Partindo da constatação da importância das histórias em quadrinhos na sociedade e da sua influência sobre adultos, jovens e crianças, neste trabalho analisamos a representação feita do jovem rural por meio do personagem Chico Bento, na revista Chico Bento Moço. Analisamos as revistas em quadrinhos publicadas com aventuras do personagem, identificando as referências dele com os jovens oriundos do meio rural, assim como fizemos análises dos conteúdos apresentados na revista.

Em essência, apesar das temáticas mais adultas, a caracterização do personagem segue o mesmo padrão do adotado na Turma do Chico Bento. O homem do campo segue como sendo um sujeito inocente, que não está preparado para a maldade da cidade grande; basicamente o mesmo perfil de 20 anos atrás, como se o camponês não tivesse evoluído ao longo do tempo.

Apesar de manter o personagem com suas caricaturas de caipira, os usos de referências mais modernas tira o personagem e suas histórias de um cenário limitado da República e da Vila da Abobrinha, mostrando que a publicação tem seguido uma tendência mundial.

Sabendo que as revistas em quadrinhos são importantes instrumentos na formação ideológica e cultural, a manutenção do estereótipo pode causar uma confusão na representação do jovem rural, que pode não se perceber dentro da caracterização do personagem descrito, ainda que as aventuras usem elementos muito comuns na vida destes jovens oriundos do campo.

A grande mudança percebida na construção do personagem é que ele não mais carrega o estigma de preguiçoso ou de aluno que não entende as lições da escola. Essa mudança mostrou-se um significativo avanço na forma que o jovem do campo é representado, estando em sintonia com esses jovens que trabalham na roça, estudam e ainda exercem outros tipos de atividades.

Por fim, dentro do contexto geral apresentado na revista em quadrinhos, percebeu-se que não há uma mudança substancial na linha de montagem do personagem e no tratamento dados aos oriundos do campo e, desta forma, fomenta um discurso antiquado, mesmo trazendo ao personagem todo o carisma possível.

BIBLIOGRAFIA

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70, 1977.
- MADS, Lima. **Análise de conteúdo: estudo e aplicação**. Revista Logos 1993; (1): 53-8.
- SILVA, Rafael Laytynher. **A Contribuição das Histórias em Quadrinhos de Super-Heróis para a Formação de Leitores Críticos**. Revista Anagramas. Ano 5. ed 1. Setembro 2011.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da Modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.
- _____.(1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. **Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas**, Época II, Vol. III, No 5, junio 1997, p. 109-128. Universidad de Colima, México. Disponível em: <<http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=2710&N=1>>. Acesso em: 14 ago. 2018.
- GUEDES, Viviane Marques. **A contribuição de Stuart Hall e de Néstor García Canclini para os estudos da identidade cultural contemporânea**. Revista Temática. Ano IX, n. 02. 2013.
- MINAYO, Maria. C. S (Org.): **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ:Vozes, 2001.
- CARNEIRO, Maria José. **Juventude rural: projetos e valores**. In: ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni Branco (Orgs). **Retratos da juventude brasileira**. [s.l.]: 1ª ed., 2005, p. 243-261.
- CASTRO, Elisa Guaraná de, et al. **Perfis dos jovens participantes de eventos dos movimentos sociais rurais: construções de um ator político**. XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, Recife - Pernambuco, 2007.
- CASTRO, Elisa Guaraná de. **Vencendo a invisibilidade. Os Jovens estão indo embora? : juventude rural e a construção de um ator político**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- PINHEIRO, M. M. K.; CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P. **Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método**. Inf. & Soc.:Est., João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr.2014
- CHICO BENTO MOÇO. **Um novo começo**. São Paulo. Panini Comics. ed1. 2013.
- HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Rio de Janeiro, IPHAN, 1996, p. 68-75.
- PATATI, Carlos; BRAGA, Flávio. **Almanaque dos quadrinhos: 100 anos de uma mídia popular**. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, 2006.
- CIRNE, Moacy. **História e Crítica dos Quadrinhos Brasileiros**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Europa & FUNARTE, 1990.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. **Metodologia qualitativa e método clínico-qualitativo: um panorama geral de seus conceitos e fundamentos**. Faculdade de Ciências Médicas. Unicamp. 2012.
- Caregnato RCA, Mutti R. **Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo**. Texto Contexto Enferm, Florianópolis, 2006 Out-Dez; 15(4): 679-84.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Actitudes hacia el quechua en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP - 2017

Attitudes toward Quechua among students of the Faculty of Communication Sciences of the UNCP – 2017

Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca⁷⁸

Jorge Yoel Jaime Valdez⁷⁹

José Vilcapoma Chambergo⁸⁰

RESUMEN: Investigación de tipo básica y nivel descriptivo que tiene como objetivo describir la aceptación, indiferencia (neutralidad) o rechazo hacia el quechua, idioma originario y también oficial del Estado Peruano. La investigación utiliza como instrumento una encuesta de 26 preguntas en escala lickert adaptada de Aliaga (2012) que evalúa las dimensiones cognitivo, afectivo y reactivo a través de preguntas positivas y negativas. La validez se determina por juicio de expertos con el coeficiente de concordancia V de Aiken (0.75), la confiabilidad se establece por el alfa de Crombach (0.68). La población es de 390 y la muestra de 180 alumnos, 74 varones y 106 mujeres. Se concluye que los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP tienen una actitud positiva hacia el quechua expresada en un 53,9 %, la neutral de 26,7% y la negativa es de 19,4%, además que mayor incidencia positiva se da en las mujeres con un 57.55%.

PALABRAS CLAVES: actitudes, quechua, discriminación.

ABSTRACT: Basic research and descriptive level that aims to describe the acceptance, indifference (neutrality) or rejection of Quechua, the original language and also the official language of the Peruvian State. The research uses as a tool a survey of 26 questions on the likert scale adapted from Aliaga (2012) that evaluates the cognitive, affective and reactive dimensions through positive and negative questions. The validity is determined by expert judgment with the concordance coefficient V of Aiken (0.75), the reliability is stable by the alpha of Crombach (0.68). The population is 390 and the sample of 180 students, 74 men and 106 women. It is concluded that the students of the Faculty of Communication Sciences of the UNCP have a positive attitude towards Quechua expressed in 53.9%, the neutral one is 26.7% and the negative one is 19.4%, besides that greater positive incidence occurs in women with 57.55%.

KEYWORDS: attitudes, quechua, discrimination.

TEMA CENTRAL

Huancayo (Junín – Perú) ha sido definida como una ciudad cosmopolita, un crisol cultural donde se redefine el concepto de identidad y por ende, de pertenencia. Una ciudad en la cual al menos el 70% de sus habitantes son migrantes que han llegado escapando de la violencia política que padeció el Perú o impulsados por el deseo de superación al llegar a la ciudad capital del departamento.

A Huancayo han migrado personas de diferentes lugares, siendo los provenientes del sur, de Huancavelica y Ayacucho los de mayor incidencia. Estas personas ya integrados al quehacer de la vida Huancaína tuvieron que aprender costumbres y tradiciones, en algunos casos fusionarlos (Hibridación cultural) y en otros más especiales, aislarlos, creando

⁷⁸ Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca. Universidad Nacional del Centro del Perú, maestro en Comunicación para el Desarrollo, Perú, jhony_by_01@hotmail.com

⁷⁹ Jorge Yoel Jaime Valdez. Universidad Nacional del Centro del Perú, licenciado en Ciencias de la Comunicación, Perú, yorkajjv@gmail.com

⁸⁰ José Vilcapoma Chambergo. Universidad Nacional del Centro del Perú, doctor en Ciencias de la Educación, Perú, jovich@hotmail.com

comunidades de “residentes” que buscan mantener sus costumbres “originarias” con personas solo provenientes de sus lugares de nacimiento.

De todos los ámbitos que involucra esta convivencia cultural, el del idioma merece una particular descripción, pues es la principal fuente de intercambio y adaptación social. El idioma originario, el quechua, ha sido relegado pese a que está presente en nuestra vida cotidiana, por ejemplo cuando decimos *cancha, calato, anticucho, chacra, champa, choclo, coca, coronta, morocho, puma, pachamanca o yapa*, pero, aun así, este idioma viene cargado de un sentimiento de marginación y exclusión que es incomprensible en un país multiétnico, pluricultural y multilingüístico como es el Perú.

Es obvio que la actitud que tienen las personas para éste idioma en la mayoría de los casos se vincula a la discriminación, pero, nos interesa conocer en qué medida este se manifiesta en los estudiantes universitarios, más específicamente en la facultad de Ciencias de la Comunicación de nuestra *Alma Mater*, la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), pues al ser una carrera vinculada al ámbito comunicacional es prioritario saber cuál es esa actitud preponderante.

El problema formulado es, ¿Cuál es la actitud hacia el quechua en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP - 2017?

OBJETIVO

Objetivo general

- Determinar cuál es la actitud predominante de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP – 2017.

Objetivos específicos

- Diferenciar la actitud preponderante hacia el quechua en los estudiantes varones y mujeres de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP – 2017
- Describir las razones de la preponderancia de la actitud hacia el quechua en los estudiantes varones y mujeres de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNCP – 2017

CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO O DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA.

Se basa como antecedentes en Herzfeld (s/f) en *¿El castellano, el quechua o el inglés? El porqué de la actitud de los estudiantes peruanos hacia estos idiomas*; González (2014) en *Un estudio de actitudes hacia el quechua del este de Apurímac*, Molina (2012) en *La interacción castellano-quechua: hacia una comprensión lingüística, ideológica y cultural del fenómeno de “imposición” del castellano del Perú* y Skrobot (2014) en *Las políticas lingüísticas y las actitudes hacia las lenguas indígenas en las escuelas de México*.

Respecto a la Teoría de las actitudes, Yarlequé, Leda & Monroe (2002) señalan que fueron estudiadas dentro de la psicología social pero que ahora, tienen gran importancia en el ámbito educativo. Se señala como componente de las actitudes, citando a Morris (1992), el cognoscitivo, afectivo y conductual (reactivo), señalando también que “... una actitud hacia algo posee tres componentes principales: ideas acerca del objeto, sentimientos hacia él y tendencias conductuales, asimismo, componentes finalmente entre sí”.

- **Componente cognitivo:** Se refiere a las ideas y creencias que una persona tiene sobre un objeto de actitud. Para que exista una actitud es necesario tener una representación del objeto actitudinal, la cual debe ser asociada con eventos agradables o desagradables, para recién poder hablar de afectividad hacia tal objeto y poder responder hacia el mismo.

- **Componente Afectivo:** Se refiere a los sentimientos y emociones volcados hacia un objeto de actitud. De esta forma, si los sentimientos son positivos, la persona estará más propensa a acercarse al objeto; y si son negativos, tenderá a evitarlo o evadirlo.

- **Componente Comportamental (conductual o reactivo):** Es una predisposición para actuar, y consiste en las acciones que se realizan hacia un objeto de actitud a partir de la evaluación afectiva que se realizó anteriormente.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

Tipo: Básica

Nivel: Descriptivo

Diseño: El esquema es el siguiente:

M1 - O1

M2 - O2

O1= O2; O1≠ O2

Donde:

M1: Representa la muestra de estudiantes varones

M2: Representa la muestra de estudiantes mujeres

O1: Observación correspondiente a la muestra de estudiantes varones

O2: Observación correspondiente a la muestra de estudiantes mujeres

Población:

La población son los 390 alumnos de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú matriculados en el semestre académico 2017-II. De los cuales 167 son varones y 223 mujeres.

Muestra:

Empleando la fórmula para muestras aleatorias estratificado, para poblaciones finitas:

Estratos	N° Población	Porcentaje	N° muestra	Porcentaje
Varones	167	42.82	83	42.82
Mujeres	223	57.18	111	57.18
Total	390	100.00	194	100.00

Aplicado el instrumento, se han descartado 14 encuestas debido a que los datos han sido llenados inadecuadamente. La muestra final son 180 estudiantes, 74 varones y 106 mujeres.

Instrumento:

Se adecuó la *Escala de actitudes hacia el quechua en estudiantes de educación de pre y pos grado de Huancayo de Aliaga Ordoñez de Instrumentos de Investigación científica (2012)*, el mismo que explora tres componentes: cognoscitivo, afectivo y conductual.

Debemos señalar que en la evaluación del instrumento, antes de su adaptación se ha encontrado incongruencia entre la teoría y la referencia bibliográfica. El instrumento original tenía 35 preguntas, ahora tiene 26. El baremo de calificación empleado es:

De 26 a 60 puntos	De 61 a 95 puntos	De 96 a 130 puntos
Actitud negativa hacia el quechua	Actitud neutral hacia el quechua	Actitud positiva hacia el quechua

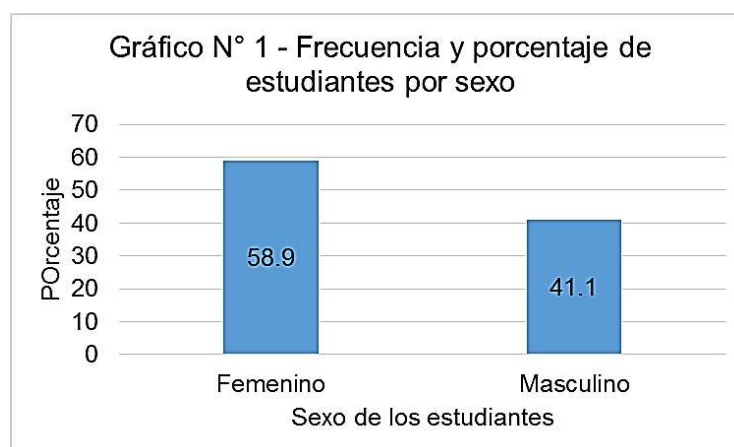
Principales resultados, reflexiones y conclusiones

Agregamos las tablas y gráficos más importantes que nos ayudan a analizar mejor el problema de investigación, además de comentar los ítems del instrumento que merecen un comentario para comprender mejor la investigación.

Tabla N° 1 - Frecuencia y porcentaje de estudiantes por sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	106	58.9	58.9	58.9
	Masculino	74	41.1	41.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Elaboración: Los investigadores



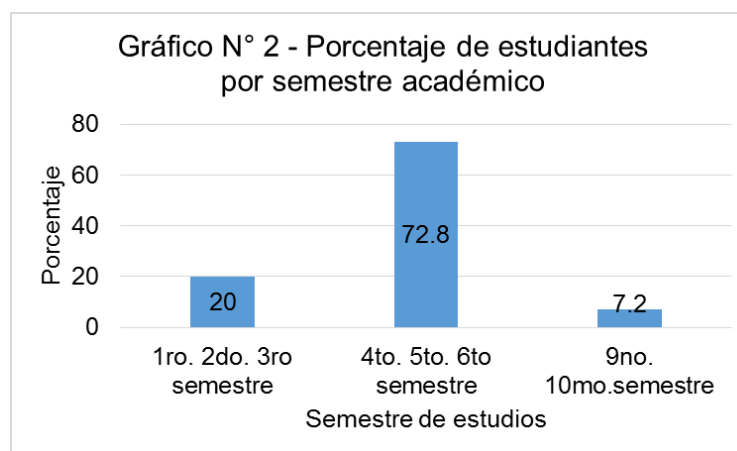
Elaboración: Los investigadores

En la tabla N° 1 y gráfico N° 1 podemos observar que el porcentaje de estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú de sexo femenino es 58.89% (106) a comparación del sexo masculino es 41.11% (74).

Tabla N° 2 - Porcentaje de estudiantes por semestre académico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1ro. 2do. y 3er. semestre	36	20.0	20.0	20.0
	4to. 5to. y 6to. semester	131	72.8	72.8	92.8
	9no. y 10mo. semestre	13	7.2	7.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Elaboración: Los investigadores



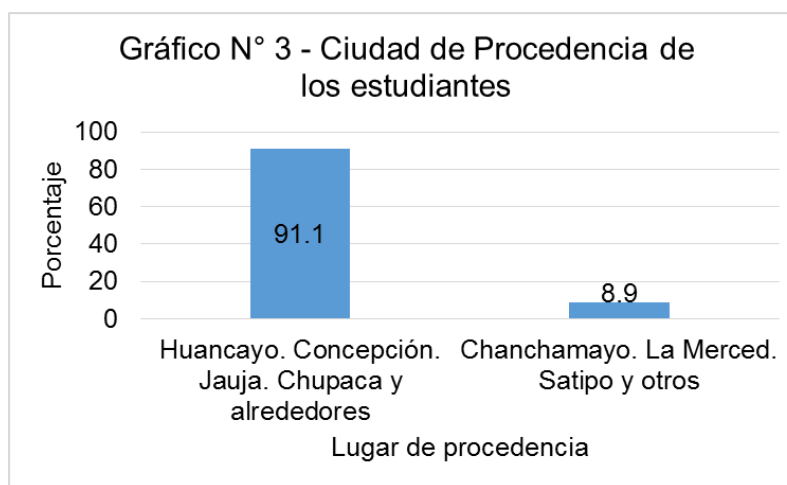
Elaboración: Los investigadores

En la tabla N° 2 y gráfico N° 2 observamos el porcentaje de estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú por semestre académico. 72.8% corresponde al 4to. 5to. y 6to. semestre, el 20% al 1ro. 2do y 3er. y, por último el 7.2% corresponde al 9no. y 10mo.

Tabla N° 3 - Ciudad de Procedencia de los estudiantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Huancayo, Concepción, Jauja, Chupaca y alrededores	164	91.1	91.1
	Chanchamayo, La Merced, Satipo y otros	16	8.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0

Elaboración: Los investigadores



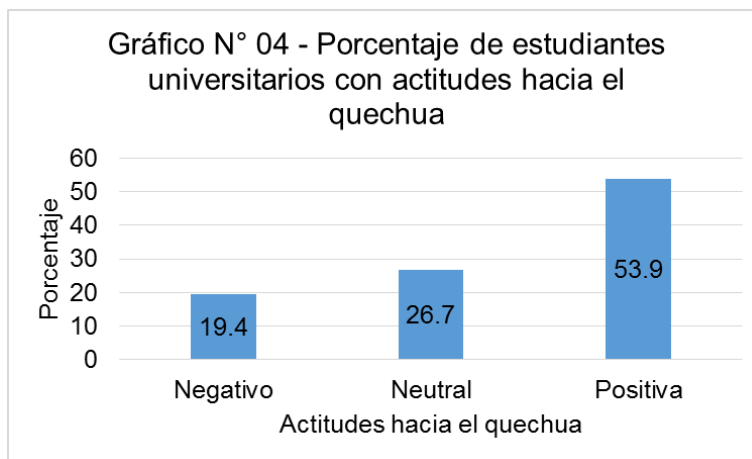
Elaboración: Los investigadores

En la tabla N°3 y gráfico N°3 observamos que el 91.1% de los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación proceden de Huancayo, Concepción, Jauja, Chupaca y alrededores, mientras el 8.9% proceden de ciudades como Chanchamayo, la Merced, Satipo y otros.

Tabla N° 04 - Porcentaje de estudiantes universitarios con actitudes hacia el quechua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Negativo	35	19.4	19.4
	Neutral	48	26.7	46.1
	Positiva	97	53.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0

Elaboración: Los investigadores



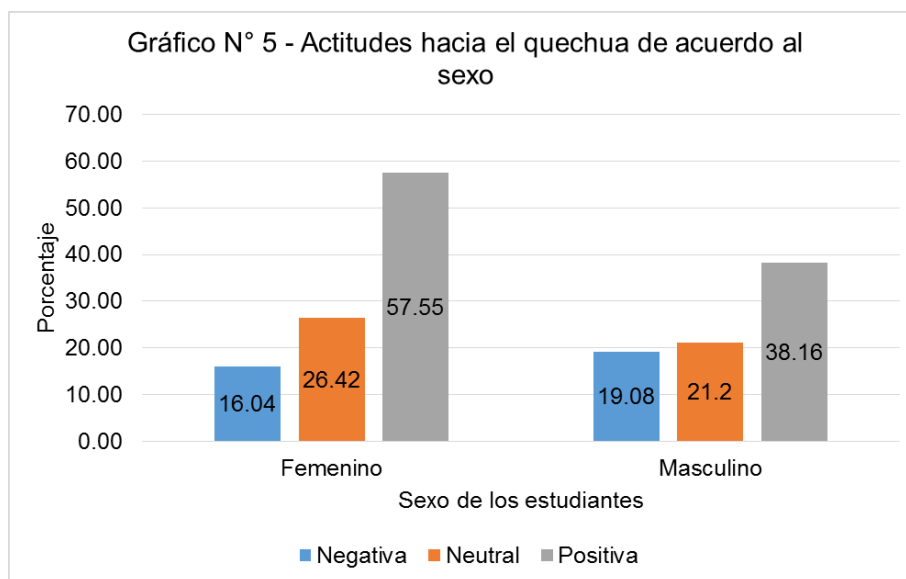
Elaboración: Los investigadores

En la tabla N° 4 y gráfico N° 4 se puede apreciar que el 53.9 % (97) de 180 estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú tienen actitudes positivas hacia el quechua. 26.7 % (48) de ellos revelan tener actitudes de tipo neutral y finalmente el 19.4 % (35) de los encuestados tienen actitudes negativas hacia el quechua.

Tabla N° 5 - Actitudes hacia el quechua de acuerdo al sexo

	Sexo	Actitudes						Total
		Negativa	%	Neutral	%	Positiva	%	
	Femenino	17	16.04	28	26.42	61	57.55	106
	Masculino	18	19.08	20	21.2	36	38.16	74
	Total	35		48		97		180

Elaboración: Los investigadores



Elaboración: Los investigadores

En la tabla N° 5 y gráfico N° 5 se puede apreciar que el 57.55 % (61) de estudiantes de sexo femenino de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú tienen actitudes positivas hacia el quechua. 26.42 % (28) revelan actitudes de tipo neutral y finalmente el 16.04% (17) presentan actitudes negativas en comparación con el sexo masculino donde los resultados son actitudes positivas 38.16 % (36), neutral 21.2% (20) y negativa 19.08% (18).

Discusión

Casma (2014) nos refiere que “muchos quechua hablantes -13% de la población peruana, según el censo de 2007-, deciden no transmitir el idioma a sus descendientes por temor al rechazo o la burla” que padecerán, es decir, ¿debemos de proteger a los descendientes de ser discriminados?, porque si hablan el quechua, los harán sentir menos. Una situación grave que a nadie parece importar y que tratamos de describir en esta investigación a partir de la actitud positiva, neutral o negativa de los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú.

Herzfeld (s/f) decía que “En Perú el español es la lengua que vincula a los hablantes con el mundo y a través de él la población recibe los avances de la civilización universal”, ello ha hecho que al ir a un centro educativo –universitario como es en este caso-, hablar el quechua no sería importante, pues lo “ataría” a su mundo “antiguo”, pues el conocimiento es en español, pero, continúa Herzfeld (s/f), “por otra parte, relaciona a sus hablantes con su pasado ancestral y por su intermedio ellos reciben la savia que alimenta su identidad y su afecto familiar”, así Skrobot (2014) nos refiere que en “las cosmovisiones indígenas, el mundo está poblado por fuerzas anímicas que habitan en seres humanos, dioses, animales e incluso objetos inanimados como las montañas o las piedras” que tienen nombres en quechua y se cuentan sus historias también en quechua. Es decir, hay un vínculo de pertenencia, no de aspiración.

La pronunciación inadecuada de vocales existentes en el castellano y ajenos en el quechua generan burla, pero asociar el ande con la Paisana Jacinta, un personaje de Jorge Benavides que la interpreta como una mujer greñuda, desaliñada, sucia, sin dientes que pronuncia mal los términos genera una asociación de características negativas a la mujer del ande y al idioma originario. En el artículo *¿El quechua es o no es una lengua discriminada?* nos señala, “otro ejemplo de dicha discriminación ocurre cuando el campesino quechua hablante que habla el castellano con acento es ridiculizado, menospreciado o, en el mejor de los casos, observado con lástima. Es distinto cuando un extranjero habla un castellano limitado y con acento inglés, francés o de otro idioma del exterior”, es decir, existe una predisposición negativa al quechua.

Magaly Solier, actriz en La Teta Asustada, de origen andino (Ayacucho), aseguró en una entrevista que “Hablar quechua es un regalo y no una vergüenza”. Claro, parece una afirmación lógica, pero, poco real en una sociedad pluricultural con problemas de respeto a los idiomas oriundos como el nuestro. Ya decía Skrobot (2014) refiriéndose a México, “el español siempre ha tenido la preferencia política, la hegemonía cultural y el prestigio lingüístico y social sobre las lenguas amerindias”, tal como ocurre en nuestro país. Además, como dice González (2014) “La actitud de los hablantes hacia una lengua influye sobre la aceptación o el rechazo de la misma”.

En nuestra investigación el ítem 1 establece que el 42.2% cree que *“El quechua es fuente de experiencia y conocimiento que debemos valorar y practicar”*, en comparación a un 12.2% que está totalmente en desacuerdo en esta afirmación, situación no prevista en la medida que se creía que nadie estaría totalmente en desacuerdo. Observamos que hay un reconocimiento del quechua como idioma con valor histórico.

Este ítem se complementa con el ítem 03 que señala, *“Es importante difundir el quechua para mantener nuestra identidad andina”*, en la cual un 40% está totalmente de acuerdo y un 11.1% totalmente en desacuerdo, lo que denota un nivel de asociación al desarrollo de la identidad a través del idioma, pero no tan importante por la existencia de otras formas.

Algo importante es cuando en el ítem 2, *“El quechua nos servirá si trabajamos en proyectos de comunicación”*, nos refiere que el 27.8% está totalmente de acuerdo, pero el 40% solo de acuerdo, esto es importante considerando que vivimos en un país preocupado por la inclusión y un área de la carrera se refiere a trabajos en comunidades, claro, aquí la variable interviniente será si los alumnos se ven como Comunicadores para el Desarrollo (CPD), donde el quechua si es fundamental.

Es necesario señalar que según Zimmermann (2004), citado por Skrobot (2014), “las lenguas indígenas son habladas solo por los ancianos y en otras hay solo unos pocos que las hablan. En la mayoría de los casos los hombres más jóvenes son bilingües (español y lengua indígena), y las mujeres ancianas, monolingües (en lengua indígena)”, por eso el CPD debe conocer el idioma originario del escenario que va a intervenir, algo importante también que mencionar es que en el Perú se reconoce como idioma oficial el castellano y establece que “en las zonas donde predominen también lo son el quechua, el aimara y las demás lenguas aborígenes”, es decir, la condiciona a su predominio, pero lamentablemente, aun cuando sea predominante, las personas prefieren ocultarlo y no enseñarlo a sus descendientes.

En la misma línea, el ítem 04, *“El cuidado de nuestro pasado milenario como con el idioma quechua es responsabilidad de todos”*, nos refiere si la persona entiende el concepto social del idioma y la importancia de nuestro papel en su permanencia, al menos aquí, un grupo mayoritario de los alumnos encuestados, 39.4% está totalmente de acuerdo. Quizá la alfabetización del quechua llegó tarde y la oralidad no le ha permitido enraizarse, tal como lo señala Skrobot (2014) en el caso mexicano.

En el ítem 05, *“El quechua sólo se debe hablar en las comunidades andinas, porque en la ciudad no es útil”*, nos arroja que el 32.2% está totalmente en desacuerdo, claro, nos parece una cifra baja. En el ítem 07 en la que se establece que, *“La difusión del quechua es una tarea de los especialistas y personas bilingües”*, los encuestados refieren en un 23.9% estar de por lo que esta ítem se contrapesa con el ítem 08, que señala, *“El inglés nos dará mayor posibilidad laboral y profesional que el quechua”*, y se genera una duda, en el cual el 40,6 % de los estudiantes manifiestan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

El ítem 10 establece que, *“El que hable quechua desaprobó muchos cursos en la universidad porque no hay textos en ese idioma”*, no tiene el respaldo de los encuestados, pues el 25.6 % de los estudiantes encuestados manifiestan estar en desacuerdo. En el ítem 11, *“Me gustaría que en mi institución educativa enseñarán en quechua dentro del currículo”*, el 37.8 % de los estudiantes manifiesta estar de acuerdo.

El ítem 15 afirma, *“Estoy muy agradecido a los españoles por qué nos sacaron del atraso en el que nos encontrábamos con el idioma”*, un contundente 37.2 % están totalmente en desacuerdo como el 38,9 % ante la premisa formulada en el ítem 16 que señala, *“Yo no hablaría el quechua porque es un idioma muerto que no se utiliza en la ciudad”*, es que frecuentemente no hay los espacios para su empleo, así como señala Huañec (2003) *“Los programas radiales de capital de departamentos y provincias nunca tienen en cuenta la lengua nativa de los comuneros en las programaciones de las horas del día”* y añade *“Algunas emisoras, para rellenar sus horas de trabajo, transmiten en la lengua nativa por la madrugada, sólo una hora desde las 4.00 a 5.00 de la mañana, hora en la que los niños están en descanso”*, por eso no hay una renovación de la continuidad generacional del idioma y no se asocia a una vida *“moderna”*.

En el ítem 17 se establece, *“Me alegraría que los pobladores andinos dejaran de hablar el quechua porque sufren discriminación”*, al respecto, el 32.8 % de estudiantes de los encuestados manifiesta estar totalmente en desacuerdo, una cifra también baja a la esperada. Molina (2012) respecto al quechua nos dice que no fue descartado de plano en la invasión española, sino que fue usada para *“lograr comunicarse e imponer su control sobre la población indígena”*.

Un 27.2 % está de acuerdo con el ítem 21 que señala, *“Me disgusta oír, que hablen despectivamente del quechua”*. En el ítem 22, *“Los medios de comunicación deberían transmitir en quechua por ejemplo los noticieros”*, un 29.4% está de acuerdo, claro, nos parece un porcentaje bajo, pero importante, así es rescatable que Tv Perú, como parte de la política de inclusión ha decidido transmitir el primer noticiero aimara: *“Jiwasanaka”* (Nosotros), el mismo que es transmitido a las 5 a.m.

El ítem 23 nos dice, *“No hablaría el quechua por ningún motivo porque es sinónimo de atraso”*, donde el 40 % revela estar totalmente en desacuerdo. En el ítem 25 se asegura que *“Los niños que solo hablan español, son más inteligentes que los que hablan quechua”*, el 45,0 % de los estudiantes encuestados revela estar totalmente en desacuerdo.

CONCLUSIONES

- Los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú tienen una actitud positiva (53.9%), buscan su valoración pero lo consideran inapropiado en el ámbito académico.
- La actitud positiva en las mujeres (57.55%) es superior a la actitud positiva de los varones (38.16%), además la actitud negativa tiene mayor incidencia en los varones (19,08%) que en el de las mujeres (16.04%)
- La actitud neutral en las mujeres (26.42%) es más distante de la actitud negativa (16.04%) que en los varones (neutral: 21.2%; negativa: 11.08%)

BIBLIOGRAFÍA

- Casma, Julio César (2014). *Discriminados por hablar su idioma natal. El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2014/04/16/actualidad/13976_83862_926411.html
- González, Diana (2014). *Un estudio de actitudes hacia el quechua del este de Apurímac*. SIL International.
- Herzfeld, Anita (s/f). *¿El castellano, el quechua o el inglés? El porqué de la actitud de los estudiantes peruanos hacia estos idiomas*. University of Kansas, EE.UU.
- Huañec Patilla, Yolanda (2003). *Desconocimiento por parte de los medios de comunicación de la realidad lingüística y educativa del Perú rural*. XIV Congreso Internacional de ASELE.
- Molina, Talia (2012). *La interacción castellano-quechua: hacia una comprensión lingüística, ideológica y cultural del fenómeno de "imposición" del castellano del Perú*. (Tesis para obtener el grado de Master of Arts). Concordia University, Montreal, Quebec, Canadá
- Skrobot, Kristina (2014). *Las políticas lingüísticas y las actitudes hacia las lenguas indígenas en las escuelas de México*. (Tesis doctoral para optar al título de doctora en Filología Hispánica). Facultad de Filología, Universidad de Barcelona, España.
- Triandis, H. (1974). *Actitud y cambio de actitudes*. Barcelona: Toray S.A.
- UNCP (2012). *Instrumentos de investigación científica*. Editor Lourdes Ochoa Vásquez. Huancayo, Perú. Soluciones gráficas SAC
- Yarlequé, Luis; Javier, Leda; Monroe, Denise (2002). *Aprendizaje y educación*. Huancayo, Perú. Edit: PP.HH – UNCP

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Recuperación de memoria histórica e identidad de un pueblo a partir de la representación audiovisual

Hytcha guy mhuysqa: audiovisual representation of the muisca community from its own worldview

Miguel Ángel Castiblanco⁸¹

*Sebastián Olarte Fonseca***

RESUMEN: El cabildo indígena Muisca, ubicado en la zona limítrofe de Bosa y el municipio de Soacha, ha presentado dificultades comunicativas y territoriales, debido a la falta de atención del estado frente a las comunidades indígenas ubicadas en grandes ciudades como Bogotá y la tergiversación y mitificación de los medios de comunicación frente a su existencia. Por consiguiente, esta investigación se enmarca en el proyecto de investigación "Documental web: Recurso para la construcción de memoria histórica, una experiencia con la comunidad Muisca", desarrollado en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro Regional Soacha, dentro del semillero CCCDS (Centro de Comunicación para el Cambio y el Desarrollo Social de Soacha); el cual propuso la creación colectiva del documental web "Hyba Mhuysqa", como herramienta fundamental para el fortalecimiento de los procesos de comunicación, defensa del territorio y memoria histórica del cabildo indígena. Así pues, el siguiente artículo tiene como objetivo analizar las narrativas y la creación colectiva de las piezas audiovisuales producidas para el documental web como producto primordial en el fomento de la reconstrucción de procesos de memoria histórica en la comunidad y como piezas articuladoras que median entre las diversas tensiones que allí convergen. La investigación se enmarca en una metodología cualitativa, bajo los lineamientos de la I.A.P (Investigación Acción Participante). Así mismo, la comunidad encontró en la producción audiovisual, una alternativa para reunir a diferentes actores y sus narrativas en torno a un mismo tema, reconstruyendo a través del video parte de su historia ancestral, para luego resignificarla y adaptarla al contexto actual; y así, dejarla documentada para futuras generaciones, con el fin de preservar su cultura e identidad.

PALABRAS CLAVE: Comunicación Indígena, Documental Web, Memoria Histórica.

Abstract: The indigenous council Muisca is located at the border area of Bosa and the municipality of Soacha, People there have communicative and territorial difficulties, due to the lack of attention of the state with the indigenous people in large cities like Bogota, likewise, because of the misrepresentation and mythification of the media about its existence. Based on this statement, this research is part of the project "Web documentary: Resource for the construction of historical memory, an experience with the Muisca community", developed by the *Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro Regional Soacha*, under the CCCDS (Centro de Comunicaciones para el Cambio y el Desarrollo Social de Soacha), which proposed the collective creation of the documentary website "Hyba Mhuysqa", as a fundamental tool for the strengthening of the processes of communication, defense of the territory and historical memory of this indigenous council. Therefore, the following article aims to analyze the narratives and the collective creation of the audiovisual pieces produced for the documentary web, as a fundamental product in the process of the reconstruction of historical memory in the community and, as articulating pieces, that are meant to mediate the tension situations that converge there. This research is part of a qualitative methodology, under the guidelines of the P.A.R. (Participatory Action Research). Thereby, the members of the council found in the audiovisual production an alternative to reunite different voices and their narratives around the same theme, reconstructing through the video part of their ancestral history, to then resignify it and adapt it to the current context; and thus, leave it documented for future generations, in order to preserve its culture and identity.

Keywords: Web Documentary, Indigenous Audio-visual Production, Historical Memory.

⁸¹ * Castiblanco Miguel Ángel. Magíster en Docencia e Investigación -Comunicador Social-Periodista-Corporación Universitaria Minuto de Dios.mcastiblanco@uniminuto.edu

**Olarte Fonseca Sebastian. Comunicador Social - Periodista. Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO. Investigador. sebastian.olarte@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El cabildo Muisca de Bosa, reconocido por el Ministerio del Interior a través de la Dirección de Asuntos Étnicos mediante la resolución 4047 del 17 de septiembre de 1999, y ubicado en el barrio San Bernardino, es una comunidad indígena conformada por alrededor de 950 familias, que han tenido que sufrir los flagelos de la discriminación y la segregación. En primera instancia al haber sido desconocidos e invisibilizados por el estado colombiano, lo que ocasionó la pérdida de gran parte de su territorio ancestral, sus tradiciones, sus prácticas y dinámicas socioculturales; ahora, luego de su reestructuración como comunidad indígena, al quedar atrapada en una realidad llena de tensiones entre lo rural y lo urbano, lo moderno y lo tradicional, lo propio y lo ajeno; en un territorio que año tras año se ve afectado por la expansión urbana, la tergiversación de la información en los medios hegemónicos de comunicación, y la ejecución de proyectos de vivienda de interés social.

Durán (2004) afirma que:

Al identificar que en ellos está presente tal conexión con el territorio, no únicamente por las prácticas agrícolas, sino también por los títulos que se refieren a la existencia en el pasado de un resguardo indígena, el territorio en el cual habitan en la actualidad los comuneros de Bosa cambia de significado: de ser un territorio concebido sólo por su capacidad de explotación agrícola, ahora se asume como un espacio simbólico donde a lo largo de la historia habitaron (y habitan) los indígenas muisca. (p. 362)

Los proyectos de vivienda El Edén - El descanso (Decreto 521. Alcaldía Mayor de Bogotá, Bogotá, Colombia, 21 de diciembre de 2006) y Campo Verde (Documento técnico de soporte, Plan Parcial Campo Verde, localidad de Bosa, 2010), están diseñados para realizarse sobre el territorio Muisca. No obstante, en la planeación de dichos proyectos no fue reconocida la existencia del cabildo Muisca, lo que llevó a la comunidad a exigir el mecanismo de consulta previa (Constitución política artículo 63-72).

Por su parte, Castaño (2014) explica:

Con la expedición del decreto del Plan Parcial, varios de los integrantes de la comunidad muisca en cabeza de las autoridades tradicionales del Cabildo iniciaron las respectivas solicitudes y trámites ante instancias como el Ministerio del Interior y la Administración Distrital para que se respetaran varios derechos constitucionales que se estaban vulnerando con la expedición de este decreto. De este modo el Ministerio del Interior a través de la Dirección de Etnias y Consulta Previa dio vía libre para que antes de ejecutar cualquier acción que pudiese afectar el territorio muisca de Bosa, se desarrollara un proceso de concertación y consulta previa, libre e informada entre las partes involucradas. (p.33)

Así bien, estas problemáticas han puesto en riesgo su identidad ancestral y los han sometido nuevamente a un despojo de tierras del que ya han sido víctimas, obligando a la comunidad a transformar sus prácticas medicinales, de cultivo y sus dinámicas culturales; lo que vulnera sus derechos como comunidad indígena, su cosmogonía y relación con el territorio. Así mismo el pueblo expresa necesidades comunicativas específicas basadas en la resistencia y luchas que han vivido como individuos. A pesar de que cuentan con sus propios códigos de comunicación que comprenden su cultura, sus creencias y costumbres, necesitan hacer uso de las TIC, apropiándose de ellas y ajustándolas a su contexto, sin perder la esencia de la comunicación ancestral; para así fortalecer los procesos de comunicación interna y externa velando por sus intereses colectivos.

Por otra parte, desde la academia, se pueden apoyar procesos como la construcción de una memoria colectiva a través de productos audiovisuales y narrativas multimediales que permitan conocer el proceso de recuperación de identidad, política y cultural que se adelantan en el cabildo Muisca de Bosa, haciendo uso del concepto de "Tercer cine", definido por Solanas y Getino (1969) como:

La lucha antiimperialista de los pueblos del Tercer Mundo, y de sus equivalentes en el seno de las metrópolis, constituye hoy por hoy el eje de la revolución mundial. Tercer Cine es para nosotros aquel que reconoce en esa lucha la más gigantesca manifestación cultural, científica y artística de nuestro tiempo, la gran posibilidad de construir desde cada pueblo una personalidad liberada: la descolonización de la cultura. (p.7).

Esta concepción de un cine diferente que se aleja de las producciones de *Hollywood* (Primer Cine) e incluso del Cine de Autor (Segundo Cine), es utilizada como herramienta principal dentro de la producción audiovisual en la

comunidad, para denunciar y resistir frente a un entorno urbano, que es comprendido como un espacio en el que tiene más valor lo material y el consumismo desenfrenado; lo que va en contra de sus principios y valores como pueblo indígena que está conectado con la tierra y la naturaleza y además ha establecido relaciones con su territorio que trascienden el plano material.

En 2005, Beltrán destaca la estrecha relación entre comunicación y cultura. Plantea la democratización de los medios, en donde la audiencia y los medios son partícipes en la construcción de contenidos, promoviendo la comunicación como un ejercicio de liberación y poder ciudadano. (p.21)

Del mismo modo, el uso de producciones audiovisuales para la reconstrucción de memoria histórica en Colombia, como en el resto del mundo, es un proceso que está ligado a guerras y conflictos; la versión contada desde la visión de las víctimas, voces que han sido silenciadas y dejadas en el olvido. En el caso de los indígenas, el tema no difiere en absoluto, debido a que estos pueblos han tenido que luchar en contra de las injusticias y violencias, producto de las expansiones de la ciudad, la industrialización y la expropiación del territorio; sumado a la tergiversación y sesgo de los medios masivos de comunicación que obedecen a intereses económicos y hegemónicos que en nada benefician a estos pueblos ancestrales.

Por esta razón, los procesos comunicativos deben enmarcarse en estas dos vertientes; lo tradicional y lo mediático. La primera, para mostrar costumbres propias y prácticas culturales que los legitiman como Muisca dentro del territorio, y la segunda, para dar a conocer al distrito y a la nación, las problemáticas que han tenido que afrontar como población a la que se le vulneran sus derechos.

Durán (2004) explica claramente la organización de la comunidad en cuanto a los procesos de recuperación que se adelantan:

En el Cabildo Muisca de Bosa también existen subgrupos dedicados a actividades específicas, según sus intereses o su condición: el Consejo de mayores, que reúne a los ancianos de la comunidad y constituye la máxima autoridad para ser consultada en la toma de decisiones y en la recuperación de la historia oral; el Consejo de mujeres, que reúne a las mujeres en torno a actividades como el tejido artesanal y la preparación de recetas típicas, y el Consejo de jóvenes, que trabaja en la investigación y recreación cultural. Los consejos realizan distintos tipos de actividades en lo concerniente a la recuperación cultural, de manera que en la comunidad se ha organizado un grupo de danzas rituales y música, un grupo de historia oral, un grupo de agricultura, un grupo de comidas típicas, un grupo de medicina tradicional y un grupo de artesanías. (p. 356)

Sin embargo, la carencia de un equipo comunicativo fuerte y autónomo, ha disociado estos procesos que persiguen un mismo objetivo, generando que sean agentes externos los que vengán a narrar pequeños fragmentos de la realidad, desconociendo la importancia de consolidar los diferentes proyectos en un producto sólido que permita visibilizar los esfuerzos de la comunidad por resistir ante unas dinámicas que pretenden despojarlos nuevamente de sus raíces; así como, las luchas por defender su territorio, su identidad y su cosmogonía.

En una revisión teórica, más profunda en el ámbito nacional y local, se evidenció que es muy poco lo que se tiene documentado frente a procesos de comunicación indígena y realizaciones audiovisuales con estos pueblos, pues para muchas de estas comunidades la palabra escrita está muerta y tiene poco sentido, mientras que al ser narrada y estar presente en el espacio oral, la palabra vive y se transmite de persona a persona, e incluso hacia seres espirituales y deidades. No obstante, esta falta de documentación, hace que estos productos tengan poco reconocimiento en otros espacios diferentes al entorno en el que se realizan.

En ese orden de ideas, es necesario comprender que Colombia es un país con gran diversidad cultural y pluriétnica, dentro de esta multiculturalidad, se encuentran los pueblos indígenas que sufren a diario la tergiversación de los grandes medios de comunicación y la poca atención de los no indígenas. Sin embargo es necesario resaltar que en Colombia se han organizado y fortalecido movimientos indígenas de comunicación y cine que resaltan el arraigo ancestral, cultural y político de las comunidades ancestrales.

TEJIENDO CONCEPTOS

La investigación que sustenta este proyecto, está cimentada en la revisión teórica de los siguientes ejes temáticos: **memoria histórica**, **comunicación indígena** y **cine comunitario**; vistas desde diferentes perspectivas y posturas epistemológicas. Cada uno de estos fundamentos teóricos permite analizar el desarrollo conceptual y la relación de cada

una de estas categorías con las necesidades comunicativas propias y la producción de piezas audiovisuales en la población Muisca de Bosa.

La memoria como recurso de resistencia y lucha por los intereses colectivos

De acuerdo con investigaciones arqueológicas, (Botiva, 1989) durante el siglo VII d.C. Los Muisca ocuparon el altiplano cundiboyacense asentados en las zonas fértiles, alejadas de inundaciones en los valles fríos. Para los siglos XI y XII la población tuvo un aumento considerable en conjunto con una organización política y económica propia. Con la llegada de los españoles, las comunidades indígenas han sido sometidas cultural, económica y políticamente. Lo que ha suscitado la pérdida de identidad, costumbres y cultura, llevándolos adoptar cosmovisiones y prácticas ajenas.

La reconstrucción de la memoria histórica indígena ha servido como herramienta para que pueblos autóctonos puedan resignificar la historia oficial, a través de los recuerdos, tomando como referencia las experiencias vividas en el pasado, transmitidas por sus antepasados a través de relatos orales, y transformar así un presente que les permita reconstruir su identidad y cimentar bases sólidas que los alejen del olvido impuesto.

Elizabeth Jelin (2001), define que:

La memoria tiene entonces un papel altamente significativo, como mecanismo cultural para fortalecer el sentido de pertenencia a grupos o comunidades. A menudo, especialmente en el caso de grupos oprimidos, silenciados y discriminados, la referencia a un pasado común permite construir sentimientos de autovaloración y mayor confianza en uno/a mismo/a y en el grupo. (p. 9-10).

El cabildo Muisca de Bosa, trabaja hace más de veinte años en la reorganización política, identitaria, cultural y territorial de su pueblo, debido al abandono estatal y la mitificación a la que han sido expuestos como comunidad por parte de los medios masivos de comunicación y las dinámicas urbanas, que los desaparecieron virtualmente por un periodo de alrededor de 150 años, luego de la disolución del resguardo indígena entre 1850 y 1899 bajo los estatutos de la ley 89 de 1890 que promulgaba "Por la cual se determina la manera como deben ser gobernados los salvajes que vayan reduciéndose a la vida civilizada." (Congreso de la República 1890). Actualmente la comunidad se ha enfocado en la construcción de una memoria colectiva que permita dejar un legado a los más jóvenes para la preservación de su cultura.

Castaño (2014), expone las formas de reconocimiento de los comuneros como parte de la población muisca en la localidad:

Hoy en día los muisca de Bosa desarrollan su proceso como muisca contemporáneos, adaptando ciertas acciones propias a las dinámicas y al contexto de la cultura mayoritaria, sin perder de vista su origen y proceso histórico.[...] Dentro de los rasgos identitarios que hoy identifican a los muisca se destaca: tener alguno de los apellidos como Neuta, Tunjo, Fitata, Chiguasuque, entre otros, habitar o poseer alguna porción de tierra dentro de los límites territoriales de la comunidad muisca de Bosa, tener un vínculo familiar con alguno de los indígenas que por descendencia hacen parte de la comunidad, entre otros. (p. 21).

La recuperación de la memoria histórica articulada con la producción de piezas audiovisuales fortalece el discurso de los procesos de reconstrucción identitaria, contribuye y visibiliza las dinámicas socioculturales, sociopolíticas y coyunturales del pueblo Muisca en Bosa.

Encuentros y desencuentros de la comunicación indígena y occidental en el territorio

La comunicación de los pueblos indígenas, también conocida como comunicación tradicional, está comprendida por códigos propios que difieren para cada comunidad y que se relacionan directamente con sus prácticas y dinámicas socioculturales; además de la forma de percibir la realidad desde su cosmovisión y de su cosmogonía.

Para Agurto J. y Mescco J. (2012) la comunicación indígena:

Se trata de una comunicación que expresa la visión, demandas y propuestas de los pueblos indígenas, cuyo protagonismo social y político se ha incrementado en los últimos veinte años. Hablamos de una comunicación que responde a situaciones de exclusión, discriminación y hasta exterminio del sujeto histórico "pueblo indígena" que lucha por sobrevivir y conservar sus identidades en un mundo dominado por la globalización. (p.1)

Sin embargo esta definición, se queda corta pues solo habla de la comunicación apropiada, es decir de los códigos occidentales puestos a disposición de las comunidades indígenas, para dar a conocer las problemáticas que los afectan; pero, no se habla de los códigos propios y de las formas internas en las que se evidencian procesos comunicativos en los diferentes pueblos indígenas, que comprenden la comunicación en un plano mucho más extenso que trasciende los medios.

Así pues, la comunicación occidental está basada en teorías surgidas en el antiguo continente, en contraste, la comunicación indígena, surgió mucho antes que las escuelas de comunicación. Sin embargo, tiene fundamento teórico en bases epistemológicas surgidas en Latinoamérica. Beltrán (2008) expresa:

La comunicación, como hecho humano y social, desarrollado antes y al margen de las tecnologías que multiplican su alcance o favorecen su conservación a diferencia de la visión europea que basa sus esfuerzos y estudios a los medios de comunicación y a las diferentes tecnologías. Además Beltrán, continúa señalando el desarrollo de las civilizaciones, incluyendo a las precolombinas, en la construcción de mensajes y la transmisión de estos. Dentro de esto destacó cinco formas; la comunicación oral, la gesto-espacial-sonora, la escrita, la iconográfica y la espacio-monumental. (p. 290)

A su vez, representantes de los pueblos indígenas en el marco de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información CMSI se pronunciaron:

La comunicación es una práctica social cotidiana y milenaria de los pueblos indígenas que es fundamental para la convivencia armónica entre los seres humanos y la naturaleza. Para los pueblos indígenas la comunicación es integral pues parte de una cosmovisión en la cual todos los elementos de la vida y la naturaleza se hallan permanentemente relacionados e influidos entre sí. Por esta razón la comunicación tiene como fundamento una ética y una espiritualidad en el que los contenidos, los sentimientos y los valores son esenciales en la comunicación. (2003)

Así mismo, para las comunidades indígenas, la comunicación occidental representa una visión muy superficial de la realidad, mediada por tecnologías que logran seducir al receptor y hacerlo olvidar de aspectos importantes que también intervienen en la comunicación. Los pueblos indígenas manejan códigos propios de comunicación que si bien son similares para la mayoría de comunidades, cada una presenta particularidades mediadas por el territorio en que se encuentran, por la cosmovisión de su pueblo, sus prácticas socioculturales, su cosmogonía y su ley de origen. Según el CRIHU (Consejo Regional Indígena del Huila) que define la ley de origen como:

Ciencia tradicional de la sabiduría y del conocimiento ancestral indígena para el manejo de todo lo material y lo espiritual. Su cumplimiento garantiza el equilibrio y la armonía de la naturaleza, el orden y la permanencia de la vida, del universo y de nosotros mismos como Pueblos Indígenas. (2013)

De lo anterior, cabe resaltar que las producciones audiovisuales del proyecto, deben estar enmarcadas transversalmente por la comunicación tradicional del pueblo Muisca, lo que proporciona una narrativa propia que permita visibilizar sus prácticas y denuncias desde su cosmovisión, para tal caso, es necesario hacer una amalgama entre estas dos vertientes de la comunicación (comunicación indígena y comunicación occidental) para que desde esta articulación sirvan como eje central de mediación entre las tensiones que se presentan en el territorio.

Así pues, el permitir que tanto la comunicación propia de este pueblo indígena, enmarcada dentro de sus dinámicas y prácticas socioculturales, y además, concebida desde su cosmovisión y cosmogonía; y, la comunicación occidental o comunicación apropiada, tomada por la comunidad para ponerla al servicio de sus necesidades específicas y así fortalecer procesos comunicativos internos y externos; se encuentren en este punto, logran mitigar las tensiones que disocian lo rural de lo urbano, lo tradicional de lo moderno, lo propio de lo ajeno, a través del reconocimiento de diferentes posturas en un territorio donde estas realidades convergen y conviven diariamente.

EL CINE DEL PUEBLO PARA EL PUEBLO

En América Latina los estudios realizados sobre cine se remontan a 1896 con la llegada de los equipos de rodaje y proyección de los hermanos Lumiere. A mediados del siglo XX el incremento de producciones del séptimo arte empezó a cobrar fuerza en países como: Argentina, Brasil y México. En 1930 América Latina despierta un gran interés en cineastas extranjeros, debido a sus exuberantes paisajes, temáticas exóticas y lindas mujeres. (Villaça, 2016).

Diferentes movimientos latinoamericanos como Cinema Novo en Brasil o el Grupo Cine Liberación en Argentina se empiezan a vincular a la idea de un “tercer cine” totalmente distinto al de Hollywood y Europa. Para Fernando Solanas y Octavio Getino (1969) el término “tercer cine” es una herramienta de denuncia y resistencia frente al entorno urbano. Esto con el fin de narrar desde una perspectiva más cercana y vivencial, los difíciles momentos políticos y coyunturales por los que atravesaban los diferentes países en América Latina. (p. 21-22)

El tercer cine fue una propuesta en la que la cultura dominante fue confrontada por una verdadera cultura nacional que intentaba ser rescatada. La descolonización cultural representaría en primera parte los valores impuestos por el imperialismo, mientras que la segunda fase se enfoca en la política y la milicia, ligados fraternalmente a los movimientos de liberación en Latinoamérica. Inspirados en dos tipos de proyección cinematográfica: La concepción burguesa - imperialista y la dirigida a el desarrollo de habilidades creadoras del individuo.

El cine comunitario es una expresión de la comunicación, el arte y la política. Según el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía CNAC. (2013). Es “una muestra del pueblo para el pueblo” con una necesidad de comunicar sin intermediarios ni con una narrativa predeterminada y hacerlo con un lenguaje propio, que cumple con una función principal ante la sociedad; representar a colectivos marginados, con poca representación o ignorados. Su eje principal es el derecho a la comunicación y supera los límites de la libertad de expresión manejados por los medios masivos que protegen los intereses del Estado que regulan su actividad por encima de los del pueblo. Gumucio (2014) afirma que: “Paulatinamente, ha crecido la conciencia de las comunidades sobre la importancia de preservar la memoria audiovisual, precisamente, como cimiento de la identidad”. (p.49)

La lucha constante por la reivindicación social y política, por una participación activa de los pueblos indígenas en los ámbitos públicos nace de la necesidad de hacerse presente en espacios nacionales por medio del cine comunitario.

García (2014), resume su realización audiovisual como productor indígena:

Cada trabajo que realizó representa un reto para mí; busco ofrecer una fuente de información y al mismo tiempo una propuesta estética, amena y entretenida para provocar la reflexión y el debate sobre la importancia de revalorar los saberes propios de los pueblos indígenas: nuestra historia, nuestra relación con la naturaleza, nuestra lengua, nuestra vida comunal. (citado por Gumucio, 2014, p. 49)

El cine indígena en sus diferentes convenciones requiere un cauteloso abordaje libre de críticas de perfección artística o calidad narrativa regida comúnmente por la crítica cinematográfica. Son obras que empiezan a inclinarse en tradiciones audiovisuales y que como en el caso de Colombia no llevan más de una década de creación y en la que se sigue buscando un lenguaje propio que responda a circunstancias de juicios y valores nacionales e internacionales que las industrias culturales han impuesto a la producción audiovisual.

Por consiguiente De Miranda (2014) afirma que:

En esa medida, tal vez también sea importante mirar hacia adentro, al escenario de pueblos y comunidades originarias que necesitan romper su histórica marginación y ocultamiento, y que encuentran en el cine la herramienta adecuada para mostrar su existencia y recordarle a la historia del país que les ocupa, que allí también el nuevo cine va despertando, se va gestando, ligado íntimamente a la defensa de sus derechos individuales y colectivos, a su lengua y su entorno, a la tierra y el agua, a una vida digna en donde brille el nuniiki ka'íkai, el lenguaje del Sol. (p.517)

En tal caso, el cine comunitario se convierte en la herramienta principal para la reconstrucción de memoria histórica, un cine realizado por y para la comunidad Muisca, donde los autores, en este caso, la comunidad indígena construyen los relatos, a través de talleres pedagógicos de formación proporcionados por el grupo investigador.

METODOLOGÍA

Al analizar las características de la investigación, por ser de corte social y estar fundamentada en aspectos participativos y comunicativos, el proyecto está enmarcado en un paradigma cualitativo, Sampieri et al. (2003) argumentan que:

En la aproximación cualitativa hay una variedad de concepciones o marcos interpretación, que guardan un común denominador: todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender

situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto. (p.9)

A la vez, siguiendo los lineamientos de la I.A.P. Investigación Acción Participante, con la propuesta de analizar la producción audiovisual en la comunidad indígena Muisca de Bosa, nace del proyecto de investigación Documental Web *Hyba Mhuysqa*, debido a la necesidad expresada por la comunidad de una formación en procesos comunicativos, donde la población no fue objeto de estudio sino sujeto activo y participante que construyó, deconstruyó y reconstruyó cada una de las fases del proyecto estipulado.

Para tal efecto, se diseñaron cuatro fases que se atañen al modelo propuesto por Carr y Kemis (1986) autores que definen este concepto como “una espiral sucesiva de ciclos constituido por varios pasos o momentos”. Para el proyecto, en cada una de las fases se llevaron a cabo los momentos de planificación, acción, observación y reflexión, con el fin de reevaluar desde la concepción de la comunidad el rumbo de la investigación y del proceso.

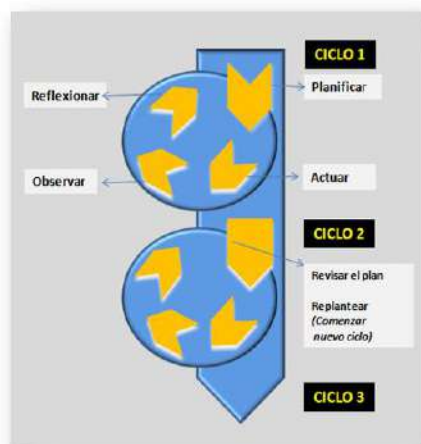


Figura 1. Espiral de ciclos propuesta por Carr y Kemis, aplicado al proyecto de investigación.



Figura 1.1. Fases del proyecto de investigación modelo adaptadas del modelo de Carr y Kemis.

La importancia de la I.A.P según Park (1989) es:

Produce conocimiento popular en el sentido de que crea nuevas maneras de actuar para sus participantes. Pero este proceso no consiste en adquirir conocimiento generado externamente y “know-how” mediante la transmisión y el entrenamiento, sino más bien por medio de la recuperación de las habilidades prácticas de la gente, de los sentimientos comunales, de las tradiciones antiguas, y de la sabiduría colectiva (...) La IAP es un medio para que la gente recupere su capacidad de pensar por sí misma y de innovar, así como también para recordar su historia y revivir su cultura para la recreación de una vida auténtica. (p. 16).

Por otro lado, el enfoque es exploratorio, debido a que el tema ha sido poco abordado. Si bien, en Colombia, la comunicación indígena se ha trabajado como categoría fuerte desde el reconocimiento de los pueblos ancestrales en la constitución del 91, sigue siendo una temática en la que se debe hacer mayor eco y se debe aumentar la documentación y sistematización de experiencias; para que las personas no indígenas, que desconocen las luchas y resistencias de estos pueblos por restituir sus derechos civiles ante la sociedad colombiana, sean conscientes de estos procesos y por ende respeten sus prácticas socioculturales. De acuerdo con Fals Borda y Rodríguez Brandao (1987) “una de las características propias de este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento” (p.18).

Cabe señalar que la investigación está dividida en cuatro grandes fases: (1) Inmersión y diagnóstico, la cual sirvió para comprender la cosmovisión de la comunidad muisca y sus particularidades al ser “indígenas de ciudad”, además, se lograron identificar y delimitar las problemáticas principales que aquejan a esta comunidad.



Figura 2. Fase 1 inmersión y diagnóstico, socialización del proyecto con los jóvenes de la comunidad en el cabildo. (2) diseño y preproducción, en esta etapa, se ejecutaron los talleres de elaboración de piezas comunicativas; además, se identificaron procesos de memoria, y trabajos de territorio y medio ambiente desarrollados en el cabildo durante los últimos años; lo que logró segmentar las temáticas y formatos a tratar en el documental web.



Figura 3. Fase 2 diseño y preproducción, segmentación de temáticas y mapa de actores. (3) Producción de piezas; con respecto a esta fase, se llevaron a cabo diferentes salidas de campo para la realización de videos, fotografías y entrevistas las cuales conforman el Documental Web: Hyba Mhuysqa; igualmente, esto coadyuvó a reforzar la importancia del audiovisual en la documentación y visibilización de dinámicas, prácticas y denuncias de suma importancia para los muiscas.



Figura 4. Fase 3 producción, entrevistas sobre la importancia del territorio ancestral y medio ambiente de Canoas. La cuarta y última fase, (4) Postproducción, ensamblaje y difusión; marcó el rumbo que tomaría el documental web, pues aquí se hicieron modificaciones pertinentes que se ajustaban a las narrativas que se querían expresar en esta pieza comunicativa. Para tal efecto, los jóvenes pertenecientes a la mesa de comunicaciones, grupo enfocado en generar piezas y mensajes que ayuden a consolidar los procesos de resistencia y de reconstrucción en el cabildo; junto al grupo investigador, se trasladaron a las instalaciones de la Corporación Universitaria Minuto de Dios CRS, para editar los productos comunicativos, grabar los programas radiales y ensamblar el documental en el software especializado, gracias a que en este espacio se cuenta con las herramientas y programas necesarios para lograr este objetivo.



Figura 5. Fase 4 postproducción, ensamblaje y difusión. Edición de las piezas audiovisuales y radiofónicas del documental en Uniminuto Soacha.

Resultados

El grupo investigador realizó una inmersión inicial en el campo, que permitió caracterizar las prácticas y dinámicas propias de la comunidad muisca. Estos procesos que se adelantan allí están relacionados con la reconstrucción de memoria histórica, recuperación de la identidad muisca, restitución de sus derechos colectivos sobre el territorio y la defensa medioambiental de un espacio que poco a poco ha sido invadido por las urbanizaciones. Todos estos procesos, inicialmente estaban desvinculados entre sí, por tal razón, fue necesario establecer un grupo, denominado “mesa de comunicaciones” que a través de la comunicación y el ejercicio de cubrimiento periodístico, ayudará a consolidar y a visibilizar los diversos proyectos que benefician no sólo a las familias descendientes de este pueblo ancestral, sino también a las comunidades campesinas, y no indígenas que habitan el sector.

Durante la segunda fase, de diseño y preproducción, se efectuaron encuentros y acercamientos más profundos con la comunidad, donde se llevó a cabo una metodología participativa denominada “Cartografía social”, definida por Carballada (2012) como

Una nueva oportunidad de aplicación de formas de conocimiento y posibilidades de intervención social a nivel local. Reconocen desde su práctica una nueva forma de viajar a territorios inexplorados o poco conocidos, llegar ahí donde las significaciones cambian de forma o se tornan inestables, casi como un medio de transporte que nos lleva a los complejos laberintos de los discursos, las representaciones, las historias relatadas y no contadas. (p.5)

Esta construcción colectiva de un mapa que situara a los actores involucrados, los lugares representativos y las temáticas y problemáticas en torno al territorio, permitió reconocer las relaciones que se dan en el sector, entre agentes internos y externos, las instituciones y los pobladores. Esta metodología ayudó también a estructurar los ejes temáticos en los cuales está basado el documental web, determinando cuáles son los puntos fuertes que debían desarrollarse a profundidad para generar los contenidos y productos comunicativos.

A partir de la tercera fase, de producción, la asistencia de los co-investigadores del cabildo disminuyó. A esto se le atribuyen dos posibilidades. La primera, debido a que la comunidad determinó que el tema comunicacional debía ser asumido por los más jóvenes por su cercanía y directa relación con las TIC. Tal como lo expresa Jeison Neuta, integrante de la mesa de comunicaciones del cabildo “Se nos delegó esta función, primero porque, según los mayores, nosotros tenemos más conocimiento de los dispositivos electrónicos; y segundo, porque así se espera que las nuevas generaciones se empoderen de su historia y de sus raíces”. (J. Neuta, comunicación personal, 23 de septiembre de 2017).

Como segunda posibilidad, se plantea la participación de los jóvenes en diferentes escenarios, tal como el grupo de música Ata Guaia, el grupo de danza Abos Fo y el Concejo de jóvenes; lo que limita la participación activa y la continuidad de los integrantes de este grupo comunicacional. Sin embargo, en esta fase, las salidas de campo y las visitas a escenarios específicos vinculados a los temas del documental web, fueron parte fundamental en la construcción del relato, sobre todo al reconocer las piezas audiovisuales, como formato primordial para visibilizar la relación de estos espacios con sus prácticas y dinámicas.

Durante la cuarta y última fase de postproducción, ensamblaje y difusión, fue absolutamente necesario que la mesa de comunicación determinará los contenidos que harían parte del producto final, y el orden de las piezas. Todo esto, con la finalidad de refrendar el objetivo principal, pues al ser la comunidad quien da sentido y coherencia a las piezas, desde una narrativa propia, las historias contadas en el producto final, están establecidas enteramente desde sus intereses y perspectivas.

En la actualidad la conformación de una mesa de comunicaciones en el cabildo, ha favorecido la percepción y visibilización de los productos audiovisuales que dan cuenta de las dinámicas culturales y coyunturales que afrontan. Un gran avance ha sido la consolidación de los medios sociales, que antes se encontraban desorganizados, y su correcto uso para la difusión de contenidos, lo que ha demostrado un mayor alcance del público indígena y no indígena hacia los productos comunicativos emitidos por los integrantes de este grupo encargado enteramente del área comunicacional.

Conclusiones

El proyecto “El documental web *Hyba Mhuysqa*”, evidenció que es posible fomentar procesos de reconstrucción de memoria histórica a partir de piezas audiovisuales, pues este formato permite reunir los relatos de diversos actores y desde diferentes posturas, para así reconciliar el pasado con el presente en pro de un futuro diferente. Para tal caso fue necesario comprender tanto el contexto en el que se desarrollaron los sucesos en el pasado, como el contexto actual, y así lograr establecer narrativas que representan el ser muisca hoy, y los desafíos que esto conlleva en un territorio que se ha modificado hacia lo urbano.

Desde otro punto de vista, es vital reconocer las diferentes interpretaciones de un mismo suceso, debido a que es allí donde convergen distintas realidades y sentidos que permiten una visión más amplia y menos sesgada. Así mismo, la memoria colectiva, se muestra como una opción pertinente al momento de este proceso, pues permite establecer discursos que legitimen la soberanía de la comunidad frente al territorio que ocupan, reconectarse con sus raíces y su tradición; dejando de lado acontecimientos que los revictimicen y no aporten positivamente a la construcción de una realidad más justa e incluyente.

Por otra parte, el proyecto también evidenció un fortalecimiento en la identidad, cultura y memoria histórica de la población juvenil, debido a que durante la realización de las piezas audiovisuales, ellos fueron más conscientes de su legado. Todo esto conlleva a que surgiera la idea de crear una productora audiovisual indígena al servicio del cabildo y otras comunidades, dando continuidad al proceso.

Así mismo, los contenidos audiovisuales contruidos desde su cosmovisión reafirmaron la necesidad de las comunidades indígenas por generar productos comunicativos propios que hagan contra a la información hegemónica que circula a diario a través de los medios y que en muy pocas ocasiones muestra la riqueza multicultural de Colombia. Como dice Mora “Se está gestando una política pública para democratizar la comunicación y los medios en el país,(...) la idea es crear una plataforma tipo Netflix para difundir contenidos indígenas” (P. Mora, comunicación personal, 08 de abril de 2017)

Cabe concluir que el documental web en efecto es una metodología participativa que además de acercarse a la realidad desde diferentes puntos de vista, permite la visibilización de distintos procesos de resistencia, problemáticas y prácticas culturales, lo que promueve el empoderamiento y autonomía comunicativa de los pueblos indígenas reduciendo la brecha que existe entre estas comunidades ancestrales y el uso de las TIC y los medios de comunicación.

Bibliografía

- Agurto J. y Mescco J. (2012) *La comunicación indígena como dinamizadora de la comunicación para el cambio social*. ALAIIC
- Beltrán L. R., (1979) *Adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal"*. IAMCR Asociación Internacional para Investigación en Comunicación de Masas
- Beltrán L.R., (Julio de 2005) *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. III Congreso Panamericano de la Comunicación. Congreso llevado a cabo en Buenos Aires, Argentina.
- Beltrán, L. R., Herrera, K., Pinto, E. y Torrico, E. (2008) *La Comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes* La Paz, Bolivia. CIBEC
- Botiva, A. (1989). La Altiplanicie Cundiboyacense. *Colombia Prehispánica Regiones Arqueológicas*. Colombia, Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Carballeda, A. et al. (2012) *CARTOGRAFÍA SOCIAL. Investigación e intervención desde las ciencias sociales, métodos y experiencias de aplicación*. Buenos Aires, Argentina. Universidad Nacional de La Patagonia. Imprenta Digital.
- Carr W., Kemmis, S. (1986). Teoría Crítica de la Enseñanza. La investigación acción en la formación del profesorado. España. Martínez Roca Libros Universitarios y Profesionales.
- Centro Nacional Autónomo de Cinematografía CNAC. (30 de agosto de 2013). Cine Comunitario: Una muestra del pueblo para el pueblo. [Entrada en un blog]. Recuperado de: <https://www.cnac.gov.ve/?p=3668>
- CRIHU, (2013) *La Ley Origen de los pueblos indígenas*. Huila, Colombia. Recuperado de: <http://www.crihu.org/2012/09/la-ley-origen.html>
- Castaño, D. (2014) LA CONSULTA PREVIA COMO MECANISMO DE DEFENSA DE LOS DERECHOS COLECTIVOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS. ESTUDIO DE CASO: CABILDO MUISCA DE BOSA (2008-2012) (Tesis de pregrado). Facultad de Ciencia política y gobierno Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Bogotá.
- Daupará. (30 de enero de 2009). RESEMBRAR EN COLOMBIA DE CLACPI – COORDINADORA LATINOAMERICANA DE CINE Y COMUNICACIÓN DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS [Entrada en un blog]. Recuperado de <https://daupara.wordpress.com/2009/09/30/resembrar-en-colombia-de-clacpi-%E2%80%93-coordinadora-latinoamericana-de-cine-y-comunicacion-de-los-pueblos-indigenas/>
- DECRETO 521 DE 2006, Diciembre 21, Plan Parcial "Edén - El Descanso" ubicado en la localidad de Bosa. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22479>
- Durán, C. (2004). Ser Muisca hoy. La identidad Muisca como proyecto colectivo de organización política y cultural de la localidad de Bosa. Gómez, A. (2005). Muiscas: Representaciones, Cartografías y Etnopolíticas de la memoria. (p. 362). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Fals Borda y Rodríguez Brandao C. (1987) Investigación Participativa. Montevideo: La Banda Oriental.
- Fiduciaria de Occidente S.A. (2010) Plan Parcial Campo Verde, Localidad de Bosa, Documento técnico de soporte. Bogotá, Colombia. Recuperado de: http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/OrdenamientoTerritorial/PlanesParciales/PlanesParcialesDesarrollo/PPD_Campoverde/DTS_campoverde_oct_2010.pdf
- Gifreu, A. (2011). El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente. Universitat Pompeu Fabra.
- Gumucio A. (2014) (2014) *El Cine Comunitario en América Latina y el Caribe*. Bogotá, Colombia. Friedrich-Ebert-Stiftung FES. Recuperado de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/10917.pdf>
- Hernández Sampieri, R. et Al (2003) Metodología de la investigación. 6ta Edición. México D.F. Interamericana Editores S.A.
- Jelin, E (2001). Los trabajos de la memoria. Recuperado de <http://www.centroprodh.org.mx/impunidadayeryhoy/DiplomadoJT2015/Mod2/Los%20trabajos%20de%20la%20memoria%20Elizabeth%20Jelin.pdf>
- Langebaek, C. E. (1961), Biblioteca Virtual. Biblioteca Luis Ángel Arango. Recuperado de <http://www.banrepultural.org/node/32939>.
- Ley N° 89. Congreso de Colombia, Colombia, 25 de noviembre de 1890.
- Mora, P. (2015) *Poéticas de la resistencia: El video indígena en Colombia*. Bogotá, Colombia. IDARTES.
- Park, P. (1989) ¿Qué es la investigación-acción participativa? Perspectivas teóricas y metodológicas. Anierst, Universidad de Massachusetts. Traducción de María Cristina Salazar, Universidad Nacional de Colombia, 1990.
- Representantes Pueblos Indígenas. (10 de Diciembre de 2003). 1° Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI). Cumbre llevada a cabo en Ginebra, Suiza.
- Sánchez, Y. Cantero, G. (2008) *MBA del Siglo XXI: todo lo que podrías aprender en una escuela de negocios ¡si tuvieras el tiempo necesario!* Barcelona España. MARTINEZ ROCA.

- Solanas, F. y Getino, O. (1969) "*Hacia un tercer cine*", Revista *Tricontinental*, n° 13, La Habana, Cuba.
- OSPAAAL.Velásquez & Castellanos. (2005). Cabildo muisca de Bosa "patrimonio vivo" Memorias investigación Cabildo indígena muisca de Bosa "patrimonio vivo." Fundación cultural Chiminigagua.
- Villaça, M. (2016). Cine Latinoamericano. Memorial Espaço Público de Cultura. Recuperado de: <http://www.memorial.org.br/cine-latinoamericano/>
- Zambrano, M. (s.f.). Memoria y olvido en la presencia y ausencia de indígenas en Santa Fe y Bogotá. 58.



Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Revista TPM e as representações da identidade feminina

Magazine TPM and the representations of the feminine identity

Samanta Petersen da Rocha Lima⁸²

Gustavo Fortes Said²

Resumo: Na atualidade, sabe-se que as identidades são múltiplas, construídas através de relações de subjetividade entre o indivíduo e o outro e entre o sujeito e as instâncias de poder, como a mídia. Neste sentido, a identidade feminina tem se fragmentado a cada dia. Todavia, as revistas femininas, em sua maioria, continuam a categorizá-las em padrões e estereótipos. Indo contra essa tendência, a revista Trip Para Mulher (TPM) propõe apresentar as várias identidades da mulher brasileira. Logo, o artigo pretende analisar de que modos as revistas femininas brasileiras produziram perfis identitários sobre o feminino e se a revista TPM conseguiu, de fato, retratar em suas capas a diversidade da identidade da mulher no Brasil. Para nos auxiliar, nos embasaremos nos Estudos Culturais e também nos estudos sobre midiaticização. E como aporte metodológico, utilizaremos a análise de conteúdo.

Palavras-Chave: Revista, Identidade, Mulher.

Abstract: At present, it is known that the identities are multiple, constructed through relations of subjectivity between the individual and the other and between the subject and the instances of power, like the media. In this sense, the feminine identity has been fragmented every day. However, most women's magazines continue to categorize them into patterns and stereotypes. Going against this trend, the magazine Trip Para Mulher (TPM) proposes to present the various identities of Brazilian women. Therefore, the article intends to analyze in what ways the Brazilian women's magazines produced identity profiles on the feminine and if the magazine TPM was able to portray in its covers the diversity of the woman's identity in Brazil. To assist us, we will be based on Cultural Studies and also on mediatization studies. And as a methodological contribution we will use content analysis.

Key words: Magazine, Identity, Woman.

1 – Introdução

As revistas femininas fazem parte das leituras das mulheres desde a sua adolescência e com seus textos e fotos ajudam na formação e consolidação das identidades, dos estereótipos e também dos modelos de relações sociais. E mesmo após as diversas conquistas femininas, que permitiram que a mulher deixasse de ter sua identidade associada principalmente ao seu papel de filha, esposa e mãe, a maioria das publicações do gênero chega ao século XXI ainda representando em suas páginas uma mulher homogênea e pasteurizada, que, como afirma Rodrigues (2004, p. 02), é baseada em um modelo ideal de mulher que “sugere que todas sejam como ela, tanto fisicamente, quanto no comportamento”.

Logo, o que se percebe na maioria das publicações do gênero, é que a mídia cristaliza o que Rolnik (1997) chama de "kits de perfis-padrão" ou "identidades prêt-à-porter", estes seguem os chamados padrões de normalidade, ou seja, modelos que possuem características físicas e comportamentais que seriam ideais dentro de determinadas sociedades. E em uma sociedade midiaticizada, estes modelos são apresentados e reafirmados pela e na mídia que auxilia na sua circulação. Portanto, os discursos sobre o feminino e a identidade da mulher perpassam os processos midiáticos. Assim, "as mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais" (Fausto Neto, 2008, p. 93). Daí se

⁸² Samanta Petersen da Rocha Lima. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, especialista em “Novas Tendências e Perspectivas em Comunicação, Brasil, samantapetersen@gmail.com.

² Gustavo Fortes Said. Professor de Comunicação do curso de graduação e do mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, Doutor em Comunicação, Brasil, gsaid@uol.com.br.

vê a necessidade das revistas representarem em suas publicações as diversas identidades, papéis e comportamentos femininos, de forma que a leitora perceba as distintas possibilidades da identidade feminina e, com isso, as distintas formas de ser mulher. Uma vez que

a mídia revista, principalmente para o imaginário da mulher, é um suporte que materializa e dá credibilidade a esse intercâmbio simbólico, moldando e remodelando o seu imaginário de acordo com os arquétipos, padrões e mitos que formam e (formaram) o cotidiano, a maneira de pensar e agir da mulher moderna. O comportamento, a forma de agir, pensar, se vestir, também é e continua sendo moldada por essa mídia na mulher contemporânea (Arantes & Araújo, 2013, p. 07).

Todavia é preciso destacar que essa possibilidade de se enquadrar em novos perfis identitários, mesmo que eles ainda sigam determinados padrões de normalidade, não se dá de forma igualitária, mas sim, acaba sendo, geralmente, uma opção para a mulher branca, heterossexual, de classe média e alta, com acesso à educação formal, pois ela está inserida em um status econômico, cultural e social que lhe permite uma maior possibilidade de exercer autonomia sobre a própria vida. E é justamente essa mulher que tem um maior acesso às revistas femininas, assim como aos produtos e serviços divulgados e oferecidos em suas páginas, sendo assim seu público-alvo.

Então, para se entender como as publicações femininas brasileiras ajudam a reforçar as representações identitárias da mulher, é preciso fazer um panorama histórico de como estas revistas tem trabalhado a identidade feminina no Brasil. Logo, o objetivo geral desse artigo é analisar como as capas da revista *Trip para Mulher (TPM)* produz perfis identitários sobre o feminino na contemporaneidade. Para isso, vamos analisar como essas representações produzem estereótipos em torno do feminino; identificar representações imagéticas e textuais nas capas da revista TPM e compreender se esses perfis identitários retratam todas as possibilidades de ser mulher no Brasil.

Para tanto, vamos nos valer dos estudos sobre midiatização e dos referenciais fornecidos pelos Estudos Culturais Britânicos, que se fundamentam nas relações entre a cultura contemporânea e a sociedade e em como as instituições e práticas culturais possuem relações direta com a formação da sociedade e com a implementação das mudanças sociais. Assim, os Estudos Culturais nos auxiliarão na discussão de como a identidade feminina foi sendo modificada devido as mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais, que permitiram a conquista de novos papéis sociais, familiares e culturais para as mulheres. E como essas novas identidades foram apresentadas e reafirmadas ao longo dos anos nas revistas femininas brasileira e mais, especificamente, na *TPM*.

2 - Revistas femininas brasileiras e as representações do feminino

No Brasil, a imprensa feminina nasceu com *O Espelho Diamantino* (Rio de Janeiro, 1827), mas apenas em 1914 é lançada a primeira revista de circulação nacional direcionada às mulheres, a *Revista Feminina*. Estas primeiras publicações tinham como público-alvo, mulheres de classe média e alta, que já sabiam ler e escrever e precisavam ocupar parte do seu tempo e adquirir mais conhecimento sobre assuntos diversos, especialmente os voltados para os temas do lar, da moda e da beleza (Buitoni, 2009; Luca, 2016; Scalzo, 2014). Nesta época, as mulheres tinham nas revistas femininas, principalmente, informações de moda, beleza, culinária e comportamento e que as ensinavam a como agir e se portar nos seus papéis de esposa, mãe e dona de casa. No século XIX, ainda existiam revistas femininas voltadas para as mulheres que lutavam por seus direitos sociais e políticos, mas estas eram minorias dentre os títulos (Buitoni, 2009; Scalzo, 2014).

É preciso também destacar que a imprensa feminina reflete em suas páginas as transformações e conquistas das mulheres na sociedade. E “justamente por dialogarem com o seu tempo, os periódicos permitem acompanhar as mudanças em temáticas, ênfases e expectativas como se fossem termômetros dos costumes de uma época” (Luca, 2016, p. 450). Assim, com o movimento feminista e as conquistas das mulheres, que passam a poder exercer cada vez mais funções fora de casa e a ter um maior espaço no mercado de trabalho, as revistas femininas vão se adaptando a uma nova sociedade e aos novos perfis identitários da mulher e começam a segmentar seu público, especialmente, de acordo com sua classe social e faixa etária.

Para tanto, os conteúdos produzidos pelas revistas femininas também se alteram e passam, principalmente nas décadas de 1960 e de 1970, a debater novas temáticas. Não que as revistas femininas tenham deixado de tratar de temas como moda, beleza, casa e relacionamento, mas elas foram capazes de se adaptar aos novos perfis identitários da mulher brasileira e trazer assuntos que começavam a ser debatidos na sociedade. Porém, estes temas eram tratados, muitas vezes, sem aprofundamento.

Ao mesmo tempo, outras temáticas, de relevância política, econômica e cultural, considerados fora do universo feminino, continuam a não ser incluídos nas páginas das revistas femininas. Desta forma, as publicações femininas buscam o que Buitoni (2009) chama de “mundo da mulher”, um mundo em que as mulheres se sintam inseridas e que não precisem sair dele. Assim, “a imprensa informa pouco, mas forma demais. Antes de tudo, é uma imprensa de convencimento” (Buitoni, 2009, p. 208). E que tem um caráter ideológico e didático, que ensina a mulher as normas e padrões a serem seguidos. Atuando não apenas para informar, mas também para ensinar e “cumprem, dessa maneira, funções pedagógicas e podem influir no processo de construção do indivíduo, na maneira como este se autopercebe e se relaciona com o mundo a sua volta” (Luca, 2016, p. 463).

No entanto, as publicações femininas tiveram um papel importante quando passaram a pautar na sua agenda cotidiana determinados assuntos, que antes eram debatidos apenas na esfera privada, e, conseqüentemente, estes passaram a fazer parte das discussões da esfera pública. Além disso, também houve uma maior profusão de personagens na esfera pública, que foi influenciada, especialmente, pelos meios de comunicação, sobretudo o cinema e, posteriormente, a televisão. E com isso, o foco e a visibilidade da vida pessoal passam a ser na vida das celebridades e dos artistas do mundo do cinema e da televisão.

Mas não são somente as estrelas da televisão e do cinema que são apresentadas como modelos disciplinares e de normalidades para a mulher no Brasil. Muitas revistas femininas brasileiras foram também influenciadas, nas tendências que apresentavam e nos seus formatos, pelas edições estrangeiras, especialmente as francesas e norte-americanas. E as tendências importadas dos veículos internacionais não passavam apenas pelo comportamento ou pelo papel que as mulheres deveriam exercer (mãe, esposa, dona de casa, mulher liberal), mas também em como elas deveriam parecer, qual imagem física deveriam ter.

Cláudia (1961) foi a primeira revista brasileira a quebrar esse formato de copiar modelos ao lançar uma publicação que não apenas importava tendências, mas que mostrava o que era produzido no País em termos de moda, culinária e decoração (Scalzo, 2014; Luca, 2016). Com o tempo, *Cláudia* também começou a debater temas que acompanham a evolução da vida da mulher que trabalhava e estava em plena revolução sexual. Contudo, ela era uma revista mais voltada para a mulher casada de classe média com suas preocupações do lar e de consumo. O que abre espaço para outro perfil de revista, este voltado para uma mulher jovem, que busca sua emancipação, especialmente a sexual.

E *Nova* chega ao mercado para introduzir uma nova gama de assuntos e expressões que antes não eram vistos nas revistas femininas brasileiras. Lançada no Brasil em 1973, *Nova* já trouxe na capa de sua primeira edição a palavra “orgasmo”, depois outros assuntos, como: liberação sexual, homossexualidade e mulheres espancadas, ganharam suas páginas.

A chegada dessas novas publicações ao mercado de revistas femininas brasileiro coincide com as novas definições da identidade da mulher na contemporaneidade que ocorreu, especialmente, após os anos de 1960. Esse período representa a segunda fase do movimento feminista que passou a questionar a constituição da identidade feminina. Nesse contexto, os movimentos feministas estavam ainda em busca dos direitos da mulher sejam eles políticos, sociais, culturais ou sexuais.

Entretanto, não foram apenas os movimentos feministas que permitiram essa diversidade no perfil identitário da mulher. Essa possibilidade de múltiplas identidades é decorrente também da globalização e das mudanças trazidas com ela, sobretudo no que se referem aos novos aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos da sociedade contemporânea. De modo que, neste período, os discursos sobre a formação da identidade, sobretudo, com os Estudos Culturais Britânicos, apontam que o indivíduo não possui uma identidade fixa e única, mas sim, como explica Hall (2011), identidades híbridas, que são formadas e reformuladas ao longo da vida e que vão sendo construída através de relações de subjetividade entre o ser e o outro. Essa construção perpassa também as relações entre o ser e outras instâncias, como a história, as memórias coletivas, as instituições tradicionais (religião, estado, instituições educacionais, médicas), a mídia, dentre outras. Por conseguinte, a identidade do indivíduo contemporâneo vai sendo moldada e remoldada conforme o passar dos anos, às influências que o indivíduo sofre e suas experiências de vida.

E são essas novas formas de se perceber a identidade que abre a possibilidade das revistas femininas se segmentarem cada vez mais. No Brasil começam a ser lançadas publicações para os mais diversos públicos femininos, como *Vogue* (1975), voltada para a mulher mais interessada em moda; *Boa Forma* (1988), para aquela preocupada com saúde, alimentação e prática de atividade física; ou ainda *Caras* (1993) para aquelas mulheres interessadas na vida das celebridades.

Mas, se as conquistas da mulher permitiram que ela pudesse expandir suas atividades, para além das ligadas essencialmente ao âmbito doméstico, essas novas atribuições não lhe garantiram se desligar totalmente delas. A associação da mulher com esses papéis fica ainda mais evidente nas revistas femininas destinada para as mulheres de classe C e D, como, por exemplo, *Ana Maria* (1996), voltada para a mulher casada e preocupada com a alimentação da sua família. Contudo, ela também pode ser percebida em outras publicações, como *Marie Claire* (1991) que busca trazer matérias com temas mais polêmicos e informativos, mas também possui um conteúdo voltado para as atribuições do lar, como culinária.

Assim, a maioria das revistas femininas brasileira chegam ao século XXI trazendo apenas uma “tradição camuflada de nova”, como explica Buitoni (2009, p. 198), com poucos elementos de inovação e, assim, a “transformação sofrida pela imagem da mulher nas revistas é quase nula quando analisada em seus significados profundos. Ela nunca ultrapassa os limites de adaptação às normas vigentes” (Buitoni, 2009, p. 198).

Além disso, apesar de falar em emancipação e libertação das mulheres, o que as revistas femininas mostram, em sua maioria, são modelos de mulheres que continuam a se subordinar ao consumo (roupas, cosméticos, etc.) e a um padrão de beleza e de comportamento. Todas exigências para que as mulheres tenham um sentimento de identificação e pertencimento social dentro de determinados padrões de normalidade. Em alguns casos, as publicações femininas podem até trazer matérias que tentam quebrar estes padrões, no entanto, elas são encontradas em apenas uma parte da revista, mostrando um discurso contraditório, visto que nas outras matérias e nas demais edições, os exemplos de mulheres apresentados seguem os mesmos estereótipos de identidade padronizados pela mídia e pela sociedade.

Portanto, a maioria dos títulos femininos chega ao século XXI sem mudar sua essência e o mercado começa a perceber a necessidade de se adaptar a uma mulher, que não se encaixa nos modelos de identidade, comportamento e beleza instituídos dentro dos padrões de normalidade patriarcal.

3 – A revista TPM e uma novo perfil editorial para as revistas femininas

Com a proposta de quebrar os padrões das publicações existentes para o público feminino na faixa etária de 26 a 35 anos é lançada em 2001 a revista *TPM* que, de acordo com o seu Mídia Kit (Trip Editora e Propaganda, 2016, p. 17), estaria “na contramão do que prega a maioria das publicações femininas no país, que repete receitas e promessas sobre temas como beleza, sexo, relacionamento e carreira” e traria matérias que questionam os “padrões impostos pela sociedade às mulheres, como a busca pelo corpo perfeito ou uma família ‘margarina’, além de tabus como a descriminalização do aborto”. Deste modo, a revista se propunha a apresentar as diversas identidades da mulher brasileira, por isso ela produziria e representaria, especialmente em suas capas, diversos perfis identitários sobre o feminino na contemporaneidade.

Deste modo, a TPM trouxe em suas capas mulheres mais velhas, como a atriz Fernanda Montenegro (ed.115 de nov./2011); e fora dos padrões corpóreos tradicionais, como as cantoras *plus size*, Preta Gil (ed.135 de set./2013) e Gaby Amaranto (ed.123 de agosto/2012). Seguindo esta mesma linha, a revista abordou temas como o envelhecimento (ed.51 de fev./2006 e ed.125 de out./2012), a possibilidade de ser ou não mãe (ed.47 de set./2005), as questões relativas aos trabalhos domésticos (ed.131 de maio de 2013) e de não querer ser considerada uma mulher culta, mas sim gostosa (ed.101 de agosto/2010).

Não que a TPM fugisse de assuntos relacionados às questões do comportamento e da imagem da mulher, mas a sua proposta era trazer uma abordagem diferente das demais publicações femininas, como na edição 44 (junho/2005) que discutiu porque a mulher ainda precisa casar, ou ainda na edição 124 (set./2012), que trouxe em sua capa a manchete: “sim, mulher adora sexo”.

Porém, apesar de sua linha editorial, a *TPM* ainda abordava temas que mantinha a mulher inserida em um contexto social patriarcal e permanecia reforçando valores, normas e ideias sobre a representação da mulher na contemporaneidade, principalmente quando tratava em suas reportagens temáticas ligadas a moda e a beleza, como na edição 101 (agosto/2010), no qual a TPM anuncia na capa: “O corte de cabelo, o rímel e a aula de dança da cantora Mariana Aydar”.

Além disso, mesmo trazendo em suas capas diversos modelos identitários da mulher brasileira contemporânea, essa representação não é percebida em todas as suas edições e nem consegue abranger toda a diversidade identitária da mulher no país, pois na maioria delas, a TPM continua a apresentar os padrões utilizados por grande parte das publicações do gênero, sendo voltada para mulheres jovens, brancas, magras, independente financeiramente e de sucesso familiar e

profissional. Essa opção de representatividade se dá pelo fato de que seu público-alvo ser formado (TRIP EDITORA E PROPAGANDA, 2016, p.19), em sua grande maioria, por mulheres (92%) entre 26 e 45 anos (69%), com ensino superior completo (88%), casadas ou comprometidas (71%).

Como tentativa de superar estas lacunas nas representações identitárias da mulher brasileira, a *TPM* suspendeu suas atividades, em dezembro de 2016 e retornou em setembro de 2017, com uma nova proposta editorial, que questiona que mulheres foram beneficiadas de fato com as conquistas alcançadas pelos movimentos feministas nos diversos campos da vida social, cultural e política. Destacando que as conquistas não foram alcançadas de forma igualitária, mas sim, para grupos específicos de mulheres, deixando de lado as minorias, como as negras, as pobres e as transexuais.

Para abrir os debates dessa nova linha editorial, em sua edição de retorno (set./2017), a *TPM* trouxe em sua capa uma transexual de seios expostos e a manchete: “o futuro é feminino?”. Deste modo, ao apresentar uma trans em sua capa, a revista amplia a discussão do que é ser mulher, visto que a mulher passa a não ser apenas aquela que nasce com o sexo biológico feminino, mas todos os indivíduos que se enxergam como tal.

Contudo, a construção em torno do feminino não é um debate recente, ele teve início em meados de 1980, com a Teoria Queer, que nasceu dentro dos Estudos Culturais americanos e que foca nos debates relacionados às questões feministas e nas “lutas das minorias ‘étnicas’ e homossexuais” (Maigret, 2010, p. 231). De forma que nesta vertente, como explica Escosteguy (2001), a cultura passa a ser vista também como o espaço em que é tensionado o lugar do indivíduo na sociedade, que vai além das estratificações de classe, poder aquisitivo, posição e formação educacional e agora incluem as questões relativas aos gêneros e a sexualidade. E, assim, novos aspectos da constituição da identidade passam a ser introduzidos, pois se deixam “de ver os processos de construção da identidade unicamente através da cultura de classe e sua transmissão geracional” (Escosteguy, 2001, p. 164).

Todavia, essa mudança na representação em torno do feminino tem crescido ainda mais a partir dos anos 2000 e nos últimos anos o seu debate tem se ampliado na sociedade. Tanto que a *TPM* não foi a primeira revista feminina brasileira a trazer uma transexual na capa. A revista *Elle*, por exemplo, na sua edição de dezembro de 2011 (edição 283) e *Marie Claire* em março de 2017 (edição 312) apresentaram a modelo transexual brasileira Lea T em suas capas. A capa de *Marie Claire* também já buscava trabalhar a diversidade da identidade da mulher com a chamada: “Força Feminina - Trans, gordas, negras, índias, orientais, idosas, deficientes, lésbicas - uma edição especial que celebra as diferenças que nos tornam únicas”. Mostrando que a representação da identidade da mulher na contemporaneidade tem ganhado a cada dia novos viés.

Assim, o que se pode perceber é que as publicações femininas brasileiras têm cada vez mais tentado mostrar essa quebra de paradigmas na formação dos perfis identitários em torno do feminino, mas no geral seu discurso ainda tenta ensinar a elas como se portar, qual o perfil comportamental mais adequado para a sociedade e como sua imagem deve parecer para que elas sejam consideradas inseridas na sociedade.

3 – Conclusão

É certo que as revistas femininas acompanham, não apenas as tendências de mercado para as mulheres, mas também as mudanças sociais, culturais e políticas que estão permitindo que elas alcancem cada vez mais espaço na sociedade e que consigam revelar e exercer suas identidades múltiplas. E cada vez mais os assuntos ligados aos direitos e as conquistas femininas têm ganhado visibilidade, não apenas nas publicações voltadas para as mulheres, mas em todas as *media*.

Todavia, mesmo em uma sociedade midiaticizada, as representações da identidade e dos papéis da mulher brasileira apresentada nas revistas continuam a ser utilizadas como modelos para as mulheres. E em sua grande maioria, as revistas, incluindo a *TPM*, continuam a categorizar e representar as mulheres com identidades que seguem ainda às antigas lógicas da sociedade patriarcal, que associa a mulher, principalmente, a seu papel de mãe e de alguém que necessita de um companheiro para ser plenamente feliz e realizada. Mesmo que na atualidade a mulher possa ter autonomia para decidir se terá ou não filhos ou se necessita de um companheiro com quem ela deve dividir a vida. Além disso, apesar de pregarem uma maior divisão de tarefas, entre homens e mulheres nos trabalhos domésticos e na criação dos filhos, as revistas femininas ainda mostram uma mulher que deve exercer diversas funções dentro e fora de casa e ainda precisa agir de forma satisfatória em todos os seus campos de atuação, sendo quase uma mulher-maravilha. O que leva a criação de modelos identitários femininos que visam apenas adequar aos novos tempos a antiga imagem da mulher “ideal” ou das “identidades prêt-à-porter” (Rolnik,1997). Ao mesmo tempo, as revistas femininas brasileiras são quase sempre voltadas

para mulheres de classe média e alta, deixando de lado aquelas de baixa renda, inseridas em outras instâncias culturais, sociais e políticas.

Deste modo, apesar de pregar uma linha editorial diferente das demais publicações do gênero no Brasil e representando em suas capas diversos perfis identitários do feminino e como isso mostrando para suas leitoras que não há uma única forma de ser mulher, a *Trip Para Mulher* continua a não conseguir apresentar em suas páginas e capa toda a diversidade da identidade feminina.

Bibliografia:

Arantes, S. R., Araújo, M. M. (2013). *A mulher de TPM: a representação midiática e discursiva da mulher nas capas da revista TPM*. Disponível em: <https://doi.galoa.com.br/sites/default/files/10.21745/ac06-13.pdf>

Buitoni, D. S. (2009). *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina*. (2ª ed). São Paulo: Summus.

Ecosteguy, A. C. (2001). *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica.

Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. *Revista Matrizes*. Ano 1, n.2, pp. 89-105. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194/40938>.

Hall, S. (2011). *A identidade cultural na pós-modernidade*. (11ª ed). Rio de Janeiro: DP&A.

Luca, T. R. de (2016). *Imprensa Feminina*. IN C. B. Pinsky, & J. M. Pedro (Org.). *Nova história das mulheres no Brasil* (pp. 447-468). São Paulo: Contexto.

Maigret, E. (2010). *Sociologia da Comunicação e das Mídias*. São Paulo: Ed. Senac.

Trip editora e propaganda. *Revista TPM*. São Paulo: autor.

Rodrigues, L. V. (2005, 5 a 9 de setembro). A representação da mulher na imprensa Feminina. *Anais eletrônico do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação*. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 5. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0992-1.pdf>.

Rolnik, S. (1997). Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. In D. Lins (Org). *Cultura e subjetividade* (pp. 19-24). Campinas: Papiru. Disponível em http://caosmose.net/suelyrolnik/pdf/viciados_em_identidade.pdf>. Acesso em 17/10/2017.

Scalzo, M. (2014). *Jornalismo de revista*. (4ª ed). São Paulo: Contexto.

Trip Editora e Propaganda (2016). *Mídia Kit*. São Paulo: Autor.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

#Devolvameusãojão: a disputa pelo São João no Brasil

#Devolvameusãojão: the dispute for São João in Brazil

Juliana Hermenegildo da Silva⁸³

John Willian Lopes⁸⁴

Maria Érica de Oliveira Lima⁸⁵

Resumo: Ao longo dos seus desenvolvimentos os festejos juninos enfrentam transformações em diferentes setores da vida, como o cultural e o econômico, que frequentemente afloram o debate entre tradição e modernização. Nessa esteira, surgiu no Brasil no ano de 2017 uma mobilização nas redes digitais de comunicação que viria a ser expressão dessa contenda, a #devolvameusãojão. Este trabalho analisa os discursos produzidos na busca pela manutenção de uma tradição das festividades juninas, a fim de perceber os momentos de perda de espaço e a retomada de consciência identitária pelos agentes culturais e artistas envolvidos no movimento. A partir da técnica de análise de conteúdo, verificou-se que houve um posicionamento pela não descaracterização da festa nos discursos produzidos.

Palavras-chave: São João, #devolvameusãojão, Facebook.

Abstract: Throughout its developments the June festivities are faced with transformations in different sectors of life, such as cultural and economic, which often give rise to the debate between tradition and modernization. In this context, a mobilization in digital communication networks appeared in Brazil, in 2017, which would be an expression of this conflict, the #devolvameusãojão. This paper analyzes the discourses produced in the search for the maintenance of a tradition of the June festivities, aiming to perceive the moments of loss of space and the resumption of identity consciousness by the cultural agents and artists involved in the movement. From the technique of content analysis, we verified that there was a positioning for the non-characterization of the party in the discourses produced.

Key words: São João, #devolvameusãojão, Facebook.

Introdução

Há algum tempo os festejos juninos têm se deparado, em sua totalidade, com influências advindas de transformações em diferentes campos da vida, como o econômico, o social e o cultural, em um recorrente embate entre as ideias de tradição e de modernização. No Brasil, no ano de 2017, as duas maiores festividades juninas da região Nordeste, nas cidades de Campina Grande⁸⁶ e Caruaru⁸⁷, movimentaram aproximadamente R\$ 400 milhões, chegando a receber, juntas, 4 milhões de turistas, e a ter 97% de ocupação de toda a rede hoteleira disponível⁸⁸.

Tais números, que impressionam, somam-se a uma estrutura correspondente para atender tamanha demanda de público. O principal local de festas da cidade de Campina Grande, o Parque do Povo, alocou em seu espaço 18 restaurantes, 51 barracas, 112 bares, 3 palcos e 100 shows em trinta dias de festividades. Em Caruaru, por sua vez, as mais de 400 atrações foram distribuídas em diversos polos culturais pela cidade em uma proposta clara de descentralização os festejos,

⁸³ Juliana Hermenegildo da Silva. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, mestra em Estudos da Mídia, Brasil, jujuhermenegildo@gmail.com.

⁸⁴ John Willian Lopes. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, doutorando em Estudos da Mídia, Brasil, johnwillianlopes@gmail.com.

⁸⁵ Maria Érica de Oliveira Lima. Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, doutora em Comunicação Social, Brasil, merical@uol.com.br.

⁸⁶ Município localizado no agreste do estado da Paraíba, a 125 km de distância da capital João Pessoa.

⁸⁷ Município localizado no agreste do estado de Pernambuco, a 130 km da capital Recife.

⁸⁸ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://exame.abril.com.br/entretenimento/onde-esta-o-maior-sao-joao-do-mundo/>

optando por 17 palcos, como: o Parque de Eventos (Pátio do Forró e Forró do Candeeiro); a Estação Ferroviária (Polo do Repente); o Polo das Quadrilhas; o Forra Bucho e Casa do Forró; o Alto do Moura (ponto do Festival de Comidas Gigantes); o polo Mestre Vitalino e Mestre Galdino (Praça do artesão); o Polo Azulão; o São João na Roça (Pau Santo, Gonçalves Ferreira, Terra Vermelha e Vila São Rafael); o São João de Rua (Rendeiras, Boa Vista I, Vassoural e São João da Escócia).

Conforme Roberto Benjamin (2000), o turismo, enquanto uma atividade econômica, é montado em estruturas e subordinado às leis do mercado econômico. Essas estruturas nos tensionam a pensar a relação entre turismo, folclore e manifestações populares como uma dinâmica interpessoal entre comunidade local e turistas. Desse modo, o autor aborda que “tal relação provoca de parte a parte mudanças culturais variadas, imprevisíveis e incontroláveis que passam a integrar a dinâmica da vida social” (Benjamin, 2000, p. 120).

Apresentado como a maior manifestação da cultura popular nordestina, o São João, nos últimos anos, tem sido submetido às constantes interferências de iniciativas privadas. A reboque disso, em 2017 uma nova discussão foi adicionada a essa questão: o crescente número de atrações com estilo musical sertanejo nas festas juninas de Campina Grande e Caruaru levou artistas nordestinos ligados ao estilo forró a questionar o objetivo dos festejos e a apontar uma possível descaracterização deles – é possível pensar as manifestações culturais inseridas no turismo sem descaracterizá-las?

Partindo desse ponto, neste trabalho toma-se como objeto de estudo as manifestações que ocorreram em 2017 no Brasil, na rede social Facebook, com a *hashtag* #devolvameusãojoão. Assim, busca-se mapear e analisar os discursos produzidos no âmbito das redes sociais digitais, especificamente no Facebook, a fim de identificar as derivações e urgências solicitadas pelos agentes culturais e folkcomunicação envolvidos nesse processo contencioso e a relação entre manifestação cultural e turismo.

Folkcomunicação e internet

A internet no formato em que se apresenta, livre e desterritorializada (Lévy, 1999), propicia mudanças nos modos de viver e de pensar constantemente. Marques de Melo (2011, p. 35) define esse momento como “um cavalo de troia engendrado pela magia da eletrônica e refinado nas malhas da carpintaria digital... nela desponta uma sociedade glocalizada, evidenciando que global e local podem coexistir dinamicamente”. Pode-se afirmar que é cada vez maior a parcela da população que tem acesso à internet, assim como é cada vez maior o número de pessoas que faz parte de alguma rede social digital, escreve um blog ou tem um site pessoal. Nos colocamos diante de uma geração moldada pelo som e imagem.

Ao elaborar as bases do pensamento folkcomunicação, Luiz Beltrão não imaginava as proporções dos novos meios de comunicação. A internet ainda era algo utópico e surreal, os veículos de comunicação de massa eram o rádio e a televisão. Em definição, a Folkcomunicação constitui-se em “um processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (Beltrão, 1980, p. 26). Nesse sentido, podemos afirmar que ela acompanha o pensamento social e consequentemente os novos lugares de expressão de ideias e informações, como a internet (Benjamin, 2000).

Em uma seara cada vez mais virtual, as manifestações populares se encontram em formato de adequação a essa nova configuração social. As redes sociais ocupam cada vez mais espaço na vida da população, gerando e disponibilizando conteúdo e se colocando como lugar de lutas sociais, políticas, culturais, étnicas e econômicas. Seu uso é diversificado, seja para exposição de manifestações populares ou manutenção das mesmas.

Nesse cenário, emprega-se diferentes recursos técnicos que auxiliam na propagação de significados. Um deles é a *hashtag* (#), que constitui-se como um tipo de etiqueta utilizada frequentemente em sites de redes sociais. Além disso, pode indicar um termo que cria um contexto, permite a busca e recuperação de determinado conteúdo pela etiqueta – a *tag* (Recureo, 2014). Esse recurso se tornou de grande utilidade para as mobilizações em redes digitais de comunicação, elemento indispensável em diferentes formas de disseminação de conteúdo – um exemplo é a prática do “tuitaço” (neologismo formado a partir do termo “Twitter”), que está baseada na utilização de uma *hashtag* comum agregada a determinado conteúdo para chamar a atenção sobre um tema.

Para o recorte de dados, pesquisamos a *hashtag* #devolvameusãojoão na rede social Facebook, utilizada como protesto no ano de 2017. Na busca por entender as significações produzidas, amparamo-nos na análise de conteúdo (AC) que, conforme Bardin (2011), consiste em diferentes instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos) diversificados.

Cabe observar que a AC, enquanto método científico, pode ser utilizada tanto para abordagens quantitativas como qualitativas. Na análise quantitativa o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo, e na qualitativa é a presença ou ausência de uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características em um determinado fragmento de mensagem tomada em consideração.

Desse modo, delimitamos nosso corpus as postagens do início do movimento nas redes sociais, apresentando as primeiras discussões.

#Devolveusãojoão

Em 2017, ao realizar show de abertura do São João da cidade de Campina Grande, a cantora Elba Ramalho teceu críticas ao número elevado de atrações sertanejas na programação da festa, ponderando que tradicionalmente os festejos juninos têm como estilo musical característico o forró⁸⁹. A insatisfação da cantora expôs um movimento que iniciou-se nas redes sociais meses antes dos festejos, sob a #devolveusãojoão. Nestas manifestações, os artistas nordestinos demonstravam indignação com a perda de espaço nas festividades para músicos que não fazem parte das tradições da região, e com o custo elevado de contratação deles

Em um segundo, momento Elba Ramalho deixou claro os motivos que levaram aos protestos nas redes sociais ao colocar que “Até eu, para entrar em uma das grandes festas, e estou há pelo menos dezesseis anos fazendo a tradição, tive que conversar com o prefeito da cidade, que me falou para escolher outra data e reduzir o cachê, eu disse não”, disse ela. “Quando me perguntaram em Caruaru sobre a campanha, eu disse que acho que tem que equilibrar. É um direito do sertanejo estar no São João. Mas a grade de programação não pode ser feita de dezoito sertanejos e dois forrozeiros”⁹⁰.

Comparando o quadro de atrações das últimas três edições (2015, 2016 e 2017) dos festejos das duas cidades, Caruaru e Campina Grande, verifica-se que houve um aumento significativo na quantidade de artistas não relacionados a festividade e a região.

Quadro 1: comparativo das atrações dos festejos juninos entre Caruaru e Campina Grande

Ano	Cidade	Nº de atrações	Nº de atrações sertanejas
2015	Caruaru	128	3
	Campina Grande	106	-
2016	Caruaru	67	4
	Campina Grande	97	-
2017	Caruaru	59	6
	Campina Grande	69	10

Fonte: elaborado pelos autores (2018).

Ao tornarem a festa uma atração turística, as cidades submetem seus festejos ao caráter econômico das iniciativas privadas, deslocando a manifestação cultural para uma categoria de produto. Em contrapartida, é o marketing turístico (como a disputa entre essas duas cidades pelo maior São João do Mundo) que desenvolve elementos para a difusão e, com todas as modificações, a manutenção da festa enquanto identidade da região. Benjamin (2000) aborda que as manifestações culturais e o folclore existem e existirão sem ou com o turismo, e por serem a identidade de uma região é que se tornam atração turística. Mesmo diante do pensamento proposto por Benjamin (2000), da coexistência de turismo e manifestação cultural, questionamos, assim como fizeram os artistas locais, se tais mudanças são necessárias, pois se a atração turística é tudo que envolve a região, os artistas e as festas não deveriam ser enaltecidos como são?

⁸⁹ Estilo musical produzido por três instrumentos (zabumba, triângulo e sanfona) eternizado na voz de Luiz Gonzaga nas décadas de 1950 e 1960, característico da região Nordeste do Brasil.

⁹⁰ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://veja.abril.com.br/entretenimento/elba-ramalho-critica-sertanejo-no-sao-joao-nao-e-festa-do-peao/>

Ao que percebemos, as iniciativas pública e privada responsáveis por organizar as festas das duas cidades nos últimos anos preocuparam-se mais com a quantidade de turistas e o capital econômico movimentado do que com a preservação dos festejos em si. A quantidade de artistas do universo sertanejo reflete a ascensão desse estilo musical no restante do país e, conseqüentemente, é visto como um atrativo para turistas em festas.

A indignação dos artistas reflete a perda dos espaços dos agentes locais e suas manifestações para o lucro dos grandes empresários. Em outro discurso, produzido pelo cantor Chaminho, (o primeiro, da esquerda para a direita, na imagem 1), aborda-se o problema da seguinte forma: “Quantos de nós, forrozeiros, esperamos o ano todo para tocar nesta época, já que no restante do ano está cada vez mais difícil. E agora ficaremos de fora das festas para inserção maciça de sertanejo, funk, axés, breganejo, regatons e barulhos que não reconheço para dar um nome ao ritmo. Acredito que parte da população se anima com as programações e não veria mal algum em uma programação repleta desses estilos, se não fosse o contexto e a tradição das Festas de São João. São João sem forró, e como dar folga ao Papai Noel no Natal e por o coelho da páscoa no trenó com as renas”⁹¹.

Imagem 1: manifestação de artistas pelo #devolvameusãojoão (2017)



Fonte: página Gonzagão Online (2017)⁹².

Por outro lado, a cantora Marília Mendonça entrou nas discussões ao se posicionar em favor da inserção do estilo sertanejo nas festas juninas. Ao colocar que “o público quer” deixou claro o modelo de ganhos e lucros que visam os produtores envolvidos no desenvolvimento da festa. Com um cachê de R\$ 100 mil, apenas para uma cantora sertaneja, seria possível contratar três artistas locais que cobram em média R\$ 30 mil⁹³.

Construiu-se uma disputa de discursos alardeados pela mídia e amplamente difundido nas redes sociais. O manifesto dos artistas, que se tornou político-cultural, apontou a desproporcionalidade entre aqueles locais, ligados ao gênero do forró, e os “grandes artistas nacionais”.

⁹¹ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://www.facebook.com/euamoforr0/>

⁹² Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de

<https://www.facebook.com/Gonzagao/photos/a.426757187352928.114277.339410626087585/1650462664982368/?type=3&theater>

⁹³ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <http://saojoao.leijaa.com/noticias/2017/06/25/apos-polemica-marilia-mendonca-doa-parte-do-cache-em-campina-grande>

Conclusões

Percebemos, nesse primeiro momento de análise, que os discursos produzidos estão relacionados a uma ideia de perda de identidade de um festejo característico do Nordeste do Brasil. O São João é comemorado há séculos no país, herança dos portugueses, enraizado na região como a maior manifestação da cultura popular. É a festa religiosa de Santo Antônio, São João e São Pedro; é a fartura na mesa do agricultor e a festa das comidas de milho; é a festa do - e feita pelo - povo nordestino.

Benjamin (2000) apontou que o que muda, muda sempre de algo anteriormente construído e que permanece em parte no novo, mas que os grupos de resistência podem coexistir ou não com o que foi modificado. Podemos afirmar, com o movimento #devolvameusaojoao, que o caráter particular das manifestações juninas é incompatível com os moldes atuais de mercado. O discurso produzido pelas manifestações nas redes sociais vai além, demonstra o sentimento de perda de espaços pelos cantores de forró, e reforça os locais cada vez mais escassos para as tradições nordestinas.

Destarte, se constrói e mantém um discurso tradição em detrimento do de modernização, que parece implicar na abertura de espaços para outras manifestações consideradas não típicas, de modo a denunciar aquilo que consideram como prejuízo (não só financeiro, mas cultural e simbólico) aos artistas e aos próprios festejos.

Bibliografia

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Editora Cortez.
- Benjamin, R. (2000). *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura* (34a ed.). São Paulo: Editora 34.
- Marques de Melo, J. (2011). *Cidadania global, identidade nordestina: ética da comunicação na era da internet*. Campina Grande: Lotus.
- Recuero, R. (2014). Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. *Fronteiras - estudos midiáticos*, 16 (2), 60-77.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Desde la "Proyección Folklórica" a la Folkcomunicación: el género folklórico como espacio para la comunicación local en el archipiélago de Chiloé, sur de Chile

**From the "Folkloric Projection" to Folkcommunication: the folkloric
genre as a space for local communication in the Chiloé archipelago,
southern Chile**

Cristian Andrés Yáñez Aguilar⁹⁴

Resumen: El siguiente trabajo aborda el movimiento cultural de los "Conjuntos Folklóricos" que emergen en el archipiélago de Chiloé a fines de los años sesenta y se consolidan hacia los años 80. Con el impulso de las industrias culturales y las transformaciones neoliberales que cobraron fuerza desde la década de los ochenta, en el archipiélago de Chiloé surgieron los llamados Conjuntos de Proyección Folklórica, quienes fundamentaron su acción artística en la "representación" de la cultura campesina apelando, en una primera instancia, a un discurso realista que se expresó en performances basadas en la interpretación de danzas tradicionales. La hipótesis de este trabajo es que, dada la influencia de las industrias culturales (principalmente festivales folklóricos, la industria discográfica y la difusión radial), los llamados géneros folklóricos pasaron de ser representaciones "realistas" de manifestaciones estudiadas en terreno, a ser un espacio de creación referencial y poética para canalizar descriptivamente la cotidianidad y las voces populares de algunos sectores populares y subalternos en el archipiélago de Chiloé. Metodológicamente se realizó un trabajo de carácter cualitativo en base a revisión bibliográfica y entrevistas en profundidad.

Palabras Clave: Conjuntos Folklóricos en Chiloé, Agentes Folkcomunicacionales, Comunicación local

Abstract: This research deals with the cultural movement of the "Folkloric Ensembles" that emerged in the Chiloé archipelago at the end of the sixties and consolidated towards the 80's. With the impulse of the cultural industries and the neoliberal transformations that gained strength from the 1980s, the so-called Folkloric projection sets arose in the Chiloé archipelago. Folkloric groups based their artistic performance on the "representation" of popular culture, appealing, in the first instance, to a realistic discourse expressed in performances based on the interpretation of traditional dances. The hypothesis of this study is that, given the influence of cultural industries (mainly folk festivals, the recording industry and radio broadcasting), the so-called folk genres went from being "realistic" representations of demonstrations studied in the field, to being a space of referential and poetic creation to channel descriptively the daily life and the popular voices of some popular and subordinate sectors in the Chiloé archipelago. Methodologically, a qualitative work was carried out based on bibliographic review and in-depth interviews.

Key words: Folklore Group from Chiloé Island, FolkCommunication, LocalCommunication

⁹⁴ Cristian Yáñez Aguilar, Instituto de Comunicación Social, Universidad Austral de Chile. Doctor en Ciencias Humanas, mención Discurso y Cultura, Universidad Austral de Chile, Chile. Correo electrónico: cyanezaguiar@gmail.com

Modernización y emergencia de los Conjuntos Folklóricos en Chiloé

En Chiloé, la emergencia de un modo de representación de la cultura popular amparado en los Conjuntos de Proyección Folklórica, emerge como un eco de lo que hacia la década del 1940 y 1950 fueron las llamadas Escuelas de Temporada de la Universidad de Chile. En ellas se masificaron los cursos de folklore, en los cuales participaron profesores de todo Chile. Se trata de un período en que, si bien existe una pugna respecto al concepto de folklore entre los actores culturales que se desenvuelven en el campo artístico, predominan algunas características que se atribuyen a dicho fenómeno: Las expresiones folklóricas se conciben como telúricas, tradicionales (y como tal se entiende un traspaso de generación en generación predominantemente oral), anónimas, espontáneas, etc. (Luyten, 2016; Dupey, 2008). Desde el punto de vista conceptual fue relevante el aporte de teóricos como Augusto Raúl Cortázar, Carlos Vega y Manuel Danemann.

En Chile hacia los años 50 surgen agrupaciones como los alumnos de Margot Loyola, el grupo Cuncumen y poco más tarde el Conjunto Folklórico Millaray, agrupación proveniente de Santiago de Chile que realizó recopilaciones en Chiloé. Intérpretes y recopiladores como Margot Loyola y Violeta Parra también visitaron Chiloé. Durante este período comienza a llevarse a cabo un proceso de modernización en Chiloé, el cual comenzó a subrayarse después de 1960 como resultado del gran terremoto que azotó el sur de Chile ese año. A grandes rasgos, es la activación de políticas de desarrollo (Escobar, 1999), en base a una visión lineal y etnocéntrica. Poco después la política militar se caracterizó por imponer un modelo neoliberal que en el caso de Chiloé se expresó en la industria salmonera. Los antropólogos Morales y Tamayo (2012) recuerdan que Chiloé "ha transitado desde una sociedad campesina hacia una creciente forma de vida urbana, estructurada en torno a la actividad acuícola de gran escala" (p. 22)⁹⁵. Estos cambios económicos se expresaron en la esfera cultural con la introducción de las industrias culturales, la paulatina desaparición de antiguos espacios de socialización como las faenas comunitarias (Yáñez, 2011), muchas de las cuales pasaron a reconfigurar sus espacios de producción, distribución y consumo (Ulloa y Del Valle, 2014) en un contexto de introducción del capitalismo reciente. Las fiestas populares dejaron el espacio comunitario para ser "actuadas" en el escenario ante una nueva audiencia, los turistas.

El nacimiento de los conjuntos folklóricos tuvo eco en Chiloé y en los años sesenta ya emergen los primeros grupos de profesores primarios que se conocieron como "Conjuntos Folklóricos del Magisterio"⁹⁶. En este proceso fue que los conjuntos folklóricos comenzaron a realizar presentaciones en los nuevos espacios de socialización mediados por las industrias culturales, inicialmente, en un contexto de dictadura militar: Festivales costumbristas, peñas y encuentros folclóricos. Todo esto se llevó a cabo en el contexto de un modelo neoliberal donde el turismo, la radio, el disco y la espectacularización de las manifestaciones, las creencias y los mitos (Ulloa y Del Valle, 2014; Ulloa, 2016), cobran un rol importante.

Los Conjuntos de Proyección Folklórica como representación de la realidad sociocultural

Aunque hubo matices en cómo se entendía el fenómeno folklórico, como se explicó, predominó una perspectiva donde subyacía la idea de una "folk society" cuyas manifestaciones eran representadas en la "urban society" a través de los Conjuntos de Proyección Folklórica que, a grandes rasgos, fueron concebidos como mediadores entre dos mundos que se consideraban como si fuesen de naturaleza distinta. Entre los años sesenta y principios de los noventa hubo un intenso trabajo de los grupos del Magisterio en recopilar manifestaciones folklóricas, principalmente danzas, cantos y faenas campesinas de un Chiloé que, en términos sociológicos, de a poco sufrían el tránsito de una sociedad tradicional a una moderna periférica. En este contexto y guiados por una lógica fuertemente textualista, los grupos del Magisterio llevaron a cabo un trabajo de recopilación de géneros folklóricos –como las danzas– según perspectivas teórico-metodológicas operacionalizadas en conceptos que tendían a la fijación acrítica de una manifestación. De este modo se consideraban categorías como "nombre de la danza", "informante", "lugar de recopilación", "vigencia", etc.

⁹⁵El principal proceso de cambio que experimentan las comunidades rurales de Chiloé es el abandono de labores agrícolas por trabajos asalariados, principalmente en la zona acuícola" (Venegas, 2007: 116).

⁹⁶Con matices más o menos según las lecturas de la época y la influencia evidente de teóricos chilenos e investigadores locales, estas miradas –hoy superadas por los Estudios Folclóricos Contemporáneos–, constituyen una reformulación de los planteos que a mediados del siglo XX conocimos en el ámbito académico autores como el folklorista argentino Augusto Raúl Cortázar, quien distingue lo que sería el "folklore" propiamente tal, de la "proyección del folklore", entendiéndolo a esta última como las "manifestaciones producidas fuera de su ambiente geográfico y cultural, por obra de personas determinadas o determinables, que se inspiran en la realidad folclórica cuyo estilo formal o carácter trasuntan y reelaboran en sus obras e interpretaciones destinadas al público general, preferentemente urbano, al cual se transmite por medios mecánicos e institucionalizados" (Cortázar, 1976:50).

Al haber una carencia de elementos explicativos, el objetivo declarado de los conjuntos folklóricos pasó a ser el de “rescatar y difundir manifestaciones del folklore de Chiloé”. Incluso, dado que muchos de los bailes habían perdido vigencia desde hacía décadas y, dado que muchas manifestaciones eran recreadas, era difícil encontrar una “versión exclusiva”, sin embargo, la búsqueda constante motivada por una confianza en la existencia de la “versión original”, hizo que muchos grupos realicen verdaderas “re-construcciones” de coreografías tradicionales que fueron luego presentadas y recreadas escénicamente bajo un horizonte realista. Junto con la proyección de cantos religiosos, bailes festivos y danzas, los grupos explotaron un género que llegó a ser muy relevante fundamentalmente para los conjuntos de proyección folklórica. Éste género fue la “obra de proyección”, pequeña pieza teatral en la cual se replicaba una situación costumbrista y se incorporaban las danzas recopiladas por las agrupaciones. Los integrantes funcionaban como recopiladores, músicos y actores/actrices. En Chiloé, este formato fue tan relevante que incluso se desarrollaron Congresos de los Conjuntos Folklóricos del Magisterio, en los cuales cada agrupación presentaba una obra de proyección y enseñaba bailes aprendidos. Los folkloristas siguieron la lógica del recopilador/a intérprete. Estos congresos tuvieron su auge entre los años setenta y principio de los ochenta, precisamente en el período que Chile vivía una dictadura cívico-militar (1973-1990). Estos encuentros engarzaron con los que realizaba la Federación del Magisterio de Chile (FEFOMACH) en todo el país.

Ya hacia los años ochenta emergen conjuntos que no necesariamente son del magisterio aunque sus fundadores son profesores primarios que trabajaban en las islas. En este proceso se hizo evidente la influencia de la industria discográfica. Esto último favoreció no sólo la réplica de danzas aprendidas en el mundo campesino sino también la creación de canciones en base a parámetros que se consideraban folklóricos, y que sirvieron de base para incorporar el “habla” local y la difusión de mensajes, muchos de los cuales sufrieron diversos procesos de apropiación y re-apropiación. En términos teóricos, podemos señalar que hubo un paso desde la “Proyección Folklórica” a la “Folkcomunicación”.

De la Proyección Folklórica a la Folkcomunicación

La folkcomunicación surge como una teoría latinoamericana de la comunicación, en el momento en que Brasil vive un proceso de modernización (Gushiken, 2011), razón por la cual, su análisis permite dar cuenta de los procesos de interrelación entre la cultura popular y los también llamados Medios de Comunicación de Masas (Marques de Melo, 2008). Esta dinámica de interrelaciones es precisamente la que, al igual como lo fue el territorio nordestino en que vivió el fundador de la folkcomunicación Luiz Beltrao, vivía Chiloé en la segunda mitad del siglo XX. Un territorio isleño marcado por una intrahistoria y una dinámica cultural distinta del territorio chileno continental, y caracterizada por marcados desniveles económicos en relación al resto del país. Con el auge neoliberal lo cultural emergió como un campo que, en buena parte durante los años setenta y ochenta, se cultivó en el plano de las artes folklóricas, mientras que en lo laboral, los años ochenta marcan el desembarco de las empresas salmoneeras, las cuales producen un cambio relevante marcando el desaparecimiento de las antiguas faenas campesinas, transformando a los campesinos en asalariados e impactando el medio ambiente. De forma tardía en Chiloé se expresa la ciudad y la fábrica.

En este ambiente sociocultural las viejas distinciones entre una “folk society” y una “urban society” comienzan a entrecruzarse. Resulta no sólo etnocéntrico plantear la existencia de una sociedad folk sino que lo urbano y lo rural se interrelacionan. La industria discográfica ya no sólo responde a grandes sellos que durante la dictadura promueven la música folklórica –ya que en estos regímenes es común el explotar lo folklórico para potenciar un concepto de identidad nacional- sino que también los grupos del archipiélago comienzan a editar producciones discográficas independientes que nutren los ahora hegemónicos festivales costumbristas, peñas folklóricas y encuentros que proliferan en un Chiloé que hizo de esta imagen prototípica una marca para un turismo que se nutre de la imagen pre-moderna (Mansilla, 2006) de Chiloé. Lo que históricamente fue una desventaja material para el archipiélago, es decir su pobreza en términos materiales (contrastada con su riqueza cultural), se transforma en un potencial económico que integra a las comunidades rurales. Estas transformaciones se expresan material y simbólicamente en la comunicación, razón por la cual, la noción de Proyección Folklórica se torna insuficiente para dar cuenta del lugar estructural y simbólico de las manifestaciones expresivas, y entonces emerge la folkcomunicación como una teoría pertinente.

La folkcomunicación se centra en los procesos de comunicación local y comunitaria de los sectores subalternos de sociedades marcadas por desniveles socioculturales como ocurre históricamente en América Latina. Esta perspectiva tiene como fundador a Luiz Beltrao Andrade Lima en Brasil, quien desarrolla su tesis doctoral en Comunicación en los años sesenta. Posteriormente es desarrollada en un libro del mismo autor que se conoce como “La comunicación de los marginalizados” del año 1980. También ha sido fundamental el aporte teórico metodológico del Dr. José Marques de Melo. Precisamente en el contexto presente, resulta importante entender la folkcomunicación como el estudio de los procedimientos comunicacionales a través de los cuales las manifestaciones de la cultura popular o del folklore se expanden, se sociabilizan, conviven con otras cadenas comunicacionales, sufren modificaciones por influencia de la comunicación masificada o se modifican cuando son apropiadas en tales complejos.

Un buen ejemplo lo encontramos en los Conjuntos Folklóricos del archipiélago de Chiloé, los cuales pasaron de ser un espacio donde sus integrantes buscaban replicar los “hechos folklóricos” a constituirse en un espacio para vehicular poética y musicalmente aspectos de la vida cotidiana, preocupaciones e incluso críticas radicales a los efectos que ha tenido la modernidad neoliberal en Chiloé. Con los años, los grupos folklóricos del magisterio comenzaron a desaparecer. Si hacia los años ochenta había casi una decena de estas agrupaciones, en la actualidad sólo dos permanecen activa, sin embargo, hubo una proliferación de conjuntos folklóricos en todos los sectores del archipiélago de Chiloé. Todo lo anterior, si bien se ha amparado –en el discurso de los propios grupos folklóricos- en la necesidad de “defender la cultura de Chiloé”, lo cierto es que desde una perspectiva analítica, es que se ha abierto a modalidades expresivas que – valiéndose del formato folklórico- ha permitido incorporar el “habla” de sectores campesinos, indígenas y rurales subalternizados.

Un aspecto de la folkcomunicación es que se trata de una teoría que no se plantea como un análisis del folklore o de la cultura popular sino que su interés está en los procesos comunicacionales de las manifestaciones folclóricas y populares. Pero además conviene recordar que las Nuevas Perspectivas de los Estudios Folclóricos (Bauman y Briggs, 1996), proponen un análisis de las manifestaciones desde la comunicación. Ello es relevante porque deja de lado el análisis del texto folklórico de manera autocontenida e incorpora la dimensión del proceso.

Ejemplos para ilustrar la propuesta

Nuestro análisis se basa en un análisis documentado según revisión documental escrita, discográficas y entrevistas sostenidas con folkloristas de Chiloé que participaron de los llamados Conjuntos Folklóricos del Magisterio. Además se nutre de una investigación anterior (Morales, Rojas y Yáñez, 2015). Para ilustrar la hipótesis que orienta este trabajo proponemos algunos ejemplos específicos:

Entre los años setenta y principios de los años noventa hubo una proliferación de grupos folklóricos de Chiloé que grabaron en sellos discográficos de circulación nacional.

Durante este período Chile vivía una dictadura cívico-militar donde el género folklórico fue explotado –en su versión despolitizada- para dar cuenta de una identidad nacional vista con buenos ojos si se analiza desde la perspectiva del Gobierno de facto. Fue un período en que la Escuela era promotora de un folklore nacional y la Televisión Chilena explotaba el género folklórico, siempre y cuando éste tenga un carácter costumbrista despolitizado. Fue así como el Show más grande de televisión en Chile –y uno de los mayores de Hispanoamérica- como el Festival de la Canción de Viña del Mar, recibió exponentes de lo que se consideraba como “Folklore chileno”. Hubo programas de televisión como “Chilenazo” o “18 en el 79⁷” y el “El Festival de la Una⁹⁸”, entre otros, donde hubo fuerte difusión de la música folklórica y donde, pese a provenir de un archipiélago distante mil kilómetros de Santiago de Chile, participaron grupos de Chiloé que lograron notoriedad a través de la industria discográfica.

En este aspecto, la industria del disco fue un espacio para que no sólo se difundieran las versiones establecidas de antiguos bailes tradicionales (la proyección folklórica), sino también, los grupos folklóricos –ahora ya no exclusivamente del magisterio- comenzaron a crear canciones según los ritmos considerados folklóricos. Algunas de ellas tenían un carácter descriptivo y costumbrista, pero también sirvieron para incorporar visiones críticas respecto de un archipiélago en el cual las salmoneras producían un profundo cambio sociocultural desde la década del 80 hasta el presente. Ejemplos de lo anterior fue lo que ocurrió con los Conjuntos Folklóricos Caituy de Achao y Llauquil de Quellón, los cuales incorporaron creaciones que lograron difusión a nivel nacional y, junto con contenidos descriptivos, ya hacia fines de los 80 cuando comenzaba a decaer el gobierno militar, también grabaron canciones con contenido crítico.

Un ejemplo paradigmático fue la canción “La Mala Pesca de José Cheuquel”, escrita por Ramón Yáñez Delgado y popularizada por el Conjunto Caituy de Achao. En el contexto chilote que en la década del 80 ve los efectos de la pesca industrial sobre la pesca artesanal⁹⁷. El estribillo ilustra desde la voz de un pescador artesanal los efectos nocivos de la pesca industrial sobre las familias pobres del archipiélago de Chiloé: (*estribillo*): *Ya no hay pescao’/ya no hay pescao’/ ya no hay pescao’/ porque los grandes y aquellos barcos se lo han llevado*. La intermediación comunicacional y la apropiación local más importante respecto a esta canción se produjo el año 2016 cuando con la movilización generalizada de los

⁹⁷ En alusión al 18 de septiembre, día en que se conmemoran las denominadas Fiestas Patrias en Chile. ⁷ en alusión a Televisión Nacional de Chile, el canal estatal del país que durante la Dictadura fue un medio controlado por el Gobierno Militar y que sirvió como canal comunicacional del mismo.

⁹⁸ Programa de contenido popular emitido durante la década del 80 por Televisión Nacional de Chile donde hubo cabida para Conjuntos Folklóricos.

⁹⁹ Desaparece un sistema de pesca colectiva de raigambre indígena que se denominaban los “Corrales”

pescadores artesanales produciendo un movimiento social que se conoció como "El Mayo Chilote". Fue entonces donde las personas que se movilizaron se apropiaron de esta canción y comenzaron a interpretarla en las marchas en los principales poblados del archipiélago.

El mismo autor años más tarde grabó una canción denominada "Cómo estás Chiloé", donde se habla del daño medioambiental en Chiloé. Del mismo modo, el Conjunto Caituy popularizó canciones como "Sentimiento Isleño", canción con ritmo de pericono que explícitamente señala: "Hoy yo veo a mi isla sufriendo/ por la mano certera y cruel/ devastando los bosques isleños/desafiando a su pueblo también". Hacia fines de la década del noventa la agrupación publicó la canción "Obreras Chilotas", donde hay una crítica reflexiva en torno a las mujeres que deben salir del campo para asumir labores como obreras en fábricas conserveras de capitales extranjeros en Chiloé.

Otra agrupación que popularizó una canción que recupera la memoria de un antiguo líder indígena de Chiloé fue el Conjunto Llauquil de Quellón, que en uno de sus discos publicó una canción de Amador Cárdenas que se denomina "Antonio Huenteo", nombre del líder williche de Chiloé que a mediados del siglo XX lideró la llamada "Rebelión de Chadmo", nombre con que se conoció un movimiento de Resistencia del mundo indígena respecto a quienes buscaban utilizar las tierras pertenecientes a las comunidades indígenas (Molina, 1987). Esta canción ha sido re-interpretada por distintas agrupaciones de folklore que han surgido en Chiloé cuando abordan temáticas relacionadas con la reivindicación de la cultura indígena en el archipiélago.

Otra situación muy importante de destacar es la concerniente al gran lonco de Chiloé, don José Santos Lincoman Inaicheo, cuya acción política, étnica, social y poética (fue creador de versos y poemas) entronca con este movimiento de los grupos folklóricos, debido a que sus poemas fueron musicalizados por el Grupo Los Remeros de Compu, quienes participaron en encuentros y peñas folklóricas durante la década del 80, aunque sin llegar a grabar un disco en un sello discográfico como los grupos antes mencionados, debido a que, podemos inferir, su lugar de enunciación era el lugar de los pueblos originarios en Chiloé, actores que por mucho tiempo fueron invisibilizados. Si bien *Los Remeros* participaron de los espacios propiciados por la industria cultural local, la misma que generaba todo un entramado simbólico y turístico en torno a "una" cultura de Chiloé, hubo una forma de participación que incorporó en esos espacios una acción musical con contenido crítico. Ya en los setenta vemos en escena al grupo Los Remeros de Compu. Fue así como visitaron el Encuentro Folklórico de las Islas del Archipiélago en Achao (comuna de Quinchao) y la Peña Folklórica de Castro, ambos son eventos que nacieron entre fines de los setenta y principios de los ochenta como expresión misma de los cambios culturales que vivía en un Chiloé que se incorporaba tardíamente a una modernidad desde su subalternidad en la fase neoliberal. Pero también realizaron presentaciones en eventos que, si bien tenían la fisonomía de los festivales folklóricos, constituían un espacio de reivindicación cultural indígena, como es el caso del Festival de Folklore Campesino que se realiza en Osorno impulsado por Fundación Radio La Voz de la Costa de Osorno. Su música también se difundió mediante su participación en actividades culturales en medios de comunicación como Radio Chiloé de Castro y Radio Estrella del Mar de Ancud.

Canciones como "Así llegará la paz" o despierta "peñi querido", contienen un profundo valor reivindicativo. Si hacemos un muy breve recorrido por algunos poemas musicalizados de José Santos Lincoman Inaicheo, podemos observar inmediatamente el lugar de enunciación al cual referimos. Se alude a la opresión del indígena y se sitúa al pueblo williche de Chiloé como parte del pueblo mapuche en general. En este sentido, los textos aluden a una lucha común y a una continuidad histórica en cuanto a las demandas de este pueblo y su opresión: *El Kultrún está llamando/ de Arauco hasta Chiloé/levanta peñi querido/ matuca matuca pues*. Llama la atención un elemento poético que da cuenta de la profundidad del pensamiento de don José Santos. La distinción entre el huinca como aquel sujeto opresor y el "huinquita", aquel mestizo que no se reconoce indígena pero que igualmente es víctima de la opresión por su condición de clase social: *Apúrate pues huinquita/ No te enojas con los indios/Ayúdale y póngale el hombro/A los que tanto han sufrido*. El llamado a quienes tienen que modificar tales condiciones tiene una amplitud: *Levanta hermano chilote/A la voz de Colo Colo/Desde Valdivia a España /Nos están enviando el oro/ Por la Cuesta va subiendo/Lautarito el capitán/El nuevo toqui araucano/ Que en mi tierra va a triunfar*.

Por último señalamos la emergencia de varios conjuntos folklóricos de Chiloé que en la actualidad emergen en pequeñas comunidades del archipiélago, muchos de los cuales siguen los modelos interpretativos de los mismos grupos chilotes que fueron popularizados a través de la industria radial y discográfica, utilizan sus repertorios y realizan creaciones siguiendo parámetros musicales y expresivos para reproducir escenas costumbristas pero también para decir aquellos contenidos que expresan las externalidades del modelo neoliberal en Chiloé: la contaminación socioambiental, los problemas de reconocimiento constitucional y territorial que afecta a los pueblos indígenas y los problemas de clase social que, incluso, aparecen en los repertorios de los grupos de música tropical ranchera de amplia popularidad reciente en la zona pero que, analíticamente, merecen mención aparte.

Reflexiones finales

Los elementos planteados en este trabajo son los fundamentos de un trabajo centrado en la historicidad de los llamados Conjuntos Folklóricos en Chiloé, y su objetivo es comprender los procesos vividos en Chiloé desde esta vereda. Al analizar tales fundamentos la comunicación aparece como un fenómeno decisivo para entender el complejo entramado de transformaciones socioculturales y el uso del género folklórico como un espacio de comunicación en que los actores locales aparecen como agentes siempre bajo la mediación comunicacional mediada por los procesos de introducción del mercado y el neoliberalismo. Por lo tanto el turismo, el marketing y los medios de comunicación en un contexto de capitalismo periférico reciente, abren una ventana para explorar tales procesos desde la perspectiva de la folkcomunicación. Del mismo modo, este trabajo abre la puerta a aproximaciones como el folkmarketing para estudiar la apropiación que, desde la lógica del mercado y el aparato público (fomentando y/o eventualmente cooptando), se realiza en relación a las manifestaciones que históricamente las comunidades reconocen como propias.

Bibliografía

- Bauman, R. (1992). "Performance", en: *Folklore, Cultural Performances and Popular Entertainments*. New York Oxford: Oxford University Press, 41-49.
- Bauman, R. y Briggs, Ch. (1990). "Poetics and Performance as Critical Perspectives on Language and Social Life", en: *Annual Review of Anthropology*, 19, 59-88.
- Briggs, Ch. y Bauman, R. (1996 [1992]). "Género, intertextualidad y poder social". *Revista de Investigaciones Folklóricas* 11, 78-108r
- Beltrao, Luiz (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. Brasil: Editorial Cortez.
- Dupey, Ana María (2008). La estética en la constitución de las identidades folclóricas en el discurso de los Folkloristas. En: *Revista Arte, Individuo y Sociedad*. Volumen 20, p. 7-20.
- Escobar, Arturo (1999). *El Final del Salvaje*.
- Hohfeldt, Antonio (2012). Pesquisa em Folkcomunicação: Possibilidades e Desafios. En: Lopes Filho, Boanerges; Fernandes, Guilher; Coutinho, Iluska; Mendes, Marise; Oliveira, María Jose (Orgs.). *A folkcomunicação no limiar do século XXI*. Brasil: Editora UFJF
- Luyten, Joseph (2016) Folkmedia: Una nueva visión del Folklore y la Folkcomunicación. En: En: Yáñez Aguilar, et. Al *Folkcomunicación en América Latina: Diálogos entre Chile y Brasil*. Chile: Ediciones Universidad de La Frontera.
- Magisterio de Castro. (1994). 25 años de Andanzas, Mariguanzas y Jodiendas. Chile: Olympo. 34
- Mansilla, S. (2006). "Chiloé y los dilemas de su identidad cultural ante el modelo neoliberal chileno: la visión de los artistas e intelectuales", en: *Revista Alpha*, núm. 23, 233-243
- Marques de Melo (2008) *Mídia e Cultura Popular. História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. Brasil: Paulus
- Molina, Raúl. (1987). *El Pueblo Huilliche de Chiloé*. Chonchi, Chile, OPDECH.
- Morales, Roberto y Tamayo, Marco (2012) *Racionalidades en Puga. Pueblos Originarios y Empresas: ambientes, economías y culturas*. Valdivia: Ediciones Universidad Austral de Chile.
- Morales, Roberto; Rojas, Gemma y Yáñez Aguilar Cristián. 2015. *Identidad mapuche-williche en Chiloé a través de las artes musicales y políticas de José Santos Lincoman Inaicheo*. Ponencia al VIII Congreso Chileno de Musicología, Valdivia, Chile.
- Ulloa Galindo, C. y C. Del Valle (2014). "Una mirada a la cultura en la isla de Chiloé (Chile) desde la lógica de la industria cultural", en: *Revista Tram[p] as de la Comunicación y la Cultura*, núm. 77, 5-16.
- Ulloa, Claudio (2016). Personajes y relatos mitológicos en Chiloé: la industria cultural y el mercado de la cultura En: Yáñez Aguilar, et. Al *Folkcomunicación en América Latina: Diálogos entre Chile y Brasil*. Chile: Ediciones Universidad de La Frontera.
- Venegas, C. (2007). "Isla de Chiloé, Chile. Sitios ingeniosos de patrimonio agrícola mundial", en: *Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS). A Heritage For the Future. Experiences on Dynamic Conservation of Traditional Agricultural System*. Food and Agriculture Organization of United Nations and Wageningen International
- Yáñez Aguilar, Cristian (2017). *Canto, memoria y fiesta en Chiloé Insular. Gozos y cantos religiosos en las islas de Quehui y Chelín*. Valdivia: Editorial TextoContexto
- Yáñez Aguilar, Cristian y Fischman, Fernando. (2016). Tradiciones Locales en contexto neoliberal: La Fiesta del Mar en la Isla de Quehui, Chiloé. En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época III Volumen XXII Número 43*, México: 9-3.
- Yáñez Aguilar, Cristian (2015). *Quehui: memorias de una isla del sur*. Valdivia: Editorial TextoContexto
- Yáñez Aguilar, Cristian. (2011). "Memorias de remeros y cambios sociales en una isla de Chiloé, Chile", en: *Historoel, Revista de Historia Oral y Regional*, vol. III, núm. 6, 231-252.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Las Nuevas Medios Y La Ampliación De Las Fronteras De La Comunicación.

The New Media And The Extension of Communication Borders.

As Novas Mídias e a Ampliação das Fronteiras da Comunicação.

*Tânia Maria de Oliveira Teixeira Pinto*¹⁰⁰

Resumen: O presente artigo pretende analisar como as novas mídias potencializaram e democratizaram a distribuição de informação, dando voz dos atores sociais e possibilitando a comunicação e a difusão de mensagens. As fronteiras foram derrabadas e o local tornou-se universal, um exemplo é a poetisa negra da periferia de São Paulo que através das novas mídias, tem a possibilidade de representar o Brasil na França em um gênero literário pouco conhecido em seu próprio país.

Palabras Clave: Novas Mídias, Poesia, Comunicação.

Tema Central:

As novas mídias potencializaram e democratizaram a distribuição de informação, dando voz dos atores sociais e possibilitando a comunicação e a difusão de mensagens. Hoje a poesia se propaga nas periferias do Brasil através desta nova forma de comunicação, dando voz àqueles que não tinham acesso a outros meios de divulgação.

Objetivo:

O presente trabalho pretende analisar como as novas formas de comunicação democratizaram e diversas expressões culturais existentes na periferia do Brasil.

Discussão teórica proposta:

Pretende-se analisar a importância da comunicação e suas conexões com o fortalecimento e divulgação de diferentes manifestações culturais, principalmente, de sociedades periféricas que, por questões econômicas, não tinham acesso ou tinham acesso reduzido à divulgação das suas expressões culturais. Atualmente, os novos meios de comunicação, como a internet, as redes sociais, permitiram a troca de informações, de manifestações culturais, entre diversos atores sociais, democratizam e propagando assim, a cultura local.

Metodologia:

Para esta tese artigo optou-se pela abordagem exploratória, com a opção de estudo de caso de encontros de poesia ocorridos na periferia de São Paulo, além do estudo bibliográfico existente sobre comunicação e expressões culturais e populares.

¹⁰⁰ Tânia Maria de Oliveira Teixeira Pinto. Professora de comunicação no Centro Universitário FECAP – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, mestrado em epistemologia do jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil, taniapi@gmail.com ou tania.pinto@fecap.br.

Artigo

“Quando uma mulher negra, pobre, viveria de poesia?”, com este questionamento Mel Duarte abriu sua palestra na Semana da Comunicação 2017 da FECAP – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, localizada no centro de São Paulo, no dia 10 de maio de 2017. A resposta ao questionamento foi simples, isto é possível, atualmente, porque vivemos na era da digital. As novas mídias quebraram os monopólios das grandes indústrias de arte e comunicação e deram, literalmente, a palavra para todos gerarem conteúdo, superando as barreiras burocráticas como afirma Manuel Castells (2003):

“A história da criação e do desenvolvimento da Internet é a história de uma aventura humana extraordinária. Ela põe em relevo a capacidade que têm as pessoas de transcender metas institucionais, superar barreiras burocráticas e subverter valores estabelecidos no processo de inaugurar um mundo novo. Reforça também a ideia de que a cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade.”

Antes de 1999, com o surgimento do Napster, *software* que permitiu o armazenamento e compartilhamento de músicas em computadores pessoais, para alguém ter sua canção divulgada para algumas centenas de pessoas, era necessário ter um contrato com uma grande gravadora e ceder para ela quase metade da sua obra. Agora, com o compartilhamento digital, não só por *streaming*¹⁰¹ como *Spotify*, *iTunes*, mas também por aplicativos de mensagens via telefone, uma pessoa tem sua obra divulgada em poucos segundos, como ocorreu com a cantora e compositora Ana Vilela em 2016 quando teve sua canção “Trem Bala” distribuída em grupos de amigos através do celular. Atualmente, a canção de Vilela, que foi cantada até pela modelo Gisele Bündchen, está com quase 11 milhões de visualizações¹⁰².

Em entrevista ao site Administradores (2016), a jovem de 19 anos, que trabalhava em um projeto social de musicalização para crianças em Londrina (PR), contou que ficou surpresa com a rapidez que sua canção atingiu as pessoas:

“De maneira alguma! Foi uma surpresa imensa para mim. Quando eu compus a música, gravei de uma maneira simples e mandei para umas cinco pessoas e um grupo. Nunca imaginei que um mês depois isso tudo aconteceria. Eu nem pedi para ninguém espalhar.”

As novas mídias permitiram a ampliação do conhecimento e a troca de informações sem intermediários, o que forma uma grande rede de pessoas conectadas e interessadas nos mesmos assuntos, como afirma Manuel Castells (2003):

“Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. É por isso que as redes estão proliferando em todos os domínios da economia e da sociedade, desbancando corporações verticalmente organizadas e burocracias centralizadas e superando-as em desempenho.”

A revolução digital propiciada pela internet traz consequências sociais, culturais e econômicas. McLuhan (1979) compreendia esta evolução tecnológica como um aprimoramento dos sentidos, da inteligência, da produção e da memória.

Esta distribuição do conteúdo digital auxilia a divulgação de vários tipos de artes, não só a música, outro exemplo é a divulgação de poesias e de locais onde há declamação desta obra por poetas ainda não publicados, na sua maioria. Através de uma busca simples na internet com as palavras “Poema Verdade seja Dita”, de autoria de Mel Duarte, encontramos 161 mil resultados¹⁰³, destes 17.900 vídeos de pessoas ou da própria poetisa recitando seus versos. O poema foi escrito após o deputado federal Jair Bolsonaro (PP-RJ) atacar a também deputada federal Maria do Rosário (PT-RS).

¹⁰¹ Forma de transmissão de som e imagem (áudio e vídeo) através de uma rede qualquer de computadores sem a necessidade de efetuar downloads do que está se vendo ou ouvindo. Fonte: O que é Streaming. Interrogação Digital. Disponível: <<http://www.interrogaodigital.com/central/o-que-e-streaming/>>. Acesso: 31 maio. 2017.

¹⁰² VILELA, Ana. Trem Bala. Youtube, 24 maio. 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCLYHckv6c8Eky4Z02B6v34w>>. Acesso em: 24 maio. 17.

¹⁰³ Google. Poema Verdade Seja Dita. Disponível em: <https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=Poema+Verdade+seja+Dita>. Acesso em: 24 de maio de 2017.

Formada em jornalismo, Mel lê poemas desde criança, aos 18 anos descobriu um movimento existente na periferia de São Paulo onde as pessoas liam o que escreviam, a partir de então, começou a frequentar saraus existentes na periferia da cidade e a divulgar sua arte. Em 2013, de forma totalmente independente, publicou seu primeiro livro, "Fragmentos Dispersos". Em 2016, publicou seu segundo livro, "Negra, Nua e Crua" pela Editora Ijuma, voltada para a publicação de escritores negros.

Há alguns anos, na periferia de São Paulo surgiram vários locais onde as pessoas que simplesmente amam a poesia poderiam se encontrar e conversar sobre o assunto, os mais corajosos, declamam e divulgam suas obras. Com 16 anos de existência, na zona sul de São Paulo, o Bar do Zé Batidão, no Jardim Guarujá, realiza eventos voltados para a poesia, é o "Sarau da Cooperifa", que divulga sua agenda através da página no Facebook que tem mais de 23 mil seguidores. O Sarau da Cooperifa – Cooperativa Cultural da Periferia – foi criado pelos poetas Sérgio Vaz e Marco Pezão, moradores da região que, em entrevista à Lucía Tennina, justificaram a criação do evento por falta de espaços culturais na periferia:

"Não tem espaços culturais na periferia, não tem nada. Mas em todas as periferias sempre tem um bar e a gente ocupou esse espaço e o transformou em nosso espaço, onde ouvimos nossa voz", diz Sérgio Vaz.

A Cooperifa é considerada a pioneira do movimento que se expandiu pela periferia de São Paulo, alguns são realizados em bares, outros são itinerantes, como o coletivo Poetas Ambulantes, contemplados pelo prêmio Todos por um Brasil de Leitores, do Ministério da Cultura, em 2015. O coletivo que oferece poesia aos passageiros dos transportes públicos da cidade, não só declamadas, mas também entregando poemas de própria autoria ou de autores consagrados em diversas linhas de ônibus, trens e metro. Com mais de 17 mil seguidores, a agenda é divulgada também na rede social Facebook.

Desde 2004 o Sarau do Binho, localizado em Campo Limpo, zona sul de São Paulo, realiza toda segunda-feira, sua noite da poesia. O Facebook, com mais de 7 mil seguidores, também foi o meio encontrado pelo fundador, Binho e sua esposa, Suzy Soares, para divulgar a agenda.

Como definido pela professora Lúcia Tennina, os saraus da periferia substituem os centros culturais nestes locais:

"Os saraus das periferias podem ser definidos, de um modo breve, como reuniões em bares de diferentes bairros suburbanos da cidade de São Paulo, onde os moradores declamam ou leem textos próprios ou de outros diante de um microfone, durante aproximadamente duas horas. Muitos bares – espaços nos quais normalmente acontecem os episódios que se transformam em estatísticas posteriormente (os assassinatos e o alcoolismo) – funcionam, desde então, também como centros culturais." (TENNINA, 2015).

A periferia, com este movimento, ainda conforme a professora Tennina, torna-se um mapa cultural da cidade:

Portanto, pode-se afirmar que é possível pensar a periferia já não como um espaço delimitado a partir de valores econômicos e socioestruturantes, mas como um mapa afetivo traçado a partir do circuito de saraus e seus frequentadores. Nesse sentido, os estigmatizados bairros do Capão Redondo, Campo Limpo e Brasilândia, por exemplo, passam a ser chamados de "o bairro do Sarau da Vila Fundão", "o do Sarau do Binho", "o do Sarau Poesia na Brasa". (TENNINA, 2015).

Além dos saraus, cresce também em algumas capitais do país, como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília, os chamados *slam* ou *poetry slams*, encontros de poesia falada e performática, geralmente em forma de competição, onde um júri popular, escolhido espontaneamente entre o público, dá nota aos *slammers* (poetas), levando em consideração principalmente dois critérios: a poesia e a performance. Este formato atrai mais o público jovem que se identifica com a performance e o clima de competição.

Durante três minutos dois poetas se enfrentam em três rodadas recitando poesias autorais quando são avaliados por um júri popular composto pela plateia do evento que analisam, além da poesia falada, a performance e o desempenho dos artistas durante as apresentações. A maior nota vence.

Este tipo de competição poética surgiu em novembro de 1984, em Chicago (EUA), com Marc Smith que criou em seu bar o *Monday Night Poetry Reading*. Desde julho de 1986 até hoje, Smith passou a dirigir o *Uptown Poetry Slam*, um show de três horas de *slam* de poesia.

No Brasil o primeiro registro de *poetry slam* ocorreu nos anos 2000, com o Zona Autônoma da Palavra, organizado pelo Núcleo Bartolomeu de Depoimentos, um Coletivo Paulistano de Teatro Hip-Hop. Segundo o Nexu Jornal, estima-se que atualmente exista 30 *slams* por todo Brasil.

No final de 2016, entre os dias 15 a 18 de dezembro, aconteceu, em São Paulo, a terceira edição do Campeonato Brasileiro de Poesia Falada, o SLAM BR, que reuniu os campeões estaduais brasileiros. A poetisa Luz Ribeiro conquistou o título de melhor poetisa do país, sendo a primeira mulher a ter esse feito no concurso. Com esse resultado foi classificada para a Copa do Mundo de SLAM de Poesias, em Paris, França, em 2017 que aconteceu entre os dias 22 a 28 de maio de 2017.

Luz Ribeiro lançou em 2013 seu primeiro livro, “Eterno Contínuo”, publicado pelo independente Selo do Burro. A jovem de 28 anos, frequentou os sarais comunitários existentes na periferia de São Paulo onde conheceu artistas e poetas que a ajudaram a se expressar. Integrante do Coletivo Poetas Ambulantes, Luz Ribeiro é a criadora do SLAM do Treze, batalha que acontece toda última segunda-feira de cada mês no Largo 13 de Maio, em Santo Amaro (SP).

Um mês antes do SLAMBR, aconteceu no Rio de Janeiro, o Rio Poetry *slam*, primeiro campeonato de poesia falada da América Latina, durante a Flupp – Festa Literária das Periferias. A competição recebeu poetas de 16 países diferentes e teve como campeã Mel Duarte.

Utilizando estas novas mídias, a poesia ganhou ainda mais força em um aplicativo que surgiu originalmente para a fotografia, o *Instagram*. Jovens poetas apropriam-se deste meio para a divulgação da sua obra ou de poetas já consagrados. Esta apropriação do meio visual pelo literário é explicado pelo sociólogo espanhol Manuel Castells:

“...a internet é uma tecnologia particularmente maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda a uma série de resultados sociais potenciais – a serem descobertos por experiência, não proclamados de antemão”. (CASTELLS, 2003)

O acesso às fontes permitido pela internet libertou o conhecimento da formalidade, segundo Pierre Lévy (1999), possibilitando o surgimento de um meio incontrolável, diferente da televisão e da imprensa, instrumentos de manipulação, já que impõe uma visão própria e proíbe a resposta.

Pedro Gabriel escrevia seus poemas em um guardanapo e os fotografava, as imagens foram publicadas em seu perfil do *Instagram*: Eu me chamo Antônio que possui 677 mil seguidores. Em 2016, após três anos divulgando seus poemas no *Instagram* lançou seu primeiro livro pela editora Intrínseca em 2016. Em 2015, o publicitário Lucas Candão lançou seu primeiro livro de poesia, *É Cada Coisa Que Escrevo Pra Dizer Que Te Amo*, após ter seus poemas divulgados no *Instagram* Blogdolucao e conquistar 420 mil seguidores.

As novas mídias moldam a sociedade e estabeleceu novas formas de relacionamento, como afirma MacLuhan (1979):

“Cada produto que molda uma sociedade acaba por transpirar em todos e por todos os seus sentidos”, ou seja, somos influenciados por aquilo que nos rodeia. A internet trouxe inúmeras facilidades, como maior acesso à pesquisa e à comodidade. (MACLUHAN. 1979)

O uso da internet para popularizar as artes serve para multiplicar as oportunidades, mas não para substituir o real, tanto que, os objetivos dos novos poetas é a publicação em papel da sua obra. O teórico francês Pierre Lévy (1999) deixa claro que o virtual não substitui o real, mas uma extensão do potencial humano na busca por novas audiências. A virtualização condiciona a sociedade e a cultura, mas não as determina, ou seja, abrem-se algumas possibilidades que podem se efetivar ou não.

Em sua obra *A Galáxia da Internet*, Manuel Castells observa o aumento dos usuários da internet no consumo de artes e esportes:

“A Internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social, e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação. Di Maggio, Hargittai, Neuman e Robinson (2001) relatam resultados de levantamentos de participação pública que mostram que usuários da Internet (após o controle das demais variáveis) frequentavam mais eventos de arte, liam mais literatura, viam mais filmes, assistiam mais esportes e praticavam mais esportes que não usuários”. (CASTELLS, 2003)

Os novos meios de comunicação propiciam as pessoas unirem ideias e recursos em torno de interesses compartilhados, valorizando elos informais em detrimento das estruturas hierárquicas. Como o artista inglês Jim Clark usa o canal Poetry Reincarnations¹⁰⁴ no Youtube para divulgar obra de escritores consagrados. Utilizando fotografias e áudio de leituras, ele dá vida a poetas mortos há alguns séculos. Com mais de 5 mil inscritos, seu canal atrai jovens para a obra de Emily Dickinson, T.S. Eliot e Edgar Allan Poe, entre outros.

Conclusões

A liberdade de expressão e, principalmente, divulgação de obras, conteúdos trazidos pela internet é primordial para a expansão e fortalecimento de ações culturais que surgem na periferia das cidades ou de indivíduos que antes não tinham acesso ao *mainstream*.

Ações locais tornam-se universais e ganham audiência e projeção independente das grandes organizações que controlam a comunicação. Os *slams*, por exemplo, contribuem para a divulgação da poesia, para competir, a pessoa não precisa ser rapper ou poeta com obra publicada, basta ter coragem para apresentar sua poesia em público. A maioria dos competidores falam sobre suas experiências pessoais, como preconceitos sofridos, violência, política, genocídio, machismo, colonização, diferenças sociais. Levando sua mensagem para além das fronteiras de um bairro, um município.

Segundo Décaudin, a Apollinaire e Marinetti lançaram o slogan “a poesia está em toda parte do mundo e que basta saber captá-la, assim como o receptor da telegrafia sem fio capta as ondas invisíveis e, no entanto, presentes ao redor de nós.

Não só a poesia, mas a arte em geral, os movimentos sociais, com o advento das novas mídias, rompem barreiras e tomam toda a parte do mundo.

Foi assim que duas mulheres pobres e negras, ganharam o mundo e foram representar o Brasil na França, caso de Luz Ribeiro, e em Angola, caso de Mel Duarte que em 26 de maio de 2017 participou do Festival de Literatura Luso-Afro-Brasileira como representante da poesia contemporânea do Brasil.

¹⁰⁴ CLARK, Jim. Poetry Reincarnations. Youtube, 26 maio. 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCZT0grhJ-VQDPLoV14F-ivQ>>. Acesso em: 25 maio. 17.

Bibliografia

BAKHTIN, M. Estética da criação verbal. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BLOG DO LUCÃO. Perfil *Instagram*, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/blogdolucao/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

CASTELLS, Manuel. A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CLARK, Jim. Poetry Reincarnations. Youtube, 26 maio. 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCZT0grhJ-VQDPLoV14F-ivQ> >. Acesso em: 25 maio. 17.

COELHO, Karol. Sem sede há 4 anos, Sarau do Binho cresce ocupando escolas e centros culturais. Nexo Jornal. Produção on-line, 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/12/20/O-que-s%C3%A3o-slams-e-como-eles-est%C3%A3o-popularizando-a-poesia>>. Acesso em: 24 maio 2017.

COOPERIFA OFICIAL. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/Cooperifaoficial/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

DÉCAUDIN, Michel. La crise des valeurs symbolistes: vingt ans de poésie française (1895 – 1914). Paris: Champion. 2013.

DUARTE, Mel. Negra, nua e crua. São Paulo: Ijuma, 2016.

_____. Fragmentos Dispersos. São Paulo: Independente - Na Função, 2013.

_____. Participação em entrevista ao site Alma Preta em 07 abril 2017. Disponível em: <<http://almapreta.com/editorias/da-ponte-para-ca/mel-duarte-lista-7-slams-de-poesia-que-voce-precisa-conhecer>>. Acesso: 23 maio 2017.

_____. Participação em entrevista ao site Gente IG em 07 setembro 2016. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/cultura/2016-09-07/mel-duarte-poesia.html>>. Acesso: 23 maio 2017.

EU ME CHAMO ANTONIO. Perfil *Instagram*, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/eumechamoantonio/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

GABRIEL, Pedro. Ilustre poesia. Eu me chamo Antônio: Eu me chamo Antônio. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

GOOGLE. Poema Verdade Seja Dita. Disponível em: <https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=Poema+Verdade+seja+Dita>. Acesso em: 24 de maio de 2017.

GRANDS SLAM NATIONAL ET COUPE DU MONDE. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<https://fr-fr.facebook.com/grandslamnationaletcoupedumonde/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

ISTO É. Saraus de poesia encantam a periferia de São Paulo. Disponível em: <<http://istoe.com.br/saraus-de-poesia-encantam-a-periferia-de-sao-paulo/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

LÉVY, P. Cibercultura. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Juliana D. Nexo Jornal. Produção on-line, 2016. O que são *slams* e como eles estão popularizando a poesia. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/12/20/O-que-s%C3%A3o-slams-e-como-eles-est%C3%A3o-popularizando-a-poesia>> Acesso: 23 maio 2017.

LUCÃO. É Cada Coisa Que Escrevo Só Pra Dizer Que Te Amo. São Paulo: Benvirá, 2015.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P. et al. Gêneros Textuais e Ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

McLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. Trad. Décio Pignatari. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1979.

O QUE É STREAMING? Interrogação Digital. Disponível em: <<http://www.interrogacaodigital.com/central/o-que-e-streaming/>>. Acesso em: 31 maio. 2017.

POETAS AMBULANTES. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/PoetasAmbulantes/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

POETRY SLAM BRASIL. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/POETRYSLAMBRASIL/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Luz. Eterno Contínuo. São Paulo: Independente - Selo do Burro, 2013.

_____. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<http://www.facebook.com/luzribeiropoesia/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

SARAU DO BINHO. Perfil Facebook, 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SarauDoBinho/?fref=ts>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

SERVA, L. P. Babel: a mídia antes do dilúvio e nos últimos tempos. São Paulo: Mandarin, 1997.

SLAM. POETRY: A HISTORY. Huff Post, 2016. Disponível em: <<http://m.huffpost.com/us/entry/4944799>>. Acesso: 29 maio 2017.

SORÁ, Gustavo (2010). Brasilianas: José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro. São Paulo: EDUSP.

TENNINA, Lúcia. Saraus das periferias de São Paulo: poesia entre tragos, silêncios e aplausos. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea. On-line version ISSN 2316-4018. Estud. Lit. Bras. Contemp. no.42 Brasília July/Dec. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2316-40182013000200001#end> Acesso em: 24 maio 2017.

UM CARTÃO. Perfil *Instagram*, 2017. Disponível em: <https://www.instagram.com/umcartao/>>. Acesso em: 22 maio. 2017.

VILELA, Ana. Trem Bala. Youtube, 24 maio. 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCLYHckv6c8Eky4Z02B6v34w>>. Acesso em: 24 maio. 17.

_____. Participação em entrevista ao site Administradores em 25 outubro 2016. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/entretenimento/quem-e-a-autora-da-musica-trem-bala-que-viralizou-no-whatsapp/114534/>> Acesso: 22 maio 2017.

WIKIPEDIA. Marc Smith (poet). Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Marc_Smith_\(poet\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Marc_Smith_(poet))>. Acesso em: 29 maio. 2017.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Medios y difusión de conocimientos: Agricultura Familiar y Agronegocio en Propaganda Y no se que es lo mismo, de la red Globo

Mídia e difusão de conhecimentos: Agricultura Familiar e Agronegócio na Propaganda 'Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo' veiculado pela Rede Globo

*Daiane Cristina de Siqueira Rocha*¹⁰⁵

*Irenilda de Souza Lima*¹⁰⁶

*Betânia Maciel*³

Resumen: Na veiculação da propaganda 'Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo' veiculado pela grande mídia brasileira trouxe-nos conteúdo para analisarmos a mensagem da mídia como difusora de um conhecimento ideologicamente marcado para confundir o grande público sobre duas concepções diametralmente opostas em termos de sentido quanto a forma de produzir e de ser no mundo rural brasileiro. Na metodologia utilizamos a análise de conteúdo contextual (aspectos semânticos) para interpretar o conteúdo. Nossas conclusões iniciais indicam que os meios de comunicação que veicula essas mensagens, no caso a Rede Globo pretendem difundir para o público a ideia de similaridade dos segmentos produtivos apresentados.

Resumen: La referida investigación se propone analizar el concepto de agricultura familiar y agronegocio presentados en la propaganda 'Agro es Tech, Agro es Pop, Agro es Todo' vehiculado por la Rede Globo de televisión. El objetivo es analizar el mensaje que la emisora desea pasar al público. Para ello, utilizaremos la metodología del análisis de contenido contextual (aspectos semánticos) para interpretar el contenido.

Palabras Clave: Comunicação, agricultura, agronegócio.

Introdução

O conceito de agricultura familiar e agronegócio é estudado nesta pesquisa tomando como base a propaganda veiculada pela Globo 'Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo'. Durante o mês de junho 2016, a TV Globo passou a exibir a referida propaganda produzida pela própria emissora, segundo ela, para fortalecer o agronegócio no país. Wanderley (1996) conceitua agricultura familiar como:

"[...] que a agricultura familiar é um conceito genérico, que incorpora uma diversidade de situações específicas e particulares. Porém, como conceito de análise, pode ser entendido como aquela em que a família, ao mesmo tempo em que é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento". (Wanderley, 1996, p. 16)

Neste sentido, agricultura familiar é entendida como produção realizada pela força de trabalho dos componentes da própria família. Algumas características conferem ainda unidade de produção agrícola familiar, como também é conhecida e produz hoje cerca de 70% dos alimentos que chegam às mesas dos brasileiros. Produtos que vêm dos agricultores familiares que exploram determinada área.

¹⁰⁵ Daiane Cristina de Siqueira Rocha. Universidade Federal Rural de Pernambuco, aluna especial do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, Brasil, daianerocha22@gmail.com.

¹⁰⁶ Irenilda de Souza Lima. Universidade Federal Rural de Pernambuco, doutora em Comunicação, Brasil, irenilima2@gmail.com.

³ Betânia Maciel, doutora em Comunicação.

No que concerne ao agronegócio ou agribusiness como também é chamado, é o modelo dominante no Brasil, relacionado à agricultura e pecuária. O que compreende a produção, processamento e distribuição. Também é conferido ao agronegócio as plantações, criações de animais, relações comerciais, entre outros.

Participam também nesse complexo, os agentes que afetam e coordenam o fluxo dos produtos, tais como o governo, os mercados, as entidades comerciais, financeiras e de serviços. O agribusiness incorpora em seu conceito os agentes que imprimem dinâmica a cada elo da cadeia que sai do mercado de insumos e fatores de produção (antes da porteira), passa pela unidade agrícola produtiva (dentro da porteira) e vai até o processamento, marketing, transformação e distribuição (depois da porteira) (PIZZOLATTI, 2009, p.2).

Sugere-se que o modelo dominante no país é um modelo que visa a economia, bem como o lucro e que represente os anseios da classe dominante. Neste caso, a agricultores familiares ficam, num espaço reduzido, escassos às políticas públicas que pouco condicionam suas necessidades. Os dois modelos são antagônicos e neste contexto, a Globo responsável por produzir a campanha, é uma empresa inserida economicamente em títulos de grandes empresas.

A campanha em análise foi concebida pelas gerências de Marketing e de Comunicação da Rede Globo e segue até junho de 2018. A cada 15 dias um novo tema é apresentado ao público, com vídeos de 1 minuto de duração. Na perspectiva de Adorno (1995), a televisão é ideológica e propicia a divulgar aparatos ideológicos.

[...] suspeito muito do uso que se faz em grande escala da televisão, na medida em que creio que em grande parte das formas em que se apresenta, ela seguramente contribui para divulgar ideologias e dirigir de maneira equivocada a consciência dos espectadores. (ADORNO; 1995; p.77)

Neste contexto, Adorno se refere a uma opinião pautada pela mídia, de acordo com ele, com produção de mensagens direcionadas ao público. Em sua concepção, o espectador, na maioria das vezes, não interpreta essa mensagem. “O consumidor seduzido pela publicidade não é um enganado, mas um encantado. Em síntese, alguém acolhe uma proposição estetizada. Repito minha fórmula da época: publicidade funciona como cosmético da comunicação (LIPOVESTKY, 2000, p. 9). Neste contexto, a televisão, por meio da publicidade, tem o poder de enviar e fixar mensagens diversas na mente das pessoas, apropriando-se ainda de imagens e sons que ficam na memória e de fora muito fácil encantam as pessoas, tornando falsa verdade. Apenas as pessoas que conseguem fugir da passividade é que encergam as reais facetas da mídia.

A televisão é muito atrativa, é o que disse Mattelard (1996):

“Os meios de comunicação, destinados a abrir o mercado para novos produtos e interesses, elaboraram também o perfil de um novo tipo de homem em um novo tipo de meio ambiente.” (MATTELARD, 1996: 175).

As discussões sobre os benefícios e malefícios da mídia não são recentes e revelam a complexidade do tema e da abordagem.

Objetivos

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel da mídia como difusora de conhecimentos. Nos objetivos específicos estava a pretensão de analisar de que forma a veiculação da propaganda sobre agronegócio tem a intensão de confundir o grande público sobre a similaridade das ideias de agronegócio e agricultura familiar. Outro objetivo é compreender qual é o papel da mídia na formação social dos cidadãos e identificar algumas relações entre a mídia, a população, o agronegócio e a agricultura familiar.

É importante pesquisar essa temática porque a mídia se faz cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, tomando-se como verdadeiro instrumento de manipulação social e dominação cultural. As informações recebidas pelas diversas mídias, principalmente a televisão, exercem forte influência nos hábitos e costumes da população, com grande poder de manipulação, ditando regras de conduta e de consumo, constituindo-se num importante veículo de transmissão de informação e de formação de opinião.

Neste contexto, esta pesquisa é importante por sugerir um despertar crítico da população. A pesquisa sugere, ainda, que o cidadão desenvolva um despertar crítico do que lê, do que vê, do que escuta.

Neste caso específico, é importante desconstruir os conceitos construídos pela mídia brasileira, no que se refere ao agronegócio e agricultura familiar. Procurar compreender a mensagem ou as mensagens que a mídia brasileira deseja repassar na população, a exemplo desta campanha, no caso da rede Globo que foi o veículo que a produziu. É sabido que os veículos de comunicação têm uma vantagem em cima dos cidadãos, que é a máquina midiática.

Desta forma, é importante destacar o cenário, a época e os entraves sociais que foi produzida esta campanha. Qual momento histórico? Como está a situação atual do Brasil? Por que a Globo teria interesse de veicular uma propaganda assim?

Metodologia

Em termos metodológicos, foi utilizada a análise de conteúdo da peça publicitária para interpretar tal questão. O período da análise foi entre 11 de julho de 2016 a 01 de outubro de 2016. O início da propaganda foi em junho de 2016 e a previsão de término é junho de 2018.

Para Bardin (2009), a análise de conteúdo é uma técnica para analisar os diversos métodos comunicacionais. “Mas observa com interesse as tentativas que se fazem no campo alargado da análise de comunicações: lexicometria, enunciação lingüística, análise de conversação, documentação e base de dados, etc” (BARDIN, 2009, p.27). Na concepção da autora, é função da análise de conteúdo um desvendar crítico do material estudado.

Os objetivos da análise de dados segundo Bardin, são analisar as características de uma mensagem através da comparação com um público distinto que esteja recebendo essa mensagem. Analisar o contexto ou significado de conceitos nas mensagens e as condições que fizeram a Globo produzir tal campanha.

Descrição da análise de dados

Na pesquisa foram analisados vídeos desde o dia 11 de julho de 2016 a 01 de outubro de 2016. Os referidos vídeos estão na página da própria campanha, hospedada dentro do G1, site oficial da Globo: <http://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-a-industria-riqueza-do-brasil/>.

Os resultados iniciais sugerem que a campanha é tendenciosa, pretendendo reavivar na sociedade brasileira riqueza do agronegócio, tendo em vista o alto poder que possui a TV em todo seu conjunto (imagens, sons, etc.).

Foram analisadas temáticas (frango, café, milho, laranja e flores). Esses produtos são comuns no dia a dia das mesas dos brasileiros e as flores também fazem parte do dia a dia de muita gente. Durante a veiculação dos vídeos, é notável o ênfase dado à geração de riqueza, faturamento, exportações, palavras muito usadas nos vídeos. Sempre é destacado os produtos brasileiros vindos do campo.

- **No vídeo do frango**, é divulgado que 2015, a indústria do frango movimentou US\$ 6 bilhões em exportações. Atribuem a geração de 3,5 de empregos e que o produto está em toda cadeia produtiva, além de informar que o frango é a carne mais presente no prato dos brasileiros. As granjas faturam R\$ 50 bilhões de reais por ano. Patrocinadores: Ford e Seara exibidos no final do vídeo.
- **Café** – É atribuído ao café um sucesso, o café que é popular durante as manhãs, mas também todo o dia. É divulgado também que o produto é exportado, além de serem enfatizados o gosto, o sabor e o aroma do café com imagens marcantes. Entretanto a fonte dessas informações não são citadas no vídeo. Além de dizer que o café está na história da agricultura brasileira. Número 01 mundial em exportação e que o café é um hábito diário dos brasileiros. Uma geração de receita de R\$ 6 bilhões de dólares em 2015. Diz que o aumento das rendas das propriedades aumentará em 15% em 2016 e que o produto está na casa e na vida dos brasileiros. Emprego de três milhões de pessoas. Na cultura, no futuro.
- **Milho** – Atribuí-se ao milho um faturamento em R\$ 43 milhões em 2016, uma análise que eles atribuem ao Ministério da Agricultura. No vídeo é falado que o milho é o grão mais consumido no mundo. Aplicações em variedades de sementes. Também que está no amido do talco infantil. Neste caso, liga-se a geração de renda, emprego e o fortalecimento das indústrias e exportação. Já que produzir talcos gera riqueza para quem produz.

- **Laranja** – Passa a mensagem de que o Brasil é o maior produtor e exportador de suco de laranja do mundo e que em 2015 fechou com um faturando de US\$ 1,8 bilhão. De cada dez copos de sucos bebidos no mundo, seis são de origem brasileira. Também que a produção de laranjas no país movimentou o campo e a indústria e emprega mais de 200 mil brasileiros.
- **Flores** – Segundo o vídeo, a produção das flores está sempre em alta e não tem sido prejudicada pela crise. No vídeo fala-se em flores com experiências genéticas para criação de vários tipos de flores. Variedades para um mercado que eles chamam de “certo”. Agericultores e comerciantes faturam em 2015 R\$ 6 bilhões. “Flor é alegria, é lembrança, é saudade”, trecho exibido no vídeo, o que remete a flor a algo que encanta, doçura, alegria, o que não pode faltar no dia a dia das pessoas. “Flor é perfume”, e sem perfume as pessoas hoje dificilmente podem viver sem, já que a era dos cosméticos está cada vez mais em alta.
- **Agronegócio** – logo no início do vídeo é dito que o agronegócio está em tudo, nas máquinas, na ração que alimenta os animais (que geram lã, logo parece a imagem de roupas de frio). “Roupas estão na moda e moda gera lucro”, o que acaba gerando, segundo o vídeo, empregos e investimentos. “Tudo vem do agro”

Foi observado que a campanha é exibida em horário nobre, a exemplo do horário da noite, em intervalos das novelas globais, jornal, nacional, com maior foco no horário da novela das 09h. Essa hora, grande parte da população já está em casa, tendo em vista que já chegaram do trabalho.

Os resultados desse trabalho foram desenvolvidos a partir das discussões teóricas dos autores que embasaram este estudo. De acordo com (CHARAUDEAU 2012):

Trata-se de linguagem enquanto ato de discurso, que aponta para a maneira pela qual se organiza a circulação da fala numa comunidade social ao produzir sentido. Assim, pode-se dizer que a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação. (CHARAUDEAU, 2012, p. 34).

A frase efeito da campanha: ‘Agro, a indústria riqueza do Brasil’, atribuí ao agronegócio a riqueza do Brasil, que ele está presente em toda a cadeia produtiva do país. Os termos ‘Pop’, se refere a popular e Tech a tecnologia. Neste sentido, os próprios termos já dão pistas de que a campanha já é tendenciosa, dando pistas explícitas de que a campanha é tendenciosa e valoriza a tecnologia, relacionando o popular do país ao agronegócio, passando a impressão de que o agronegócio está presente no dia a dia das pessoas, é simples e consegue atender as demandas da população.

Neste contexto, outro ponto que realçamos na pesquisa é que Rede Globo faz uma veiculação comercial com aparência de proposta educativa e esclarecedora. Destacamos que vários patrocinadores que aparecem nos vídeos são grandes anunciantes ou patrocinadores da própria emissora.

Considerações

As observações permitem considerar que a mídia exerce um papel importante na formação de opinião com influência na formação geral com repercussão social e para a cidadania. Neste aspecto este trabalho analisou o desempenho da mídia como difusora de conhecimentos e essa função deve ser questionada. Analisamos ainda que a forma de veiculação da propaganda sobre agronegócio tem a intenção de confundir o grande público sobre a similaridade das ideias de agronegócio e agricultura familiar. No âmbito da agricultura familiar está sobretudo as práticas tradicionais de produzir principalmente a cultura enquanto o agronegócio está associado às grandes produções de monocultura e capital e de grandes grupos econômicos. Foi possível compreender o poder da mídia na formação social dos cidadãos, influencia na formação de opinião. É notável que a campanha coloca o agronegócio acima e tudo. Em relação à agricultura familiar.

Referencias

ADORNO, T. W. Educação e emancipação. Tradução: Wolfgang Leo Mar. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1995.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009

CHARAUDEAU, P. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2012.

<<http://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-a-industria-riqueza-do-brasil/noticia/2016/10/agronegocio-e-valorizado-em-campanha-da-rede-globo.html>> Acesso em 20 de dezembro de 2017, às 14h17.

LIPOVETSKY, Gilles. Sedução, publicidade e pós-modernidade. Famecos, Porto Alegre, v. 1, n. 12, p.7-13, jun. 2000. Semestral. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3062> Acesso em: 21 dez. 2017.

MATTELART, Armand. Comunicação-Mundo. 3.ed. Petrópolis. Editora Vozes, 1996.

PIZZOLATTI, Ives José. Agribusiness. Tangará: UNOESC, 2009.

WANDERLEY, Maria Nazaré de Baudel. Raízes históricas do campesinato brasileiro. ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 20, 1996. GT17. Processos Sociais Agrários. Caxambu, MG. Out. 1996.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Representaciones culturales en el Museo Etnográfico: El caso EL Gran Museo del Mundo Maya de Mérida

Cultural Representations in the Ethnographic Museum: The case EL Gran Museo del Mundo Maya de Mérida

Representações culturais no Museu Etnográfico: O caso EL Gran Museo del Mundo Maya de Mérida

Francisco Fernández Repetto¹⁰⁷

Alejandra Ramírez Gallardo¹⁰⁸

Resumen: Identificación y discusión de las representaciones culturales expresadas sobre el pueblo maya en el Gran Museo del Mundo Maya de Mérida, en Yucatán México a través del análisis del guión museográfico.

Palabras Clave: Representaciones culturales, Museo etnográfico, Guión museográfico, Mercantilización de la cultura.

Tema central

El museo como una institución ideológica ejerce una influencia directa en la configuración de los imaginarios sociales sobre la representación que se configura sobre un pueblo. Bajo este entendido, estudio las representaciones culturales que el museo presenta sobre el pueblo maya centrándome en la construcción de identidades regionales y locales, las cuales de acuerdo con Santacana Mestre, Joan Hernández Cardona y Francesco Xavier (2006) son expresadas a través de un guión museográfico, el cual, se compone de tres elementos: la fórmula expositiva, el modelo de gestión y la función pedagógica del museo. En este texto me centro en el análisis de la fórmula expositiva del GMMMM. Este análisis sugiere que dicho museo promueve una imagen exótica del pueblo maya debido a que incentiva el desarrollo de la marca turística "Mundo Maya" mercantilizando así con la cultura del pueblo maya.

Objetivos.

Compartir los resultados de mi experiencia aplicando la "Guía de observación de museos etnográficos".
Identificar e interpretar las representaciones culturales en el museo etnográfico.

Discusión teórica

Representaciones culturales en los museos etnográficos

El concepto de representaciones culturales tiene su origen en el concepto de "representaciones sociales" introducido por Sergei Moscovici ([2000] 1998), en donde él estudia las imágenes que nos formamos sobre una cultura para expresar su totalidad. Moscovici alude a una modalidad de pensamiento colectivo que nombra "sentido común" y que se guía con base a las representaciones, las cuales son mucho más que idearios externos al individuo, estas refieren tanto a procesos externos como a internos sobre "objetos" específicos. Su análisis contribuye a desnaturalizar ideas (Serge y Duveen, Gerard. ([2000] 1998)).

¹⁰⁷ frepetto@correo.uady.mx

¹⁰⁸ Alejandra Ramírez Gallardo, Universidad Autónoma de Yucatán, Ph (c), México, alejandrarmzg@gmail.com.

Estos supuestos han tenido un gran impacto dentro de las ciencias sociales, al punto tal, que actualmente, hablamos sobre distintas escuelas. Dentro de la teoría antropológica la representación es una categoría de análisis central, la cual, puede entenderse como el intento de explicación de una realidad, podría ser un encuentro, en ese proceso, la búsqueda de relaciones para la comprensión de dos realidades se convierte en una idea, una metáfora o una construcción.

¿Cómo se expresan estas representaciones de los otros? ¿Quién está autorizado para hacer una representación de una cultura? Las representaciones culturales que son materializadas en un museo nacional me permiten identificar y estudiar las narrativas concernientes a la memoria y a la identidad que son expresadas en imágenes visuales y sonoras, las cuales sintetizan y crean estereotipos de una cultura.

James Clifford (1998) advierte que el poder político del museo para articular los modos expresivos de su exhibición se manifiestan en la manera en la que el museo presenta a las producciones humanas como metonimia de una cultura, en donde una imagen, representa un todo, configurando así las representaciones culturales que identifican y estereotipan a un pueblo, en donde esta institución organiza y comunica las producciones de la cultura material a través de narrativas que configuran un sentido de identidad. Las colecciones crean la ilusión de adecuar la representación de un mundo de sus contextos específicos y hacen de los objetos una cosa abstracta de un todo, cumpliendo así esta función. De este modo, el museo realiza acciones orientadas en crear significados, los cuales son evidenciados y mistificados como un acto de representación.

Esto nos conduce al tema de mercantilización de la cultura, en donde se construye una imagen de un pueblo para comercializar a este como una marca cultural; esto conlleva relaciones de poder manifestadas por las clases dominantes, concentradas en el estado y en la iniciativa privada, quienes invierten en proyectos museográficos, lo que implica la inversión de dinero público y privado, lo que permite observar cómo se trasladan las formas de proceder del comercio neoliberal a los bienes culturales, pero también, aplicando las lógicas del comercio a las personas que dan sentido a esta vida cultural que se representa en el museo. Las acciones a través de las cuales un museo convierte a un pueblo en mercancía es un fenómeno que ha sido estudiado a profundidad por Ames (1992), Karp (2007 [2006]), Kirshenbaltt-Glimbet, (2007 [2006]), Bouquet (2012).

El guión del museográfico etnográfico: Anclaje de una cultura en el tiempo y el espacio

El museo se configura como la institución que hoy conocemos a finales del siglo XIX. En este periodo surgen tres categorías de museos: Museo de historia natural, museo de arte y museo etnográfico. En ese sentido, mi centro de interés es el "museo etnográfico, también conocido como: "museo de antropología", "museo nacional" o "museo regional", el cual a lo largo del tiempo se ha investido de autoridad para representar a la cultura de los pueblos a través de la interpretación de las producciones materiales e inmateriales de estos, dicho procesos se expresan mediante un guión museográfico.

La forma en la que el museo crea estereotipos de una cultura y consolida imágenes de esta es un fenómeno que ha estudiado Michel Ames (1994) quien explica como los antropólogos crean a las culturas y moldean los estereotipos de estas, los cuales se exhiben en los museos y se pregunta: ¿Los museos son una institución necesaria para el desarrollo de una sociedad? En ese sentido, existen diversas posturas, Ames (1994) considera que el museo es una maquinaria constructora de estereotipos que debe renovarse, por otro lado, hay quienes opinan que el museo debe permanecer porque su función consiste en mejorar la vida de las personas como lo manifiesta Steve Weil (2002).

Entonces, si el museo sirve para mejorar la vida de las personas, el museo etnográfico pretende fomentar el sentido de nación, lo cual implica fortalecer el sentido de memoria y de identidad. Por esa razón es conveniente comprender la función que cumple el GMMMM en la sociedad en la que se inscribe.

El museo a través de un guion museográfico musealiza a una cultura, con esto quiero decir que el museo ancla a una cultura en el tiempo y en el espacio, de aquí se derivan formas concretas de expresión tales como la territorialización, la mercantilización, la petrificación, la normalización y la exclusión de un (pueblo-cultura), esto es posible observarlo en recursos expresivos propios del lenguaje museográfico. De este modo, una de mis conjeturas iniciales es que hay una estrecha relación entre el guion museográfico y la organización, es decir el museo que lo produce, esta organización se compone de personas actuando bajo un referente ideológico y deontológico que da forma al museo.

La museografía se convierte entonces en el carácter sensorial de la representación, sin embargo, los museos representan sólo una visión parcial e institucional, es decir, doctrinal y normativa sustentada en un marco legislativo, sobre lo que son las culturas. En ese sentido me pregunto ¿cómo se representa al pueblo maya en el guion museográfico del GMMMM? ¿A través de que estrategias y cuáles son las expresiones de este proceso? Mi intención es poner a discusión

los modos discursivos del museo, es decir, cómo me dice y qué me dice el museo sobre la herencia cultural de un pueblo. Las conclusiones me permitirán inferir sobre el fin utilitario de sus modos expresivos, es decir, su fórmula expositiva.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

La observación participante es la base de la etnografía contemporánea. El eje central de esta descripción es definir el lugar desde el cual escribimos la etnografía, en mi caso, me interesa describir el tipo de relación que tengo con el museo. En ese sentido, la escribo como usuaria de este, debido a que, para el museo, los usuarios somos todos aquellos que nos acercamos a él con un objetivo concreto que escapa al mero esparcimiento o conocimiento de la investigación, buscando un acercamiento más profundo, como puede ser la investigación.

La realización de esta investigación de corte cualitativo y se inscribe dentro de la tradición etnográfica como la reconoce Matt Alvesson (2004) en un estudio descriptivo interpretativo, los datos recabados son analizados desde la óptica interpretativa, siendo la etnografía el eje estructurador de este proceso.

Principales resultados

Análisis del guión museográfico del museo GMMMM

El GGMM ocupa un predio de poco más de dos hectáreas en el norte de Mérida. Diseñado por el despacho arquitectónico español, 4M, integrado por los arquitectos Josefina Rivas Acevedo, Enrique Duarte Aznar, Ricardo Combaluzier Medina y William Ramírez Pizarro, el recinto recibió el Partnerships Awards 2012 en la sección "Proyectos Innovadores para la preservación del patrimonio cultural y su divulgación". De acuerdo con sus creadores, el diseño del inmueble se basó en el universo que la cosmogonía maya estructuró en tres niveles: cielo, tierra e inframundo.

Los arquitectos, buscaron conciliar aspectos de la cosmogonía maya, apegándose a la Tradición del Popol Vuh, retomando la idea de que los mayas imaginaron un árbol sagrado en el centro de la tierra, cuyas ramas sostenían el cielo y cuyas raíces penetraban en el inframundo. Este árbol, que unía a los tres niveles del universo, era la ceiba, o ya'axché. "

"En la mitología maya se asocia con la fertilidad humana y la estabilidad cósmica, por lo que en el proyecto arquitectónico del GMMMM, las salas de exhibición, los patios, las terrazas, los jardines, la plaza de acceso, el umbral, se presenta como un homenaje a la ceiba". De este modo el museo, responde a su calidad de maya en función que comunica la idea de un pasado común originado en un origen cosmológico.

El guión museológico y la museografía del GMMMM estuvieron a cargo de Estudio Museográfico, un despacho que asumió el proyecto desde una "perspectiva multidisciplinaria y pensándolo a partir de sus visitantes". Para ello realizó estudios de público tomando en consideración a mayas, hispanos y angloparlantes que revelaron intereses, anhelos y expectativas. Estas discusiones, fueron realizadas con el apoyo de especialistas, integrado por académicos, en su mayoría antropólogos físicos y sociales, etnólogos, historiadores y arqueólogos especialistas de la cultura maya.

El Museo exhibe una colección de más de 1,160 piezas que incluye textiles, elementos religiosos, piezas y diversos objetos que reflejan la vida cotidiana actual de los mayas. También se muestran grabados, libros y documentos históricos, así como obras artísticas y religiosas de la época colonial; acervos de la época prehispánica que incluyen estelas, bajorrelieves y esculturas realizadas en distintos materiales.

Los temas o ideas centrales se orientaron mediante los siguientes ejes: Continuidad y cambio, vínculo con la naturaleza, territorio y vida cotidiana. Estos arrojaron datos tales como: "Que los mayas centran su interés en el pasado arqueológico, sin considerar al pueblo maya como un grupo vivo, y que éste, a su vez, percibe una ruptura entre su cultura actual y su pasado histórico o arqueológico" (sitio de internet del GMMMM). Estos temas son el eje orientador del recorrido, en el cual: "Buscando un *equilibrio entre tradición y modernidad* (las cursivas son mías), se buscó emplear recursos museísticos clásicos como:

Vitrinas, cédulas, impresos, maquetas, dioramas, y a estos se agregaron elementos tecnológicos de vanguardia, como proyecciones multimedia, interactivos, reconstrucciones de fachadas y hallazgos arqueológicos" (sitio de internet del GMMMM).

Otro de los recursos narrativos con los que cuenta el museo: “son los audios que están presentes en las salas, en donde se emplean fragmentos de entrevistas, cuentos, rezos, cantos y música de los mayas contemporáneos (Sitio de internet del Gran MMMM).

Como parte de su misión y visión, el GMMMM tiene intereses comerciales, cuando se hace expreso que pretende un posicionamiento del mundo maya, lo cual, como hemos visto, responde a una categoría comercial: “Posicionar a México y al estado de Yucatán como puerta de entrada al *mundo maya* a través de la divulgación, promoción y difusión de las colecciones tanto permanentes como temporales, así como fomentar el conocimiento de otras culturas, como base de su proyección social y educativa.

Su propuesta quiere corresponderse a su tiempo, genera de este modo en su recorrido, un proceso de comunicación cultural con los visitantes a través de sistemas interactivos, digitales, proyecciones, salas de inmersión, audiovisuales y líneas de internet. “Esto permitirá consolidar a Mérida como la Capital Cultural del Sureste de México” (Sitio de internet del GMMMM).

El Gobierno del Estado de Yucatán, a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto de Historia y Museos de Yucatán establecen que El GMMMM se encuentra en una posición idónea para derivar mayores beneficios en el futuro, a partir de la apropiación ciudadana y del creciente número de turistas culturales que lo incorporen en sus recorridos, en donde “su marco conceptual se fundamenta en los valores de la identidad colectiva y la memoria histórica de Yucatán en justo y retador equilibrio con la posmodernidad” además de ser el único museo del mundo “enfocado en una etnia viva”(Sitio de internet del GMMMM).

Mercantilización de la cultura: La Marca Mundo maya

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD por sus siglas en inglés) destacó en 2007 la importancia del turismo en el desarrollo económico del estado de Yucatán, señalando los principales atractivos de este como “los sitios arqueológicos, las playas, el ecoturismo y el turismo de aventura, las ciudades coloniales, las artes y la cultura”. Indicó también que, pese a que el estado recibe anualmente a más de 1.4 millones de turistas (nacionales y extranjeros), no cuenta con la infraestructura necesaria para desarrollar proyectos de alcance internacional (Fernández, 2017).

Continuando con Fernández (2017) el turismo ha sido una de las áreas de desarrollo identificadas por el estado, como prioritarias para su desarrollo, forma parte de la agenda de los gobiernos estatales desde hace varias décadas, sin embargo, desde el 2001, el fomento al turismo se mantiene como primordial. De esta manera, Mérida, la capital de Yucatán, es considerada como una de las ciudades coloniales atractivas para fortalecer el turismo del estado.

Con ello, se da continuidad a las políticas que gobiernos municipales anteriores han desarrollado para promover el turismo en la ciudad, priorizando la construcción de espacios de consumo, es decir, en los procesos de construcción de los destinos turísticos como productos. En donde la imagen turística está relacionada directamente, tanto con la imagen de marca (Ferreira Lopes, 2011) como con los logos que identifican un destino (Lee, Rodríguez y Sar, 2012) (citados en Fernández, 2017).

Utilizando esta misma idea, podemos señalar que las imágenes turísticas son expresiones de este tipo de autenticidad, en tanto son perspectivas de la realidad, sesgadas por demandas e intereses de los distintos grupos involucrados en la industria turística, pero también por una perspectiva que tiene un grupo social de sí mismo, en cuanto al propio valor que se da a los bienes culturales y cómo este valor es conceptualizado externamente.

Mérida es considerada una ciudad con una dinámica de intercambio cultural importante, los museos históricos y antropológicos juegan un papel fundamental en el proceso de conocimiento y representación de las culturas nacionales y regionales, debido a que en estos se exhibe el patrimonio de estas, así como una narración/interpretación de los procesos históricos, socioculturales, políticos que dan sentido y significado a las culturas contemporáneas.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, a través del Sistema de Información Cultural de México (CONACULTA 2010, 11), señala que Mérida dispone de catorce museos. El Museo Yucateco es considerado el primer museo de Mérida, posteriormente se convirtió en el Museo Regional de Antropología de Yucatán Palacio Cantón (1932). En 1959, el inmueble se convirtió en el Museo Regional de Antropología de Yucatán. En 1966, finalmente, se suscribió un convenio entre el Gobierno del Estado y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), que permitió que el inmueble se convirtiera en sede del Museo Regional de Antropología "Palacio Cantón". Posteriormente, prácticamente todo el edificio

fue empleado como recinto del acervo, formado por piezas de distintos sitios arqueológicos del estado de Yucatán que abarcan desde el periodo preclásico hasta el posclásico tardío (Sistema de Información Cultural. 2016).

El Palacio Cantón, como se le conoce comúnmente, se encuentra a cargo del INAH, pero con la apertura del GMMMM en 2012 el 80% de la colección del Palacio Cantón pasó a formar parte de la exhibición permanente del GMMMM, reduciendo de este modo su importancia en el paisaje museístico de Mérida y limitando su participación a exposiciones temporales (Casares, 2015; 49). Así el GMMMM, nació como una propuesta de mejora al Museo Regional de Antropología “Palacio Cantón”.

Reflexiones y conclusiones.

En resumen, el GMMMM es una institución público- privada en donde se representa a la cultura maya que nace como propuesta de mejora del museo regional de antropología Palacio Cantón.

Un primer aspecto por considerar es el nombre del museo, como uno de los principales indicadores del contenido de este, puesto que su nombre limita, contiene, define y posibilita de antemano la experiencia; crea expectativas, pone en valor, da sentido y justifica la visita. De tal manera que una visita al Museo Regional de Antropología “Palacio Cantón”, difiere completamente, de una visita al Gran Museo del Mundo Maya de Mérida. Así, desde el nombre se pone de relieve y se prestigia una visita que otrora pudiera haber pasado inadvertida.

Por supuesto esto ocurre en un contexto donde no solamente se “revitaliza” la aproximación a la cultura maya, sino que se inscribe de manera clara y tajante en la esfera de la mercantilización promovida desde ya hace varios lustros, de Mundo Maya, como un espacio de recreación turística que integró distintos lugares de diferentes países en un solo proyecto. Esto por supuesto tiene que entenderse en el marco del tipo de contrato con el que se realizó la construcción del propio museo y las condiciones de operación que ya mencionamos antes, donde las ganancias económicas tienen un peso importante.

En este contexto interesa dirigir nuestra mirada a través de ciertas preguntas orientadoras tales como, ¿Cómo se construye la idea de Mundo/cultura maya alrededor del debate de derechos culturales? ¿Cómo articular esta idea de museo con el mundo que quiere representar y significar? ¿qué significa Mundo Maya en oposición/complementación con la idea de cultura maya?, ¿Por qué el museo es de Mérida y no de Yucatán o de los mayas?

Respecto a la Construcción de la idea de Mundo/cultura maya surgen conceptos que funcionan para explicar cómo el derecho a la identidad y el derecho al cambio son aspectos que permiten fortalecer y dinamizar a las culturas (Stavenhagen, 2010), en este caso, el GMMMM, relacionado con el derecho a la identidad tiene dos observaciones, la primera que desde su esquema de producción del museo, hay interés comercial y un compromiso político y en un segundo aspecto, no hay participación de representantes de la cultura maya, así el derecho a la identidad implica también el derecho a construir nuestra propia representación, en ese sentido, el proceso de construcción se vivió más como negocio y como un compromiso político que como una relación que se construyera como un proceso de ciudadanía. Así mismo se buscó fortalecer una imagen turística que atrajera principalmente al turismo internacional antes de que sirviera como un foro de expresión y representación para los habitantes mayas.

En la construcción del guión museográfico, no hubo un consenso con los habitantes del pueblo maya que dan vida y sentido a la vida cultural contemporánea. Así nos preguntamos, ¿quienes crean estos contenidos y para beneficio de quién?

Respecto a la articulación de esta idea de museo con el mundo que quiere representar y significar el estudio realizado hasta aquí sugiere nuevas líneas de investigación organizadas con el fin de comprender cómo se construyó el guión museográfico y comprender cuál fue el papel de los habitantes mayas en este proceso.

Así como una comprensión mayor, de los modos de participación de otros sectores sociales. Tales investigaciones podrían observar cómo estos supuestos, no sólo se materializan los conceptos que el museo desarrolla respecto a su misión, visión y museografía, sino que pueden extenderse a aspectos como las actividades que el museo emplea para preservar la cultura maya y revitalizarla.

Esta es una reflexión de más alto alcance que trasciende más allá de los espacios museísticos, puede expresarse con esta frase de Rodolfo Stavenhagen (1996; 567): “Lo importante no es la existencia de sociedades, sino de las relaciones que existen entre estos mundos”, esta frase nos invita a pensar el modo en que se podría construir un museo del mundo

maya que recuperara la idea de los derechos culturales, incorporándolos a la propuesta museográfica, en donde sea el pueblo maya quien cuente su historia, y no la imagen creada por el Mundo Maya, la cual se sitúa como una oposición/complementación con la idea de cultura maya.

Sin duda, ser conscientes de la manera en la que la herencia es entendida por los actores que la producen genera cambios significativos en las formas en las que entendemos e interpretamos la historia y nos proyectamos hacia el futuro. Algunos pueblos originarios y minorías étnicas de América, África y Asia se han apropiado del modo en que son representados en los museos, transformando con esto el modo de expresión de este y logrando hacer de este sitio un espacio de encuentro, el cual ha motivado, por ejemplo, a hablar sobre prejuicios irracionalmente concebidos como el racismo, la extracción de recursos naturales o culturales, así como la paz y el futuro de la naturaleza, logrando no solo transformar la instalación museográfica, sino llevar esta discusión a otras esferas de la vida pública(Ver Schildkrout 2012 [2008])).

Bibliografía

- Alvesson, M. y Skögldeberg, k. (2004) *Reflexive Methodology. New Vistas for Qualitative Research*. Sage: London.
- Ames, M. (1992). *Cannibal Tours and Glass Boxes: The Anthropology of Museums*. Vancouver: UBC Press.
- Bouquet, M. (2012). *Museums: A Visual Anthropology*. Londres: Berg.
- Casares Contreras, O. (2015). *La gestión de los museos antropológicos de Yucatán: ¿Crisis o nuevos paradigmas museísticos?* Tesis Doctoral. Universidad de Murcia. Murcia, España.
- Clifford, J. (1998). "On Collecting Art and Culture" en: *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*. Cambridge: Harvard University Press. pp.215-251.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2010) *Atlas de Infraestructura Cultural de México*. Ciudad de México: CONACULTA. Recuperado en 05 de marzo de 2017, de <http://sic.conaculta.gob.mx/atlas2010/atlas2010.pdf>
http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=419
<https://www.granmuseodelmundomaya.com.mx/>
- Instituto de Historia y Museos de Yucatán (2016) Recuperado en 20 de diciembre de 2017. <http://www.ihmy.com.mx/>.
- Karp, I., Corinne A., Lynn S. y Tomás Ybarra-F. (editores) (2007 [2006]) *Museums Frictions: Public Frictions / Global Transformations*. Durham: Duke University Press.
- Kirshenbalt-Glimbet, B. (2007 [2006]) "Exhibitionary Complexes" en Karp, Ivan, Corinne A. Kratz, Lynn Szwaja y Tomás Ybarra-Frausto (editores) *Museums Frictions: Public Frictions / Global Transformations*. Durham: Duke University Press.
- Lonetree, A.(2012). *Decolonizing Museums: Representations Native America in National and Tribal Museums*. North California: The University of North California Press.
- Marcus, G. y Fischer, M. M. J. (1996) *Anthropology as Cultural Critique: An Experimental Moment In The Human Sciences*. Chicago: University Of Chicago.
- Moscovici, Serge y Duveen, Gerard. ([2000] 1998). *Social representations. Explorations in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Santacana Mestre, Joan y Hernández Cardona, Francesco Xavier (2006). *Museología crítica*. CimaDevilla: Ediciones Trea.
- Schildkrout, E. (2012 [2008]). "Ambiguous Messages and Ironic Twists. Into the Heart of Africa and The Other Museum". Pp. 168-176 en: Bettina Messias Carbonell, (editora) *Museum Studies an Anthology of Context*. Singapore: Wiley- Black Well. Pp. 23-61.
- Sistema de Información Cultural. (2016). *Museo Regional de Antropología Yucatán (Palacio Cantón)*. Recuperado el 05 de marzo de 2017 de:
- Sitio de internet del Gran Museo del Mundo Maya de Mérida. Recuperado en 05 de marzo de 2017 en: <https://www.granmuseodelmundomaya.com.mx/>
- Sitio de internet de Secretaria de Cultura/INAH. (2016). *Museo Regional de Antropología de Yucatán, Palacio Cantón*. Recuperado el 05 de marzo de 2017 de: <http://www.inah.gob.mx/es/red-de-museos/306-museo-regional-de-antropologia-de-yucatan-palacio-canton>
- Stavenghagen, R. (2010) *Los pueblos originarios: El debate necesario*. Buenos Aires: CTA Ediciones/CLACSO.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

A História Oral como metodologia de pesquisa em Folkcomunicação

Oral History as a methodology of research in Folkcommunication

Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues¹⁰⁹

Gleilson Medins de Menezes¹¹⁰

Rafael de Figueiredo Lopes¹¹¹

Resumen: Discute-se o método da História Oral como uma possibilidade investigativa para pesquisas científicas em Folkcomunicação. O objetivo é apresentar sua relevância enquanto metodologia e reforçar que é uma perspectiva interdisciplinar. Desse modo, faz-se uma aproximação entre a Folkcomunicação com a História Oral, discutindo alguns aspectos teóricos e sobre suas possibilidades metodológicas, bem como reflexões sobre memória, oralidade e construção de identidade.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; História Oral; Memória Social;

Abstract: We discussed Oral history as an investigative possibility for scientific research in Folkcommunication. The goal is to present relevance as a methodology and to strengthen its interdisciplinary perspective. Thus, there is an approximation between the Folkcommunication with Oral history, discussing some theoretical aspects and about its methodological possibilities, as well as reflections on memory, Orality and identity construction.

Key words: Folkcommunication; Oral history; Social memory.

Introdução

Tudo o que comunica o povo e para o povo é Folkcomunicação. Trata-se da única teoria genuinamente brasileira, criada por Luiz Beltrão e popularizada a partir da década de 80, quando o teórico publicou suas primeiras pesquisas, especialmente, o livro "*Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*", considerada pelos pesquisadores do folclore e da Comunicação como sua obra-prima. Este livro abriu caminho para diversos estudos comunicacionais na área, no âmbito nacional e internacional. O conceito mais disseminado acerca do campo de estudo da folk é este: Basicamente, a teoria estuda "o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore" (BELTRÃO, 1980, p.24).

Contudo, é importante ressaltar que a Folkcomunicação não é o estudo da cultura popular, mas sim, dos meios de comunicação artesanais existentes nos ambientes de cultura popular e tem forte ligação com o folclore, ou seja, os conhecimentos repassados pela tradição por meio da oralidade. Afinal, na visão beltraniana, o folclore é, eminentemente, um arcabouço de conhecimentos do povo. Portanto, ao falarmos de Folkcomunicação estamos falando de uma teia de comunicação artesanal que se forma em diversos grupos sociais "extinguidos" dos meios e/ou canais sociais e

¹⁰⁹Doutor e Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia (Ufam), Jornalista (Ufam). Diretor da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC-Ufam), professor dos programas de pós-graduação em Ciências da Comunicação e Sociedade e Cultura na Amazônia e no curso de Comunicação Social/Jornalismo (Ufam). Líder do grupo de pesquisa Trokano (Ufam-CNPq). E-mail: allan30@gmail.com.

¹¹⁰Mestrando em Sociedade e Cultura na Amazônia (Ufam), Jornalista (Ufam). Técnico Audiovisual e Coordenador Administrativo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC-Ufam). Integrante do grupo de pesquisa Trokano (Ufam-CNPq). E-mail: audiovisualufam2@gmail.com.

¹¹¹Doutorando em Sociedade e Cultura na Amazônia (Ufam), Mestre em Ciências da Comunicação (Ufam), Especialista em Comunicação Digital e Jornalista (UFRR). Bolsista da Capes. E-mail: rafaflopes@bol.com.br.

comunicacionais hegemônicos. Tudo o que existe dentro do ambiente de cultura popular e se comunica de uma forma alternativa e peculiar (heterodoxa e/ou transgressora), fora do circuito midiático convencional ou das expressividades socioculturais tradicionais (hegemônicas ou elitizadas) é, potencialmente um objeto de folk.

A Amazônia é terreno fértil para o fomento de pesquisas folkcomunicacionais, haja vista a pluralidade cultural, étnica e social dos seus diversos povos e grupos sociais. Contudo, a produção científica em Folkcomunicação nesta região ainda é pequena se comparada à do Nordeste e Sudeste do Brasil, por exemplo. Desta feita, faz-se salutar lançar mão do olhar folkcomunicacional sobre a riqueza cultural ainda escondida pela marginalização sociocultural, religiosa e midiática pela qual ainda sofrem alguns povos tradicionais da Amazônia, desconhecidos até mesmo para os que se dizem amazônidas (nativos ou não). Para desvelar cenários ignorados pela mídia de massa e pela cultura erudita, e para contar bem as histórias dos construtores desaberes marginalizados na região amazônica, este estudo apropriou-se do método da História Oral, à luz de José Carlos Sebe Bom Meihy.

Neste breve percurso teórico-metodológico, o leitor vai encontrar os conceitos e a eficácia da aplicabilidade da História Oral como mecanismo importante e estratégico de investigação folkcomunicacional.

A História Oral¹¹² é uma metodologia de pesquisa interdisciplinar por excelência, conforme Alberti (2005), pois, envolve uma trama de conhecimentos entre diversas áreas e intermedia teoria e prática gerando reflexão. Volta-se para a produção de relatos orais, sua transcrição, textualização e interpretação. Portanto, a História Oral vai além de um método de captação de relatos para a produção de fontes para serem analisadas, pois é compreendida como um processo complexo e aberto aos diversos campos do conhecimento. Envolve tanto a produção social de memórias e as tradições orais, perpassando por aspectos objetivos e intersubjetivos dos sujeitos, suas percepções do mundo e de si mesmos. Essa compreensão sobre a História Oral se alinha ao pensamento pós-colonialista e transita pelas teias da complexidade, afirmando a importância de resgatar memórias de personagens anônimos ou de parcelas da população que são marginalizadas, mas que tem experiências, saberes e conhecimentos sobre determinados assuntos, situações ou pessoas, e que acabam se perdendo na imposição de algumas perspectivas científicas dominantes. Sendo assim, uma perspectiva de fundamental importância para os estudos do grupo de pesquisa Trokano, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA), da Universidade Federal do Amazonas.

Uma das vertentes do Trokano é compreender a Amazônia em suas dimensões sociais, culturais, étnicas, históricas, econômicas, ambientais, nos diferentes processos e nas suas inter-relações com a pluralidade de sujeitos que ocupam a região, por meio da prática jornalística e das múltiplas possibilidades comunicacionais. Desse modo, a História Oral, como metodologia de pesquisa para os trabalhos na perspectiva folkcomunicacional, pode apontar novas interpretações para aspectos históricos, sistemas simbólicos, práticas socioculturais, e expor - com a devida contextualização - formas de pensar e ser no mundo que caracterizam os povos amazônicos em suas multiplicidades.

Neste artigo não trabalhamos com um objeto empírico ou com a preocupação da aplicação prática sobre uma temática específica a partir da História Oral, pois o objetivo é apresentar noções conceituais e sua relevância enquanto metodologia de pesquisa, por meio de pressupostos teóricos. Portanto, trata-se de um estudo bibliográfico que se articula no pensamento de autores como Verena Alberti, José Carlos Sebe Bom Meihy e Michael Pollack, prioritariamente.

Nos mantemos contrários aos reducionismos científicos de metodologias amarradas a “camisas de força”, em busca de fórmulas prontas e quantificações. Com a imersão na História Oral sob o prisma da Folkcomunicação, buscamos a sugestão do pleno exercício da alteridade ao nos debruçarmos sobre o conhecimento do outro, sua forma de expressar e viver o mundo que o cerca. Em sua maioria, os objetos de estudos da folk são multidimensionais e complexos. Um método e técnica que não se utiliza da liberdade de aproximação e o estabelecimento de uma relação de confiança com as pessoas, está fadado ao fracasso.

¹¹²Alguns autores consideram a História Oral como técnica (privilegiando experiências com gravações, transcrições e os aparatos que as cerca), outros como disciplina (conferindo-lhe características de um campo do conhecimento) e outros como metodologia (pressupostos que estabelecem um método de investigação), conforme Ferreira (2012). Portanto, há muitas discussões teóricas, conceituais e epistemológicas envolvendo esta perspectiva e nas quais não iremos adentrar. Entretanto, neste artigo, trabalhamos a História Oral a partir de aspectos e aproximações em relação a sua dimensão metodológica, à luz de aportes teóricos que a sustentam neste prisma e, desse modo, procuramos reforçar sua importância metodológica para pesquisas qualitativas.

História Oral e Folkcomunicação

Em termos panorâmicos de publicação, vejamos o que revelou uma pesquisa publicada nos anais da edição nacional de 2009 do Intercom, sobre a cartografia dos estudos em Folkcomunicação com base na análise das dez primeiras edições da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF):

(...) obteve-se, assim, o seguinte retrato do material publicado na Revista, em suas 10 primeiras edições. Do total (79 ensaios ou artigos), cerca de 30% (23 unidades textuais) abordaram as 'expressões folkcomunicacionais' (aspectos variados sobre etnias, religião, política, turismo, cultura ou marketing). Tais expressões étnicas revelam o tema mais frequente discutido no periódico.

Observemos agora uma excelente demonstração da interdisciplinaridade das investigações folkcomunicacionais quando a mesma pesquisa elenca os principais autores citados nas pesquisas em Folkcomunicação:

O levantamento das 10 primeiras edições da Revista Folkcom indica, também, os autores mais citados nos artigos ensaios publicados na Revista, considerando as obras referencias a partir do ano de publicação. Em números absolutos (total de citações registradas), o fundador do conceito (disciplinar) folkcomunicação – Luiz Beltrão – é o autor mais citado com 33 referências bibliográficas, seguido por Nestor García Canclini, José Marques de Melo e Roberto Benjamin, com nove (9) citações cada, e J. Luyten, com seis (6) referências citadas. Na seqüência, com quatro (4) citações, aparece Renato Ortiz. E, com três (3) citações, estão Jesús Martín-Barbero, Câmara Cascudo, Walter Benjamin, A. J. Gonzalez e Muniz Sodré. Com duas (2) citações aparecem, em seguida, Peter Burke, M. Bakhtin (...).

Nota-se a confluência de vários campos do conhecimento ao conjugarem-se aos autores da Comunicação, outros teóricos da sociologia, antropologia, filósofos e até semiólogos. O fato reitera o que já destacamos anteriormente: o caráter multifacetado da Folkcomunicação e sua capacidade de dialogar com várias ciências e áreas do saber. Nota-se ainda pelos números apresentados, que os estudiosos da Comunicação estão voltados a atenção reflexiva de outros fenômenos comunicacionais, além dos famigerados objetos de pesquisa sobre o Jornalismo, a Publicidade, a Propaganda, o Marketing ou às Relações Públicas. Apesar de ainda ser considerada uma teoria emergente, com pouco mais de trinta anos de consolidação científica, os comunicólogos estão se interessando pelas subjetividades antes perdidas pelo caminho ao se analisar os fenômenos comunicacionais.

Não podemos ignorar que ao lançar mão do método da História Oral, os objetos de investigação da folk são inseridos num contexto multidimensional. Vejamos as ponderações de Marieta de Moraes Ferreira sobre a contribuição do método da História Oral para as investigações em Folkcomunicação (a comunicação dos marginalizados):

(...) o uso sistemático do testemunho oral possibilita à História Oral esclarecer trajetórias individuais, eventos ou processos que às vezes não têm como ser entendidos ou elucidados de outra forma: são depoimentos de analfabetos, rebeldes, mulheres, crianças, miseráveis, loucos... São histórias de movimentos sociais populares, de lutas cotidianas encobertas ou esquecidas, de versões menosprezadas, característica que permitiu, inclusive, que uma vertente da História Oral se tenha constituído ligada à história dos excluídos (FERREIRA in: CARDOSO e VAINFAS, 2012, p.171).

Segundo Sebe Meihy, o caminho da narrativa dentro de uma História Oral não precisa necessariamente obedecer à continuidade material dos fatos. Para o autor, a História Oral (principalmente a História Oral de Vida) é retrato oficial do depoente. “Nesse sentido, a verdade está na versão oferecida pelo narrador, que é soberano para revelar ou ocultar casos, situações e pessoas” (MEIHY, 2005, p. 149). Ou seja, a verdade depende exclusivamente do colaborador, mesmo que para o entrevistador pareça algo impossível de acontecer. Meihy (2005) diz que essa história oral tem como função contemplar aspectos gerais do comportamento social dos colaboradores. “Questões como vida social, cultura, situação econômica, política e religião devem compor a história de quem é entrevistado” (MEIHY, 2005, p. 151). O resultado é uma visão multiangular dos personagens, seu comportamento, seus problemas, sua realidade.

Uma metodologia em emergência

A História Oral é uma metodologia de pesquisa e de constituição de fontes para o estudo da história contemporânea surgida em meados do século XX, após a invenção do gravador de fita. Ela consiste na realização de entrevistas gravadas com indivíduos que participaram de, ou testemunharam, acontecimentos e conjunturas do passado e do presente. Tais entrevistas são produzidas no contexto de projetos de pesquisa, que determinam

quantas e quais pessoas entrevistar, o que e como perguntar, bem como que destino será dado ao material produzido (ALBERTI, 2005, p. 155).

Entretanto, a História Oral ainda sofre resistência, principalmente, por parte de pesquisadores adeptos à ideia de que um trabalho científico só pode ser validado a partir de documentos escritos, devido aos questionamentos que fazem sobre a fragilidade e a credibilidade da memória humana. Mas, como reforça Alberti (2005, p. 163), “hoje já é generalizada a concepção de que fontes escritas também podem ser subjetivas e de que a própria subjetividade pode se constituir em objeto do pensamento científico”. Como já foi sinalizado, a História Oral é interdisciplinar por natureza e utiliza-se de ferramentas investigativas diversas, principalmente dos campos da sociologia e da antropologia, mas sua aplicabilidade se estende à educação, engenharias, economia, teatro, música, serviço social, comunicação, entre outras áreas, considerando que na História Oral não se busca uma verdade, mas o que faz sentido.

É preciso considerar o tempo de pesquisa e preparação antes de ir a campo, e depois gravar, transcrever, revisar, analisar e interpretar. Por isso, o planejamento é fundamental (antes de ir a campo, durante e posteriormente a coleta dos depoimentos), com a elaboração de um projeto viável de ser realizado e de um roteiro (que pela natureza desta perspectiva investigativa precisa ser aberto) baseado no conhecimento prévio do universo a ser estudado. Não se deve perder o foco dos objetivos do trabalho, mas estar atento às pistas que surgirem no processo. Silêncios, rupturas, digressões, delírios entre outras situações podem estar apontando para trilhas surpreendentes. A opção pela pesquisa com a História Oral não exclui outros tipos de fontes, como documentos, textos escritos, filmes entre outros tipos de registros. Mas, quem pesquisa sob a perspectiva da História Oral precisa de planejamento e organização sistematizada, como sugerem Meihy e Holanda (2011), considerando o “como fazer”, que são os passos de elaboração de um projeto, e o “como pensar”, que é se valer da História Oral para discutir e refletir sobre o mundo.

Alberti reforça desde o tipo de metodologia, como e porque devem ser escolhidos os entrevistados, como deve ser a relação com o entrevistador, a operacionalização do projeto, maneiras de compreender e tratar os depoimentos, bem como todos os cuidados éticos que devem permear o projeto do início ao fim. As questões éticas são imprescindíveis na visão de Portelli (1997, p. 13), para quem esta percepção vai além de diretrizes ético-jurídicas ou profissionais, pois perpassa por “uma consciência mais abrangente e profunda do compromisso pessoal e político com a verdade e a honestidade”. Conforme o autor, os pesquisadores que utilizam a História Oral precisam ser responsáveis tanto com as preocupações metodológicas do trabalho quanto respeitar os sujeitos e as informações coletadas e interpretadas, correspondendo ou não aos seus desejos e expectativas.

Memória, oralidade e construção da identidade

Acionar memórias é um processo complexo e caracteriza-se por uma plasticidade contextual, pois se expressa de diversas formas, seja para quem vivenciou determinado fenômeno, sendo um guardião da memória pela experiência direta (conferindo um testemunho privilegiado) ou para quem tem a lembrança de determinado acontecimento através do que lhe foi contado. O sociólogo austríaco Michael Pollack diz que há uma ligação entre memória e identidade social, podendo estar fundada em fatos concretos e na projeção de outros eventos. Embora, a priori, a memória seja um fenômeno individual (experiências pessoais, que se constituem basicamente a partir do acionamento de três critérios: acontecimentos, pessoas e lugares) também necessita ser compreendida como um fenômeno social, “construído coletivamente, e submetido a flutuações, transformações, mudanças constantes” (POLLACK, 1992, p. 01).

Como já foi mencionado, parte da resistência em relação à História Oral, conforme Alberti (2005, p. 166), se deve ao que alguns críticos argumentam em relação às “distorções” da memória, ou seja, alegam que não se pode confiar nos relatos dos entrevistados devido às subjetividades que eles carregam. Porém, a autora sustenta que “a análise dessas ‘distorções’ pode levar à melhor compreensão dos valores coletivos e das próprias ações de um grupo”. O processo de lembrar é um elemento importante na História Oral e também possibilita ampliar sentidos e ter outras camadas de compreensão sobre fatos históricos, acontecimentos envolvendo determinados personagens, sejam eles considerados vultos da história ou figuras anônimas.

A construção de narrativas, feitas na perspectiva de quem conta e com as suas próprias palavras, geralmente sujeitos excluídos dos discursos instituídos ou da história oficial, muitas vezes provocam conflitos narrativos se comparadas às narrativas hegemônicas. Mas, exatamente por estas dissonâncias, conseqüentemente, é possível configurar um panorama mais complexo sobre a temática investigada. Sendo assim, Alberti (2005) reforça que, para alguns – já acostumados a conceder entrevistas- o desempenho costuma ser mais fluido. Já para outros sujeitos pode ser uma experiência inibidora. Em relação à transcrição do material, pode parecer estranho para alguns leitores já que a linguagem tem a informalidade de uma conversa e, portanto, bem diferente de um texto produzido para ser lido na forma escrita.

Diante de todos os aspectos apresentados, chega-se à reflexão que o impacto dos trabalhos de História Oral, perante as comunidades onde são realizados e sua relevância social diante das assimetrias de um mundo globalizado, precisa ser compreendido como uma possibilidade de descolonização do pensamento.

Portanto, ao se valer da História Oral como metodologia o pesquisador abre o leque sobre o conhecimento acerca de fatos, situações e sujeitos, e também capta subjetividades acerca das vivências e percepções. Obviamente, que os procedimentos investigativos, como foi salientado ao longo desta exposição, necessitam seguir o rigor científico, explicitando objetivamente os critérios de escolha do corpus, perspectiva de análise e embasamento interpretativo. Entretanto, sem descartar as intersubjetividades inerentes ao processo e construção de uma nova leitura para a temática que se propõe investigar. Ou seja, produzindo conhecimento científico com metodologia, trabalho de campo e reflexão teórica.

Considerações Finais

Diante do que foi apresentado, podemos concluir reiterando que a História Oral (sobretudo a História Oral de Vida) é um agregador imprescindível nos avanços qualitativos frentes aos objetos de investigação folkcomunicaçãois. Com sua iminência interdisciplinar, esse método é capaz de otimizar o olhar folkcomunicaçãois diante dos seus fenômenos (sobretudo os simbólicos). A imaterialidade da cultura é difícil de ser assimilada com métodos quantitativos, por isso, a forma multiangular de cercar os fenômenos, valorizando as atitudes, impressões, sentimentos e memórias de quem os recebe faz da História Oral instrumento valioso para a Folkcomunicação; uma teoria que se assenta justamente naquilo que não está posto e que a ciência dura, tecnicista, fragmentada e funcionalista ignora com suas fórmulas prontas de avaliação e análise de dados. Fato que influencia inclusive a formação do pensamento coletivo das sociedades.

O caminho sugerido aqui é oposto. Defendemos nesta exposição o poder da contextualização em detrimento ao reducionismo pragmático das pesquisas em Comunicação, conduzindo-as a um exercício abstrato, incoerente e incompleto. Sem vínculo algum com a realidade nem com o mundo real e histórico. E nada melhor ao desvendar essas tensões do que abandonar a soberba científica, o rigor quantitativo, e parar para observar e ouvir candidamente os sujeitos. Neste sentido, a História Oral é um movimento que aguça e aflora os pontos de tensão porque traz à tona, sem amarras, os reais construtores da história, da sua história, daquela realidade que o pesquisador pretende recortar e explicitar. Ela aproxima o pesquisador de folk do trabalho no mundo real empírico. Sabe-se que não é fácil apreender um objeto, daí a importância de considerar a abordagem multiangular possibilitada pela História Oral.

Outra questão que queremos ressaltar é que a História Oral também representa instrumento qualitativo se posta em diálogo com os estudos da memória. Feitas as devidas conexões complexas, possibilita a saída do lugar comum, da homogeneidade e a imersão no todo singular heterogêneo. Uma transgressão aos conceitos hegemônicos e reducionistas da globalização. Eis aí a gênese do fio condutor entre esses procedimentos metodológicos e a área da Folkcomunicação.

Referências

- ALBERTI, Verena. **Fontes Orais** - História dentro da História. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). Fontes Orais. São Paulo: Contexto, 2005, p. 155-202.
- FERREIRA, Marieta de Moraes. **História Oral**: velhas questões, novos desafios. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (orgs.). Novos domínios da História. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de história oral**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- MEIHY, José Carlos Sebe Bom; HOLANDA, Fabíola. **História oral**: como fazer, como pensar. São Paulo: Contexto, 2011.
- POLLACK, Michael. **Memória e identidade social**. In: Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992.
- PORTELLI, Alessandro. **Tentando aprender um pouquinho**: algumas reflexões sobre a ética na História Oral. Conferência Projeto História: São Paulo, 1997.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Creación de comunidad a través de la danza de la vida

Creating community through the dance of life.

Andrea Isaza Castro¹¹³

Resumen: Me acerco a la Biodanza pensando que es una práctica comunicativa en donde el cuerpo y la puesta en escena dan lugar a un ejercicio de resistencia ante un mundo individualista. Cada movimiento y cada cuerpo se sincronizan para resignificar que el éxito y la superación son acciones colectivas. A través de un trabajo etnográfico en el que tuve la oportunidad de bailar con otros y escuchar sus historias en relación con la Biodanza, encontré que otorgar sentido no siempre requiere de palabras ni de medios masivos, sino de interacciones y de encuentros entre personas que por medio de un performance se dan la opción de crear mundos.

Palabras Clave: Comunidad; Corporeidad; Biodanza.

Abstract: I approached the subject of Biodance reflexing upon how this is a communicative practice in which the body; and the staging of it; give place to an exercise of resistance against an individualistic world. Every movement and as well as all bodies synchronized; as they give a new meaning to a notion of success and achievement; not as the work of an individual, but as the result of collective action. Throughout an ethnographic experience in which I danced and listen to people's stories around Biodance; I found that giving meaning doesn't always come from words and it does not always require mass media. It's about interactions and places of encounter with others that make use of performances as a way to create new worlds.

Key words: Community; Embodiment; Biodance

La danza es un lenguaje ancestral e intercultural. Pareciese una práctica innata de la raza humana, con vestigios de la misma en múltiples y diversas civilizaciones y a través de los tiempos (Sorrel, 1967). Aunque carezca de palabras la estética en el ritmo y el movimiento son capaces de comunicar, pues desde allí podemos otorgar significado a la realidad social. No es casualidad que la danza sea la base de rituales o un referente de identidad. (Savov, 2014) (Toro, 2014) (Emociones, 2012)

La comunicación a través del movimiento es primordial desde la infancia, es lo que le permite al bebé y a la madre leer la intención del otro, dejarse seducir por el otro y crear vínculos. Si entendemos que bailar es la expresión de movimientos simbólicos e intencionados, entonces danza es un abrazo, es tocar a otro, es una mirada, una caricia y un saludo. (Trevarthen & Fresquez, 2015) (Vallet, 2007), es vivenciar al otro y entenderlo desde un sentido común que se construye desde el despertar kinésico que se da en el movimiento (Toro, 2014) (Trevarthen & Fresquez, 2015) (Castañeda-Clavijo, 2004).

Biodanza: Vivencia del sentido a través de la danza.

La danza es una expresión estética que nos ayuda a relacionarnos y a crear con el otro. A través de la danza se dan diferentes significados, se representan situaciones y los cuerpos pasan de ser entidades independientes para convertirse en instrumentos que construyen sociedad. Es por esto que, aunque carezca de palabras, bailar es una expresión comunicativa, es un espacio de significación y de vinculación con el otro y tiene el potencial de crear sociedad. (Mac Bride, 1980) (Contreras, 2008)

La danza en el mundo del arte performativo crea espacios en los que se pueden resignificar o validar realidades sociales. Permite representar a través del otro y del mismo cuerpo lo que se comprende de sí mismo y del mundo a su alrededor, y en donde la interacción con los cuerpos y la resonancia entre ellos logra fortalecer vínculos, crear

¹¹³Andrea Isaza Castro. Pontificia Universidad Javeriana. Psicóloga y estudiante de Maestría en Comunicación. isaza-a@javeriana.edu.co Colombia.

intercorporalidad que comunica (Contreras, 2008) emoción, establecer espacios de reciprocidad en los que nace una comunidad.

La Biodanza como práctica comunicativa, rompe los esquemas consensualmente establecidos de relacionamiento. Busca fomentar vínculos entre personas a partir de redescubrir en sí mismo y en los otros la afectividad, la sexualidad, la creatividad, la vitalidad y la trascendencia. (Vallet, 2007) (Toro, 2014) (Castañeda- Clavijo, 2004) (Emociones, 2012).

Sin contar con una guía coreográfica, la relación entre los danzantes depende de la resonancia que se cree entre los cuerpos. Desde esta nace la empatía con el otro y el cuerpo deja de ser instrumento para ser representación del mundo. Este tipo de práctica, qué si bien tiene lugar en la privacidad de un estudio, que se da sin testigos o públicos, tiene el potencial de transformar al otro (Contreras, 2008).

La Biodanza fue creada por el psicólogo chileno Rolando Toro, como una estrategia terapéutica para la superación personal, pero, aunque su fin parezca individualista, su acción sólo es posible a través de un colectivo. La vivencia con el otro es el espacio desde donde se encuentran nuevos recursos, se observan procesos afectivos y, sobre todo, se obtienen permisos o validaciones que llevan a un modo diferente de entender lo que es comunidad. (Toro, 2014); (Castañeda-Clavijo, 2004). Es una charla sin palabras en donde se retorna a lo primitivo e instintivo en la creación de vínculo del ser humano. (Trevarthen & Fresquez, 2015).

¿Cómo me acerqué a la Biodanza?

Para el desarrollo de este trabajo se llevó a cabo un trabajo etnográfico que consistió en una observación participante de 3 talleres de Biodanza, 2 dictados en la Fundación Colombiana de Biodanza y un tercero por un grupo de meditación independiente y en entrevistas desestructuradas a 2 personas que habían practicado Biodanza por un periodo superior a 6 meses consecutivos.

Cuando empecé esta investigación me acerqué a las sesiones con una mirada “objetiva”, dispuesta a encontrar las prácticas comunicativas que se daban entre los participantes. Estaba más preocupada en ver a los otros que no permitía que los otros me vieran a mí, trataba de no acercarme, de mantener los ojos abiertos y de no proponer nada nuevo, pues tenía miedo de que si me dejaba llevar iba a perder la información que tenía que obtener, pero más allá de eso, tenía miedo del nivel de intimidad que se exigía en el espacio.

Mientras escribía el primer diario de campo me di cuenta que no podía hacer nada más que describir lo que pasaba, pero que no podría analizar nada porque no me había permitido hacer parte del proceso creativo, entonces me di cuenta que, si no creaba con ellos y no incluía mi cuerpo en esas creaciones, nunca iba a entender cómo se creaban los vínculos.

A diferencia de otro tipo de estudios etnográficos, en donde se entra a una comunidad con costumbres y prácticas establecidas, entrar a una clase de biodanza es entrar a una comunidad que se está conformando y creando en cada movimiento, unos de los participantes están más seguros de sí mismos y sirven de guía a los otros, pero así mismo buscan, hasta en el nuevo integrante, la validación de su actuar, por esto, si quería llegar a entender que se sentía debía tratar de soltar mis prejuicios y miedos.

En la segunda y tercera sesión llegué con ese enfoque y la experiencia fue muy diferente, aunque aún no puedo decir que sea capaz de dejarme llevar al 100% por lo que ocurre en una clase, si logré reconocer mis principales barreras en la interacción con los demás y empecé a ver como los otros miembros del grupo tenían sus propias barreras, y cómo de alguna forma las entendíamos, respetábamos y tratábamos de vencerlas en movimientos en espejo que nunca invadían o iban más allá de lo que el otro estuviera dispuesto a aceptar. Este fue una de las sensaciones que me generó mayor impacto, pues no podía comprender como se llegaba a este acuerdo sin hablar, e incluso a veces sin mirar, porque en gran parte de las actividades los ojos están cerrados.

Sentí necesario hablar con personas que hubieran hecho biodanza antes, para tener una mirada diferente a la mía y sobre todo entender el ¿qué pasa después? ¿cuáles son los cambios que permanecen? Porque la sensación con la que salía de cada sesión es que había podido desahogar energías y sentir afecto, pero al enfrentarme con el mundo de afuera volvía a ver al otro a la defensiva y a sentirme invadida o atacada. Me estaba costando ver la biodanza como algo más que un espacio de desahogo, el cuál podía convertirse en una actividad adictiva, en el sentido que iba a depender de ella constantemente para sentir que rompía con esas exigencias de un mundo individualista, como una droga que te hace sentir

bien, siempre y cuando la estés consumiendo. Así que por esto busqué a quienes, con más experiencia, vivían en el mundo después de la Biodanza, pero desde sus testimonios me surgió una nueva pregunta ¿los recursos que les quedaron a ellos, no son los mismos que tiene un bailarín? Por esto busqué a una bailarina de 27 años, quien no es profesional, pero ha practicado ballet, jazz y danza contemporánea desde la infancia.

Para poder analizar lo que encontré quiero basarme en una definición que Rolando Toro da de biodanza, como la integración de la música el movimiento y el otro en el reencuentro con uno mismo, a partir del trabajo de 5 dimensiones; la vitalidad, la sexualidad, la afectividad, la creatividad y la trascendencia (Emociones, 2012). Con lo que viví en este corto acercamiento no puedo concluir sobre las 5 dimensiones, por lo que presentaré mis hallazgos en relación con la creatividad y la trascendencia, las cuales estaban presentes en cada taller, y en ellas se basan los recursos que los ex-participantes afirman que conservan de la Biodanza.

Para poder entrar a discutir sobre la creatividad y la trascendencia es necesario resaltar algunos elementos sobre el movimiento. Para Rolando Toro el movimiento era la expresividad de la integración, de lo que él llamo la vivencia, en el movimiento se hacía tangible el vínculo con el otro y el reencuentro consigo mismo, el movimiento es la expresión de la emoción y pensamiento, que construyen la colectividad. (Emociones, 2012) (Toro, 2014).

Para quienes practican Biodanza *“El cuerpo sabe y la razón quiere entender”* (LZ, Facilitadora de Biodanza), el término resonancia se usa constantemente para proponer que los cuerpos y los movimientos de cada participante tienen la capacidad de integrarse con el otro y de relacionarse como uno solo. Es decir que la acción de uno va a influir en la del otro y en la del otro, nunca de una forma intrusiva, sino complementaria, con efectos que le permiten al danzante renovar su energía, o entender a quienes lo rodean.

El movimiento en biodanza no es sólo un salto o la forma en la que se mueven los pies y las manos, es la integración con el silencio, con las miradas y con el tacto, y no se puede describir desde lo que hace un solo integrante, sino desde lo que hacen todos a la vez. En mi primera sesión, recuerdo haber visto, desde lejos, como se coordinaban los movimientos de cada participante para mostrar figuras estéticas, que bien podrían confundirse con una coreografía ya ensayada.

Acá quiero dar lugar a la primera comparación entre la comprensión del movimiento para un biodanzante y la percepción de un bailarín técnico. *“Tú te vas moviendo y vas cambiando con los otros, las rondas eran mi parte favorita, o esos ejercicios que si o si te hacían bailar con el otro, porque como que ibas haciendo cosas que jamás creías que pudieras hacer, te movías como nunca te hubieras atrevido, pero lo hacías porque los demás te daban como ese permiso para ser tú mismo, una versión de ti que ni conocías, pero que obvio está en ti porque de repente eres completamente pleno arrastrándote como culebra entre otros que saltan como micos”* (AG, Ex practicante de Biodanza).

En contraste *“A mí me gusta bailar porque encuentro mi libertad en las piruetas y en los saltos, en MIS propios movimientos, logro entender a mi cuerpo, saber cuáles son mis límites y cuál es mi fortaleza... cuando pones una presentación esa libertad pasa a un segundo plano porque lo primero es lo estético, hasta en lo contemporáneo siempre estás haciendo un juego de egos, no es cómo cada uno lo haga sino cómo se va a ver, entonces ya estás pensando en otra cosa, entras en escena y actúas”*. (LG-Bailarina de Ballet y danza contemporánea).

Fue desde estos testimonios que empecé a ver la diferencia entre ambas prácticas, una se enfoca en encontrar quien eres en la relación con otros, en dar permisos y recibirlos para construir algo en conjunto, mientras que para el bailarín va a haber un esquema, y la libertad o el bienestar que nace de la danza, es un ejercicio privado, porque lo colectivo sigue un libreto que cuenta una historia esperada. El bailarín es un actor representa el movimiento, pero el biodanzante es una parte de un todo que crea movimientos.

La creatividad.

Con esta primera conclusión sobre la creación de movimientos, abro el análisis al tercer eje de la biodanza: La creatividad, entendida como la capacidad para encontrar nuevos caminos o alternativas en la resolución de problemas o en el establecimiento de vínculos.

El desarrollo de la creatividad es un eje que se trabaja en todos los talleres, simplemente porque cada taller se invita al participante a co- crear la experiencia. *“Cada uno viene a vivir su propio proceso, y en esa vivencia está creando su nuevo ser, uno que va a descubrir con el apoyo de los demás”*. (LZ, Facilitadora de Biodanza).

La creatividad desde la Biodanza no puede entenderse como una cualidad individual, no se mide en cuál participante inventó más pasos o cuál propuso mejores movimientos. No es un tema de innovación, sino un tema de creación, no depende de uno, sino que depende de todos. Por esto quienes hacen biodanza insisten en que este tipo de terapia no se puede realizar estando solo.

Al inicio de cada sesión, cada persona compartía las razones por las que quería estar allí y lo que necesitaba, y al final, aunque en menor medida, se compartía la experiencia de lo vivido. Eran los únicos momentos en donde se aceptaban las palabras, y de alguna forma son los momentos que dan a entender que es lo que necesitaban crear en cada sesión. Unos hablaban de cuidado de sí mismos, de querer reconocer sus fortalezas, trabajar alguna inseguridad etc. Al final de la sesión, no se decía si se había logrado o no, comúnmente se agradecía por lo vivido y se contaba alguna anécdota que hubieran recordado mientras estaban bailando.

Es como si de alguna manera cada uno llegase con una necesidad personal y a través de los demás va encontrando formas para trabajarla y satisfacerla, a la vez que ayuda a otros a hacer lo mismo. Esa es la creatividad, es como un acuerdo en donde a partir de la vulnerabilidad se va a permitir crear movimientos que ayuden a la persona a entender algo de una forma diferente. Al final se dan los testimonios del trabajo cumplido, aunque eso sea sólo con la palabra gracias.

Al final de la segunda sesión, una de las participantes comentó lo siguiente sobre una actividad: *“Yo llevé mariposas porque ella las odiaba, y quería jugarle una última broma, las solté antes que la enterraran, y una de ellas se paró en mi mano durante el tiempo que bajaban el ataúd, nunca entendí, o no me interesaba, pero cuando hicimos la danza de la semilla volví a sentir lo que sentí con la mariposa, me sentí segura, acompañada, tal vez la broma de mi hermana es que ahora es una con las mariposas, y era ella en mi mano, así como ustedes fueron uno en mí”* (SD, Participante del taller).

Esto es un ejemplo de la creación, SD resignificó un momento de dolor en su vida a partir de lo que los demás del grupo le hicieron sentir. Aunque parta de una historia personal y el significado sea una construcción propia, sólo es posible en el contacto con los otros, en haber logrado transmitirle a SD el cuidado y el amor que sentía de su hermana, poder llegar a construir ese nivel de intimidad entre desconocidos, sólo desde la idea de estar compartiendo un espacio de sanación.

La Trascendencia:

Para empezar la reflexión sobre este eje propongo el testimonio de una participante del taller *“De la sesión de hoy me llevo una posibilidad de ver al otro, de darme cuenta que no voy sola en la vida, que en mi caminar hay otra gente con cosas que dar y a la que le puedo dar algo”* (ST, participante del taller).

La trascendencia en Biodanza no se relaciona con espiritualidad sino con comunidad y vínculo, el ser humano trasciende en la medida que se da cuenta que hace parte de otro. *“Cuando llevas haciendo esto un tiempo, llegar a una sesión y que todos sean nuevos es un recordar de lo que hay que romper, del trabajo que hay que hacer. Tenemos miedos de abrirnos, de mostrarnos como somos por que no vemos al otro, nos cuesta entender que yo soy parte de ti y tú eres parte de mí.”* (UL, Participante del taller). Este eje es el centro de la propuesta de Toro y tal vez una solución a la respuesta de cómo se crea la comunidad en Biodanza, y es en la invitación de actuar y moverse pensando que el cuerpo de la otra persona es el cuerpo propio, de tal forma que se rompa con las ideas de individualismo y se empieza a pensar en colectividad.

La trascendencia es entonces un componente comunicativo, entendiendo claro la comunicación desde un proceso para crear comunidad (Tolosa, 2010), ya que la forma en la que se desarrollan los movimientos y el baile va generando vínculos entre los participantes, y durante los ejercicios los demás se convierten en sustitutos de situaciones de la vida cotidiana, lo que da lugar a que cada danzante desarrolle una sensación de coordinación o adaptación hacia los demás y en este juego se da lugar a la sensación de que tanto el cuerpo propio como el cuerpo del otro hacen parte de un todo, en donde se tiene una intención en común y una meta en común, a la cual sólo es posible llegar con el otro. (Contreras, 2008)

Esa es la comunidad que se va creando en Biodanza, pero es una comunidad que se forma con cada clase, con cada experiencia se empieza de cero, todos los cuerpos deben entrar nuevamente en sintonía, lo que hacía que en cada proceso etnográfico se vieran cosas diferentes. Con un grupo el enfoque estuvo en el tacto, pero todo se trataba de contener a los otros, con otro grupo todo se basaba en la risa y todos los movimientos eran fuertes y muy abiertos, de una

forma era como si la misión en común fuera hacer reír, y en el último grupo se dio un proceso de reconocer al otro, en donde había momentos de risa, de llanto y de juego, pero en ningún momento hubo espacio para estar solo.

Cada clase es una representación diferente de un evento cotidiano, no en relación a las situaciones que se viven, sino a la gente con la que se convive y a la que comúnmente se ignora *“Traer a mi hija hoy me llenó de alegría, me gustó mucho ver como la integraban a las actividades y cómo la trataban como si fuera igual. En Transmilenio eso no pasa, yo tengo que estar en posición de defensa porque a nadie le importa que ella esté ahí, nadie la ve, pero acá, ella era parte, ella era una más del grupo, le aportaban cosas y ella aportó cosas, ella ayudó a volar y la ayudaron a volar, como mamá no hay nada mejor para mí que enseñarle a mi niña que no está sola, que debe abrir su corazón y encontrar otras personas que están ahí para ella, y darse cuenta de las formas en la que ella puede estar ahí para otros”* (AC Participante del taller)

Entonces, es a partir del movimiento que se empiezan a plantear acuerdos entre los cuerpos de los danzantes, aunque no tengan un público, cada clase es la expresión del arte performativo, no porque deban seguir una estética y convencer a una audiencia de una historia, sino porque se vive un ejercicio de intercorporalidad, en donde se crean sentidos en cada acción de cada danzante (Contreras, 2008), en donde se establecen acuerdos de intenciones en común y metas que se deben alcanzar con cada ejercicio, en donde se recrean situaciones cotidianas en donde el resultado puede ser diferente, porque no se afrontan solo, sino con el apoyo de otro.

Así, como lo planteó Contreras (2008) desde lo performativo lo corporal se convierte en expresión de la realidad, la relación entre cuerpos en un espacio que posibilita la comunicación constante de intenciones, en donde se dan y se reciben permisos para actuar y crear, y desde donde se genera lo que la autora llama empatía muscular desde la que cada danzante puede verificar su existencia, su emocionalidad y sus motivaciones en la interacción con el otro, y al tiempo desde cada una de sus acciones puede sincronizarse y alcanzar lo que los facilitadores de Biodanza llaman resonancia, que es esa trasmisión de energía y entendimiento que deja la sensación del ser uno. *“El lema de la Biodanza es que todos somos uno, nadie viene solo al mundo, eso es una farsa, siempre hay otras almas a nuestro alrededor dispuestas a resonar con nosotros”*. (LZ facilitadora de Biodanza).

Sentido de la Biodanza- Creación de comunidad:

La pregunta que guio esta ponencia es ¿Cómo la biodanza construye comunidad? Y tal vez la respuesta tenga muchos más detalles y dimensiones de los que se han mencionado acá, no es sólo a través de la creación colectiva o del entendimiento de que no se está solo y por tanto no se puede alcanzar ningún objetivo sin una red de apoyo.

Pero en lo visto en esta corta experiencia la biodanza crea una comunidad en la medida que enseña a no estar solo, a leer y reconocer al otro como alguien que tienen necesidades y motivaciones diferentes, pero que está constantemente conectado con uno mismo, y es esa conexión la que permite resolver dificultades y proponer nuevas formas de ver el mundo.

La comunidad de Biodanza es una basada en la cooperación, la solidaridad y la empatía y desde esta perspectiva se convierte en una práctica de resistencia a un mundo individualista. Tal vez sea posible que hoy haya personas que busquen Biodanza porque quieren estos productos “Zen” y se sienten atraídos por ese estilo de vida que mezcla culturas orientales, con indígenas, con teorías de neurociencia y psicoanálisis, pero a la vez están buscando espacios para poner una pausa a un estilo de vida que los obliga a verse y evaluarse como entidades solitarias y aisladas, que deben cumplir las expectativas de éxito y progreso que les exige el mercado capitalista.

Si había algo en común en los participantes que conocí (exceptuando los niños y ancianos, quienes solían ir con alguien más) es que todos tienen trabajos o han trabajado en ambientes en donde se perpetúa el modelo de pensamiento de “acá tenemos que poner más del 100%, y lo importante es que usted va a aprender y se va a superar y va a lograr vencer sus límites”, claro está sin importar las consecuencias en salud, o los efectos que este tipo de trabajos tienen en las relaciones cotidianas.

La Biodanza da espacios para reconocer que el éxito, la superación, la fortuna, cumplir las metas o alcanzar los sueños, no es trabajo de uno solo, no es responsabilidad de uno solo, es una acción colectiva, en donde todo cuerpo es igual al otro y todos los cuerpos deben lograr sincronizarse para poder darle sentido o expresar esas situaciones cotidianas sobre las que se quiere cambiar. Por esto es que las palabras que abren la clase cambian al cerrarla, porque a lo largo de los ejercicios lo que empezó en la tristeza pudo acabar en alegría, porque se da la oportunidad de resignificar la realidad a través de un trabajo de comunicación recíproca, en donde cada danzante da lo mismo que recibe.

Una de mis preguntas era si los recursos que deja la Biodanza y los de los bailarines son los mismos, al menos en lo que se refiere a la interacción, al descubrimiento de sí mismo y al desarrollo de estrategias mentales y físicas que favorezcan la forma de enfrentar ciertas situaciones, ya que después de todo, estamos hablando de la acción del baile, se habla del movimiento y se habla de artes performativos

La Biodanza es un camino de reencuentro con lo colectivo, el objetivo es sentir que se hace parte de un grupo en el que nunca hay un rol o un papel definido, cada uno va cambiando de acuerdo a lo que los demás cuerpos, y el cuerpo propio le comunica. En el baile el coreógrafo define la intención y la historia y el bailarín pone la potencia y la representación, en la Biodanza cada cuerpo es un coreógrafo, pero todos los coreógrafos logran coordinarse para alcanzar una intención en común, se adaptan al otro en cada movimiento.

La práctica de la Biodanza abre la posibilidad de presentar una propuesta educativa diferente, en donde se le puede enseñar a los niños desde pequeños que no están solos, o puede usarse en temas de conflicto, para lograr que los cuerpos heridos recobren la confianza en los otros, y vean que hay más personas dispuestas a ayudar que a herir.

Referencias.

- Castañeda- Clavijo, G. M. (2004). Cuerpo y vivencia: Un acuerdo consigo mismo. Un acercamiento desde la Biodanza. *Educación física y deporte*, 61-77.
- Contreras, M. J. (2008). Práctica performativa e intercorporeidad, sobre el contagio de los cuerpos en acción. *Revista Apuntes*, 130-145.
- Emociones, E. C. (28 de 01 de 2012). *Biodanza: La poética del encuentro*. Obtenido de Youtube: www.youtube.com/watch?v=2vs_9Oe_yeA
- Amador, R. (Noviembre de 2014). Seminario: "Somos una puesta en escena, De la estética a la moral". Bogotá: Universidad Nacional.
- Castañeda- Clavijo, G. M. (2004). Cuerpo y vivencia: Un acuerdo consigo mismo. Un acercamiento desde la Biodanza. *Educación física y deporte*, 61-77.
- Contreras, M. J. (2008). Práctica performativa e intercorporeidad, sobre el contagio de los cuerpos en acción. *Revista Apuntes*, 130-145.
- Emociones, E. C. (28 de 01 de 2012). *Biodanza: La poética del encuentro*. Obtenido de Youtube: www.youtube.com/watch?v=2vs_9Oe_yeA
- Mac Bride, J. (1980). *Un sólo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*. Paris: UNSECO.
- Savov, S. A. (2014). Dance Narratology (Sight, Sound, Motion and Emotion). En K. Bankiv, *New Semiotics Between Tradition and Innovation* (págs. 1313-1352). London: UNESCO.
- Sorrel, W. (1967). *The Dance Through the ages*. New York: Madison Square Press.
- Tolosa, M. (2010). Comunicar es crear comunidades. *Revista de Comunicación*, 30-35.
- Toro, R. (15 de 07 de 2014). Rolando Toro- Creador de Biodanza. (B. activa, Entrevistador)
- Trevarthen, C., & Fresquez, C. (2015). Sharing human movement for well-being: Research on communication in infancy and applications in dance movement psychotherapy. *Journal for Theory, Research and Practice*, 194-210.
- Vallet, G. (01 de 07 de 2007). *Entrevista sobre la Biodanza*. Obtenido de Youtube: www.youtube.com/watch?v=72LpU8N5c5I

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Folkcomunicação e o Día de los Muertos na Cidade do México

Folkcomunicación y el Día de los Muertos en la Ciudad de México

Folkcommunication and the Día de los Muertos in Mexico City

BOTELHO, Daira Martins¹¹⁴

DARCIE, Marina¹¹⁵

Resumo: O México foi colonizado pela Espanha e, por conta do choque entre as culturas, o sincretismo social e religioso é bastante visualizado nas festas e costumes do território. A mescla entre o medo e o fascínio pela morte são visualizados na festa mais popular mexicana, o Día de los Muertos, comemorada em praticamente todo o país. A proposta deste trabalho é entender as significações dessa celebração tendo como escopo de análise a *Procesión de las Catrinas* e o *Desfile del Día de los Muertos* e amparar a discussão suscitada na teoria da Folkcomunicação.

Palavras-chave: Comunicação, Cultura, Folkcomunicação, Día de los Muertos.

Resumen: México fue colonizado por España y, por el choque entre las culturas, el sincretismo social y religioso es bastante visualizado en las fiestas y costumbres del territorio. La mezcla entre el miedo y la fascinación por la muerte se ven en la fiesta más popular mexicana, el Día de los Muertos, conmemorada en prácticamente todo el país. La propuesta de este trabajo es entender las significaciones de esa celebración teniendo como objetivo de análisis la *Procesión de las Catrinas* y el *Desfile del Día de los Muertos* y amparar la discusión planteada en la teoría de la Folkcomunicación.

Palabras Clave: Comunicación, Cultura, Folkcomunicação, Día de los Muertos.

Abstract: Mexico was colonized by Spain and, due to the clash between cultures, social and religious syncretism is well visualized in the festivities of the territory. The mixture between fear and fascination with death is seen in the most popular Mexican event, *Día de los Muertos*, celebrated in practically the whole country. The purpose of this work is to understand the significance of this celebration having as a scope of analysis the *Procesión de las Catrinas* and the *Desfile del Día de los Muertos* and to support the discussion aroused in the theory of Folkcomunicação.

Key words: Communication, Culture, Folkcomunicação, Día de los Muertos.

El culto a la vida, si de verdate es profundo y total, es también culto a la muerte. Ambas son inseparables. Una civilización que niega la muerte, acaba por negar a la vida.

Octavio Paz¹¹⁶

Introdução

O México é um país colonizado pelos espanhóis e carrega em seus processos sociais e comunicativos uma mescla das culturas de ambos os territórios. É possível observar o sincretismo cultural nesse espaço no tradicional Día de los

¹¹⁴ BOTELHO, Daira Martins – Jornalista, mestra em Comunicação Midiática e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus Bauru – SP, Brasil. Bolsista CAPES. Integrante do grupo de Pesquisa PCLA - Pensamento Comunicacional Latino-Americano. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br.

¹¹⁵ DARCIE, Marina – Radialista, mestra em Comunicação Midiática e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, campus Bauru – SP, Brasil. Integrante do grupo de Pesquisa PCLA - Pensamento Comunicacional Latino-Americano. E-mail: marina_paula_darcie@hotmail.com.

¹¹⁶ “O culto à vida, se realmente é profundo e total, é também culto à morte. Ambas são inseparáveis. Uma civilização que nega a morte, acaba por negar a vida.” (Tradução nossa). Trecho retirado do livro *El labirinto de la soledad*, 1999, p. 65.

Muertos. Essa festividade é uma celebração que ocorre no país anualmente em que os indivíduos comemoram a volta de seus entes queridos já mortos para uma visita. A relação dúbia que os mexicanos mantêm com a morte – algo entre o medo e o fascínio – é resultado da cultura indígena dos povos nativos daquele espaço com a cultura dos espanhóis educados sob a égide do catolicismo.

Com base nas teorias da Folkcomunicação, acredita-se ser possível compreender a combinação entre as culturas e as significações resultantes de processos que não são finitos. É interessante notar que a relação dos indivíduos com a morte originou signos comunicativos passíveis de leitura e, com essa finalidade, propõe-se a observação de dois eventos relacionados diretamente ao Día de los Muertos mexicano, ocorridos na Cidade do México: a Mega Procesión de las Catrinas e o Desfile del Día de los Muertos.

A morte no México

A colonização do México possui uma grande diferença em relação à colonização em outros territórios, como, por exemplo, a brasileira. Dentre alguns dos motivos estão o objetivo, já que, diferentemente de um final extrativo, o México se tornou parte do território espanhol e muitos de seus habitantes foram viver na nova colônia, chamada de Nova Espanha.

Outra questão importante foi a visão religiosa que passou a imperar no território mexicano desde a chegada desse povo, resultado do sincretismo entre as culturas que se chocaram.

Entretanto, muitos dos costumes mexicanos continuaram presentes, resistindo ao tempo e às intervenções dos colonizadores. “(...) O México antigo não conhecia o conceito de inferno” (tradução nossa)¹¹⁷ e por isso a morte era vista de forma diferente à crença derivada do catolicismo.

A forma pela qual os mexicanos passaram a ver a morte desde a colonização influenciou bastante no que se pode ver atualmente em suas manifestações: um misto de veneração misteriosa aliada à não finitude da vida – herança dos indígenas e suas tradições relacionadas aos deuses – com um medo que lhes foi inculcado por meio da instauração da religião católica pelos espanhóis.

Essa relação dúbia foi descrita por Octavio Paz em sua crônica *Todos Santos, Día de Muertos*:

Para os habitantes de Nova Iorque, Paris ou Londres, morte é palavra que jamais se pronuncia porque queima os lábios. O mexicano, ao contrário, a frequente, zomba dela, a acaricia, dorme com ela, a festeja, é um dos seus brinquedos favoritos e seu amor mais permanente. De fato, em sua atitude há tanto medo como nos outros, mas, ao menos, não se esconde e nem a esconde; contempla-a cara a cara com impaciência, desdém ou ironia. (Tradução nossa)¹¹⁸

Día de los Muertos

Um dos exemplos mais significativos do sincretismo que aconteceu entre os mexicanos e os espanhóis se converteu em um dos eventos mais importantes na atualidade e de renome internacional, o Día de los Muertos. Festividade realizada em praticamente todo o país – cada região com sua particularidade – que abrangem grupos como os cuicatecos, ixiles e maias¹¹⁹.

Como herança católica, observa-se a implementação da data na data cristã estabelecida para o dia de “todos os santos” e também dos “fiéis defuntos”, celebrados nos dias 01 e 02 de novembro, diferentemente da época pré-hispânica, quando os indígenas celebravam o culto aos mortos de acordo com seu calendário agrícola, ou seja, a época das colheitas. Mesmo com a mudança, os costumes indígenas continuaram presentes na manifestação, como a fartura alimentar – que

¹¹⁷“El México antiguo no conocía el concepto del inferno.” (WESTHEIM, 1983, p. 10).

¹¹⁸Para el habitante de Nueva York, Paris o Londres, la muerte es la palabra que jamás se pronuncia porque quema los labios. El mexicano, en cambio, la frecuente, la burla, la acaricia, duerme con ella, la festeja, es uno de sus juguetes favoritos y su amor más permanente. Ciertamente, en su actitud hay quizá tanto miedo como en la de los otros; mas al menos no se esconde ni la esconde; la contempla cara a cara con impaciencia, desdén o ironía”. (PAZ, 1999, p. 63)

¹¹⁹Grupos que realizan festividades para os mortos: “muzgos, atzincas, coras, cuicatecos, chatinos, chichimecas-jonaz, chinantecos, chocho-popolocas, choles, chontales de Oaxaca y Tabasco, huastecos o teneek, huaves, huicholes, ixcatecos, ixiles, jacaltecos, matlatzincas, mayas, lacandones, mayos, mazahuas, mazatecos, mixes, mixtecos, motozintlecos, nahuas, pames, popolucas, purépechas, tepehuas, tepehuas, tlapanecos, tojolabales, totonacas, triques, tzeltales, tzotziles, yaquis, zapotecos y zoques.” (CONACULTA, 2006, p. 16-17).

garantia a fartura também na outra vida (VILLASEÑOR; CONCONE, 2012). Assim, afirma-se que a celebração é "(...) uma representação da identidade, uma recriação das origens de um povo sincrético e sintético. Sintetizam-se, somam-se, os corpos e as ideologias, sistemas culturais, mesclando não só nossas características físicas, mas também nossas mentalidades e saberes." (Tradução nossa)¹²⁰.

Nesta festa é possível enxergar a forma como o mexicano lida com a morte, com uma espécie de devoção; além da maneira como convive com seus mortos quando se prepara para recebê-los com suas oferendas que estão repletas de alimentos, fotos e itens dos quais seus mortos gostavam.

Trata-se realmente de uma celebração diferente da morte, tendo em vista a tradição brasileira do dia de finados, quando o costume é ir ao cemitério e prestar homenagem aos mortos. No caso mexicano, essa homenagem não é triste: mostra a alegria em estar com seus entes falecidos novamente nessa época do ano. Por isso, "(...) atualmente é a festa em que a morte invade a vida e a vida invade a morte, como dois movimentos do mesmo evento." (VILLASEÑOR; CONCONE, 2012, p. 40), o que mostra a força da tradição indígena no México, que conseguiu conservar essa relação, mesmo com a intervenção espanhola cristã.

Mega Procesión de las Catrinas

De acordo com Cruikshank (2007), José Guadalupe Posada é conhecido como "o noivo da morte" devido às gravuras que produziu durante sua trajetória profissional. Além de incluir o humor em suas obras, Posada também foi o responsável por mostrar o ponto de vista das camadas populares, focando no popular frente às personalidades da sociedade mexicana. Entre os elementos sempre presentes em seus desenhos, livros, jornais, e cancioneros estavam a religiosidade, brutalidade, injustiça, fantasia e a política marcadas por denúncias contra a violência, mas com destaque para os elementos humorísticos, muitas vezes representados pelas caveiras.

Sua gravura mais conhecida é La Catrina Garbancera, um esqueleto de uma mulher com um grande chapéu e que foi utilizada por Posada para representar as mulheres da alta sociedade mexicana do início do século XX, ou mesmo àquelas que gostariam de fazer parte desse círculo social e, para isso, tentavam imitar as damas.

Figura 1. La Catrina Garbancera de José Guadalupe Posada.



Fonte: acervo pessoal.

Como artista capaz de mostrar outro ponto de vista em relação às mudanças que aconteciam no México do século XIX, Posada serviu de inspiração para seus contemporâneos e também que o sucederam.

É possível mostrar uma faceta da Folkcomunicação que se evidencia na construção do que viria a ser, na contemporaneidade, uma alusão ao que Posada criou. Assim como os cordéis estudados no Brasil, as gravuras de Posada mostram que se tratava de um líder de opinião que, por meio de seus desenhos, foi capaz de mostrar e denunciar a situação pela qual a população estava passando. Beltrão afirma que, no Brasil, nosso sistema discriminatório foi um dos responsáveis pela criação de códigos populares para que os grupos pudessem se comunicar, ou seja, "(...) a massa camponesa, as populações marginais urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias se comunicam por meio de um

¹²⁰“(…) es una re-presentación de la identidad, una re-creación de los orígenes de un pueblo sincrético y sintético. Se sintetizan, suman, los cuerpos, somas, y las ideologías, sistemas culturales, mestizando no sólo nuestras características físicas, sino también nuestras mentalidades y saberes.” (CONACULTA, 2006, p. 32).

vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios.” (BELTRÃO, 2004, 38-39). Essa massa à qual Beltrão se refere também pode ser lida como a população mexicana, que teve em Pousada seu porta-voz, capaz de mostrar, neste caso por meio de La Catrina, como o povo pensava e de que maneira via a sociedade mexicana que estava se estabelecendo.

La Catrina de Posada foi uma inspiração para o pintor muralista Diego Rivera, que a colocou em uma de suas obras: *Sueño de una tarde dominical em la Alameda Central*, na qual mostra o contraste entre a figura - representada com roupas espalhafatosas e destoantes – e todo o restante dos personagens.

Figura 2. Mural *Sueño de una tarde dominical em la Alameda Central*, de Diego Rivera



Fonte: <http://2.bp.blogspot.com/-rg62-P-BEEw/VC3SPOMdyPI/AAAAAAAAADVI/bqXZEvonXbw/s1600/sueno-de-una-tarde-dominical-en-la-alameda-1947.png>

Atualmente La Catrina segue sendo inspiração para mostrar o México ao mundo, pois ela é o mote para a *Procesión de las Catrinas*, evento que dá início às comemorações do Día de los Muertos na Cidade do México. Organizada pelo grupo Mega Body Paint México (autointitulado uma organização não-governamental e criado em 2014), a *Procesión* acontece desde 2014. De acordo com sua página no Facebook, o grupo se considera

(...) uma organização artística multidisciplinar na qual convergem artistas visuais, telas vivas, fotógrafos, entre outras aticidades. Um dos eixos básicos é a educação... Fomentar o respeito pelo corpo humano e diminuir a morbidade nas novas gerações, mostrando o belo da arte corporal no ramo Body Paint. A educação e a reeducação no México também é nossa tarefa. (Tradução nossa)¹²¹

O evento é todo organizado pela ONG, que chama o público para ajuda-los em todas as etapas pelas redes sociais, bem como os informes à imprensa, que foi chamada para participar de uma conferência para tratar do evento.

¹²¹Trecho retirado do endereço: https://www.facebook.com/pg/MEGA-BODY-PAINT-M%C3%A9xico-1491197991114272/about/?ref=page_internal. “Mega Body Paint México es una organización artística multidisciplinaria en la cual convergen artistas visuales, lienzos vivos, fotógrafos entre otras actividades. Uno de los ejes base es la Educación... Fomentar el respeto por el cuerpo humano y disminuir el morbo en las nuevas generaciones mostrando lo bello del arte corporal en la rama del Body Paint. La Educación y re educación social también es tarea nuestra. Mega Body Paint México.”.

Figura 3. Convite à imprensa.



Fonte:

<https://www.facebook.com/1491197991114272/photos/a.1493138330920238.1073741831.1491197991114272/2041272372773495/?type=3&theater>

A primeira edição teve a presença de aproximadamente 1500 pessoas, já em 2016, o número passou para 16 mil¹²². Em 2017 a expectativa foi de 30 mil pessoas e o evento já tem data para 2018, será realizado no dia 21 de outubro.

Desfile del Día de los Muertos

Já o Desfile, diferentemente da Proceção – de caráter autônomo, faz parte da agenda do governo da Cidade do México entre as celebrações a serem prestigiadas pelo público¹²³.

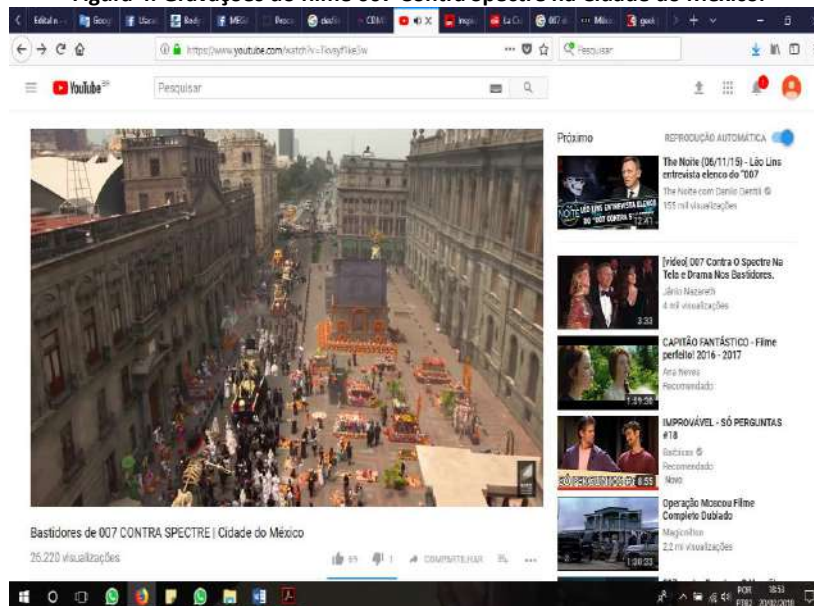
É pertinente destacar que esse desfile não fazia parte do roteiro relacionado ao Día de los Muertos até o ano de 2016. Apesar de toda a tradição do culto à morte que acontece no México, a inclusão do Desfile no calendário ocorreu por conta de um elemento externo: o lançamento do filme *007 Contra Espectre*, lançado nos Estados Unidos em novembro de 2015¹²⁴ e que traz, nas cenas de abertura, o personagem principal em uma aventura que se passa em um desfile do Día de los Muertos na capital mexicana.

¹²²Dados disponíveis em: <https://donadora.mx/projects/mega-procesion-de-las-catrinas-2017>.

¹²³Tal conteúdo pode ser acessado em: <http://www.cdmx.gob.mx/vive-cdmx/post/celebracion-dia-de-muertos-2017>.

¹²⁴Informações e ficha técnica disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-206892/>.

Figura 4. Gravações do filme 007 Contra Spectre na Cidade do México.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Tkvsyf1ke3w>.

A iniciativa aconteceu, sim, após a exibição do filme, que levou as autoridades à viabilizarem a realização do Desfile. Em entrevista à CNN, Alejandra González Anaya (uma das diretoras criativas), afirmou que “como resultado do filme de James Bond decidimos tomar vantagem diante dos holofotes e colocar na rua a grande oferenda que damos a nossos mortos.” (Tradução nossa).¹²⁵ Já para a BBC, a diretora executiva da Junta de Turismo de México, Lourdes Berho, disse que havia uma grande expectativa devido ao filme: “sabíamos que isso ia gerar um desejo por parte dos mexicanos e turistas para vir e participar de uma celebração ou um grande desfile.” (Tradução nossa)¹²⁶

No ano de sua estreia, 2016, o Desfile do Día de los Muertos teve 250 mil pessoas, número que quadruplicou no ano de 2017, com um público de um milhão de pessoas, de acordo com os dados¹²⁷ do governo mexicano.

Considerações finais

O Día de los Muertos se configura em um “(...) conjunto de práticas e tradições que prevalecem em torno das celebrações dedicadas aos mortos (...), que hoje constitui um dos costumes mais vigorosos e dinâmicos do México.” (Tradução nossa)¹²⁸. Justamente por isso corresponde a um aspecto cultural em constante transformação, mudança essa que pode estar nos mais diferentes elementos da sociedade. No entanto, a título de esclarecimento, de acordo com a historiadora Yolanda García González (INFORMAÇÃO VERBAL)¹²⁹, a retomada do uso das catrinas como elemento de identificação mexicana é uma dinâmica recente, mesmo que nunca tenha deixado de existir no imaginário do país.

A Mega Procesión de las Catrinas é um exemplo que se pode enquadrar na folkcomunicação devido ao seu caráter popular, que consegue se organizar aquém dos meios massivos. Mesmo tendo a cobertura do evento realizada pelas principais mídias da Cidade do México, a convocação das “catrinas” é realizada pelas redes sociais e também por

¹²⁵“Como resultado del filme de James Bond decidimos tomar ventaja de los reflectores y poner en la calle la gran ofrenda que le damos a nuestros muertos”. Matéria disponível em: <http://cnnspanol.cnn.com/2016/10/28/la-ciudad-de-mexico-copia-a-spectre-y-realiza-su-primero-desfile-del-dia-de-muertos/>, 2016.

¹²⁶“Sabíamos que esto iba a generar un deseo por parte de los mexicanos y turistas para venir y participar en una celebración o un gran desfile”. Matéria disponível em: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-37813219>, 2016.

¹²⁷Dados disponíveis em: <http://www.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/reune-celebracion-de-dia-de-muertos-250-mil-personas-en-cdmx/> / <http://www.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/mas-de-un-millon-de-personas-asisten-la-celebracion-del-dia-de-muertos-2017-en-la-cdmx>.

¹²⁸“El conjunto de prácticas y tradiciones que prevalecen en torno a las celebraciones dedicadas a los muertos, tanto en las ciudades como en un gran número de poblaciones rurales, hoy constituye una de las costumbres más vigorosas y dinámicas de México.” (CONACULTA, 2006, p. 18).

¹²⁹ Entrevista concedida à autora em outubro de 2017.

meios alternativos como sites e *blogs*, reiterando a afirmativa de Beltrão de que essas informações veiculadas por meios alternativos têm "(...) tanta importância comunicacional quanto aquelas difundidas pelos *mass media*." (BELTRÃO, 2004, p. 16). Além de levar as pessoas à uma ação efetiva para promover sua cultura.

O caminho inverso pode ser visto na criação do Desfile do Día de los Muertos, pois, ao mesmo tempo, a influência de um *blockbuster* hollywoodiano na agenda festiva do México mostra como as mídias – neste caso, o cinema – tem um grande apelo e pode ser responsável pelo agendamento cultural, em um movimento cíclico. Marques de Melo faz um questionamento em relação à "roupagem hollywoodiana" (2008, p. 71) em relação ao carnaval, e traz questionamentos pertinentes como a influência externa afeta as manifestações populares, já que a mídia pode atuar como projetora de tal cultura.

No caso do Desfile do Día de los Muertos pode-se ver realmente de que maneira uma mídia pode projetar uma cultura – por meio do filme e independentemente do motivo pelo qual o governo mexicano decidiu incluir o evento em sua agenda¹³⁰. Nesse sentido, Marques de Melo pontua que a agenda midiática contemporânea "(...) também podem funcionar como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir", e ainda reitera que

"(...) o folclore midiaticizado possui dupla face. Da mesma forma que assimila ideias e valores procedentes de outros países, preocupa-se com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global." (MELO, 2008, p. 41-42)

Foi dessa maneira que o México viu uma de suas tradições ter um alcance global e resolveu aproveitar a chance para, também, mostrar sua cultura para o mundo.

Por fim, sintetiza-se que possível observar a prática folkcomunicação em um mundo digitalizado, em uma rede social, levando transformações sociais e culturais, como a Mega Procesión de las Catrinas. Em contrapartida, com o Desfile do Día de los Muertos, pode-se constatar o movimento contrário, de uma mídia levando, também, à mudança social e cultural, o que indica que não existe somente um fluxo a ser percebido, mas que existem mais nuances e caminhos que podem ser traçados a partir desses dois polos.

¹³⁰ Neste caso, vê-se claramente que o motivo para a realização do Desfile foi o atrativo turístico que eles viram explorados pelo filme.

Bibliografía

ALVES, J. B. (2015). Um brinde à identidade, à diversidade e à alteridade: um passeio pelo mundo dos mortos no sul do México. *Abehache*. Vol. 8, 53-72. Disponível em: <http://revistaabehache.com.br/index.php/abehache/article/viewFile/177/176>.

BELTRÃO, L. (2004) *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP.

CONACULTA. (2006). Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 16. *La festividad indígena a los muertos en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo – CONACULTA. Disponível em: http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/Cuadernos_19_num/cuaderno16.pdf.

CRUIKSHANK, G. A. (2007). *La Muerte y el Humor en Mexico: Joaquin Bolanos, Jose Guadalupe Posada, Elena Garro y Octavio Paz*. Tese de doutoramento. The University of Arizona. Disponível em: http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/195577/1/azu_etd_2232_sip1_m.pdf.

GÓMARA, F. L. (2007). *Historia de la conquista de México*. Fundación aBiblioteca Ayacucho, Venezuela: Fundación Biblioteca Ayacucho. Disponível em: <http://biblioteca.org.ar/libros/211672.pdf>

LEMOS, M. T. T. B. (2009). *Práticas religiosas e representações simbólicas – Festas e ritualidades: O Dia dos Mortos no México*. Trabalho apresentado no ANPUH – XXV Simpósio Nacional de História – Fortaleza. Disponível em: <http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0118.pdf>.

MELO, J. M. de. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus.

PAZ, O. (1999). *El laberinto de la soledad, Postdata, Vuelta a El Laberinto de la Soledad*. 3ª ed. México: FCE.

TAPIA, M. A. S. (s/d) *Culto a los muertos*. Disponível em: <http://web.uaemex.mx/identidad/docs/cronicas/TOMO%20IX/MUERTOS.pdf>

VILLASEÑOR, R. L.; CONCONE, M. H. V. B. (2012). A celebração da morte no imaginário popular mexicano. *Kairós Gerontologia*. Vol. 15, Número especial 12, 37-47. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/17036/12642>.

WESTHEIM, P. (1983). *La calavera*. Trad. Mariana Frenk. México: FCE.

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

Manejo de una cultura de paz en el manejo de conflictos

Marta Melean¹³¹

Resumo: El conflicto es inherente a toda sociedad humana. Entendido como una relación de intereses puede tener discursos negativos o positivos. Tragedias como las de Rwanda o Bosnia, pueden muy bien aplicarse a los conflictos en nuestra América Latina. En la región se plantean situaciones emergentes relacionadas con la inequidad, exclusión social, ausencia de desarrollo sostenido, narcotráfico, crimen organizado, combinado asimismo con violencia familiar e interpersonal. Conflictos étnicos, con los campesinos en Bolivia, o en Perú o Guatemala.

Palavras Chave: inequidad; exclusión social; ausencia de desarrollo sostenido; narcotráfico; crimen organizado.

Abstract: Conflict is inherent in every human society. Understood as a relationship of interests can have negative or positive speeches. Tragedies like those of Rwanda or Bosnia, can very well apply to conflicts in our Latin America. In the region, emergent situations related to inequality, social exclusion, absence of sustained development, drug trafficking, organized crime, combined with family and interpersonal violence are considered. Ethnic conflicts, with the peasants in Bolivia, or in Peru or Guatemala.

Key words: inequality social exclusion; absence of sustained development; drug trafficking; organized crime.

Introducción

Este viaje comienza con la búsqueda hacia las palabras, los símbolos y las prácticas estigmatizadas en los cuerpos de los "otros", que a la vez como "nosotros", como reflejos de nuestras propias identidades. Puedo afirmar que existe una comunidad en la ciudad de La Plata conformada por bolivianos cochabambinos que intentan mantener su identidad al territorializar sus prácticas culturales en un lugar extraño como estrategias y tácticas de supervivencia. Para poder comprender esa imbricación entre identidad y lugar apelaré a los discursos, a las actitudes y a las prácticas cotidianas que conforman el universo real y simbólico de los actores estudiados. El camino elegido para iniciar esta investigación toma los hilos de las tramas biográficas de los protagonistas que aquí doy cuenta. Ellas encarnan las vivencias que fueron corporizándose en la red de relaciones y de experiencias pasadas, presentes y próximas a ser vividas. El entramado nos acerca a los espacios donde se construyen las identidades culturales y se manifiestan los procesos de estigmatización, segregación y exclusión socioterritorial.

Los datos que constituirán la información serán los discursos sociales, que no sólo serán el soporte físico del fenómeno social, sino también el instrumento de su producción. La idea primigenia es la dialogicidad, es decir, enfatizar la participación de los involucrados en el proceso de generación de conocimiento a partir de un desarrollo hermenéutico y un acercamiento empático con los sujetos de la comunidad. Así intentaré rescatar el modo en que se vive la cultura, la trama íntima de los productos de las rutinas, los modos diarios de hacer y de percibir, de soñar y recordar.

El espacio del acercamiento es un barrio de La Plata, conocido como "la Favela". Es un lugar donde se transplantaron los rituales y emociones que se palpitan en Cochabamba, una memoria popular devenida en sujeto territorial. Los emigrados cochabambinos recuperan así el espacio propio donde hacen sus prácticas y elaboran sus discursos en los que todos se ven reflejados.

No olvidemos que la emigración muestra un rostro también doloroso: el rostro del desarraigo pues se fueron de su tierra para sobrevivir y reconstruir una nueva identidad a partir de la hibridación y la mezcla. Dilucidar esas actuaciones de los sujetos sociales será la tarea que aquí estoy exponiendo, admitiendo que Bolivia ha cambiado, ha mejorado su

¹³¹Doctora UNLP Universidad Nacional de La Plata- Argentina – E-mail: <mlemelean@gmail.com>

condición económica, ha hecho grandes avances en su modo de vida. Cosa que he podido constatar en mis constantes viajes para mis trabajos.

Contexto histórico de la inmigración boliviana en la Argentina

Desde el siglo pasado la Argentina estuvo relacionada al ingreso de inmigrantes. Entre 1850 y 1970 hubo un gran aporte europeo, que se estima en alrededor de seis millones de personas. La crisis de 1930 interrumpió el aluvión y comenzaron a producirse cambios significativos en el sentido de la diversificación del origen de la inmigración. A los inmigrantes italianos y españoles, se les sumaron los alemanes, polacos y de la ex Unión Soviética. Debido al proceso de sustitución de importaciones iniciado en esa época, se necesitó mano de obra de países vecinos.

Bolivia, Uruguay, Chile. Constituyen en ese entonces el 18 por ciento de la población extranjera. Los inmigrantes bolivianos ingresaron por las provincias del norte argentino. Por una transformación gradual que los fue llevando de ser inmigrantes estacionales para las cosechas hasta arraigarse definitivamente en las zonas urbanas, .Su inserción se fue produciendo en sectores de la estructura económica, despreciados por los argentinos o como mano de obra barata relacionada con la construcción.

Para la clase media de los barrios residenciales resultaron una inmigración invisible, y fueron considerados como mano de obra de bajo costo. Hasta el Censo de 1991 de los 318.333 extranjeros 115.605 habían nacido en países limítrofes. Los bolivianos ascendieron a cien mil en 1993 (INDEC 1993). Por cierto había un atractivo cual era el Plan de Convertibilidad de Menem. (1 peso-1dólar).

Sin embargo la devaluación de 2001, no hizo más que licuar el costo salarial a partir de esa profunda crisis que incluye recesión y conflictos sociales. Se alcanzaron los niveles más altos de desocupación. Este escenario de caos económico e institucional, supone un cambio drástico en las condiciones de atracción de la mano de obra limítrofe y genera posibles reflujos, en el futuro mediato, que inviertan el proceso de arribo al país. **El espacio de las historias**

En el límite NO de la cuadrícula de la ciudad de La Plata, se extiende un espacio barrial estigmatizado por el platense con el nombre de "la favela". La zona habitada por bolivianos abarca las manzanas rodeadas por las calles 19 y 23 entre las calles 525 a 530. Las calles eran de tierra ahora están asfaltadas por el municipio. Las casas son de chapa, cartón y zinc. Pero ahora hay también lindas casas de material, pues el estado económico ha mejorado con el cultivo de verduras y negocios de venta de frutas y verduras en toda la ciudad.

Son muy ahorrativos y han hecho casas de material, siempre aparece gente nueva. Tienen cloacas, calles recientemente asfaltadas y una escuela primaria. Conforman un círculo muy cerrado. Hacen fiestas en honor a la virgen de Urcupiña. A pesar de que tienen muchos chicos nunca se los ve por la calle. Si bien intentan adaptarse a nuestra cultura persisten en mantener entre ellos los rasgos de su propia identidad. Son machistas. La mujer está bastante relegada. (Esther Barbieri, asistente social de la Unidad Sanitaria de la zona).

La microhistoria del espacio de estas narraciones se ubica dentro de la macrohistoria de los enclaves de pobreza en la Argentina. Estos enclaves presentan elementos de continuidad y discontinuidad. Hay continuidad en el sentido que éstos han experimentado los efectos acumulativos de las desventajas económicas desde su origen. Zonas cuasi desiertas y no aptas para el poblamiento urbano, como es el caso de esta zona de la periferia de la ciudad de La Plata. Hay discontinuidad porque estas zonas sufrieron el efecto devastador del masivo crecimiento del desempleo y del subempleo. Durante los años 80 y 90 bajo el modelo neoliberal de exclusión. Así la continuidad y la discontinuidad se potencian mutuamente para generar y asumir una nueva forma de este enclave villero centrada en la desaparición del empleo y en la desatención de la mano social del Estado, cuya manifestación es el encogimiento de las redes sociales, la desproletarización, la creciente informalización, la despacificación de la vida cotidiana y la desertificación organizativa.

Los guetos urbanos

Es en el lugar donde la vida se manifiesta, es ahí donde las relaciones se realizan, donde la sociedad se reproduce, sus relaciones a partir del proceso de constitución de la identidad contribuyen a esa reproducción, que liga a los hombres entre sí y a éstos al lugar.

La fragmentación de territorios contenidos dentro de la gran ciudad se concretiza a partir de las modalidades de usos que contemplan características culturales, étnicas, religiosas diferenciadas, son los "guetos urbanos" que existen en la metrópoli.

Los guetos se construyen a base de solidaridad y del sentimiento de pertenecer a un lugar. Aparece así la idea de simultaneidad de las acciones en el espacio, particularidades, cada pedazo de la ciudad presenta formas diferentes marcando usos y formas de apropiación, tiempos diversos.

La metrópoli en cuanto espacio social, producto de trabajo materializado, expresión formal, guarda la dimensión del lugar, en cuanto dimensión de la sociedad urbana en proceso de constitución.

Para Henri Lefebvre, hay en el mundo moderno, un conflicto violento entre uso y cambio que se expresan en el lugar.

Áreas enteras son vendidas por pedazos, amputando la ciudad en su dimensión humana, produciendo un sentido pérdida provocada por las transformaciones en las formas de apropiación. Entonces Lefebvre, habla de espacialidad como el espacio social, en el que se encuentra localizada la reproducción de las relaciones sociales.

Los conflictos, entonces, se gestan por la distribución desigual de recursos y que generan brechas al interior de las poblaciones, y son estructurales. Resultado de un sistema social que ofrece oportunidades desiguales a sus miembros.

Oportunidades distintas que implican un acceso diferente a los beneficios del desarrollo, distribución desigual de los recursos. La desigualdad del ingreso ha tendido a empeorar en la región. Y la sufren los inmigrantes mucho más.

El gueto es producto directo de la relación entre morfología social, jerarquía espacial, que segrega grupos y lugares como consecuencia de la fragmentación del tejido urbano y de sus formas de apropiación lo que permite pensar la constitución de la identidad. Desde el Paradigma de la Identidad se sostiene que la identidad es la principal variable explicativa de la acción colectiva. Se enfatiza el proceso por el cual los actores luchan por constituir nuevas identidades como medios para crear espacios democráticos y para crear una acción autónoma.

El paradigma de las identidades es el que más ha influenciado a las investigaciones en la región. El que se puede combinar con el paradigma de la movilización de recursos. Tomando la cuestión de la identidad, la referencia al otro está claramente presente como constitutiva de la identidad. La identidad se construye en un sistema de relaciones sociales. Volviendo a la fragmentación del tejido urbano, y de sus formas de apropiación. En una sociedad diferenciada el acceso al suelo urbano es determinado por la jerarquía social.

Existen aquellos que se mudan para esos locales y lo primero que hacer es erguir muros altísimos. Los llamados "Intra. Muros". Para encerrarse en sus casas altamente protegidas tanto de posibles ladrones como de sus vecinos. En ese caso, los guetos formados por barrios ricos, casas y mansiones se forman construcciones fortificadas como si fueran prisiones y que aparecen en la periferia de la mancha urbana de las metrópolis latinas. Configurando una identidad que se construye a partir del ingreso y que acaba produciendo un modo de vida propio.

En el otro extremo, hay áreas formadas por una gran parcela de la población de bajo poder adquisitivo que marca el deterioro de las formas de vida en la metrópoli. En ese caso, la identidad es marcada por la morfología social, pero dada por la carencia tanto en lo que se refiere al ingreso como al acceso a la infraestructura relacionada con la vivienda y el transporte. Es esa carencia que produce un significativo mote para la reunión y constitución de la solidaridad, produciendo movimientos reivindicatorios fuertes a partir de la constitución de la identidad.

Estos movimientos reavivan el uso sin reducirlo a un simple consumo de espacio y en ese sentido, colocan el acento en las relaciones entre las personas con el espacio, sea en lo que se refiere al vecindario y a lo inmediato, sea con la región más amplia, o incluso con todas las dimensiones de lo urbano.

Los contrastes en el uso del territorio, en el acceso a la tierra urbana, revelan la morfología social jerarquizada, marcando una diferencia en cuanto a la identidad en la formación de los guetos residenciales, pero esa identificación también puede ser dada por otros criterios. Por ejemplo, los culturales, como es el caso de los barrios formados por inmigración de países limítrofes que reproducen un modo de vida específico que determina comportamientos y valores propios. Tal el caso de los bolivianos. Aquí el gueto puede significar libertad a través de la posibilidad de actuar y de reivindicar prácticas culturales que constituyen elementos esenciales en la construcción de identidades necesarias para luchar contra el racismo oculto, a veces negado, pero presente, en la sociedad argentina.

Esta exposición demuestra que existen formas múltiples y simultáneas jerarquizadas de áreas de la metrópoli marcando momentos de la relación entre espacio y ciudadano en el desarrollo del proceso de reproducción de las

relaciones sociales en la metrópoli que crea constantemente nuevas territorialidades a través del proceso de *destrucción-creación*, apuntando diversidades, segregaciones y exclusiones. En otras palabras, estos enclaves están dejando de ser lugares para convertirse en espacios de supervivencia de aquellos relegados.

Espacios donde el discurso y la práctica dominante *raciaiza a la población marginal y extranjera*: “La Favela” de la ciudad de La Plata.

Así el villero, sea boliviano o provinciano, pero no de aquí, termina siendo construido como el *otro repugnante y nocivo*.

Esta racialización, es importante destacar, no se restringe al punto de vista oficial y dominante. Las reacciones de los vecinos de clase media platense frente a las cercanías al espacio de “La Favela” resultan de una acusación que combina el estigma de clase, lugar y color (bolitas, villeros, no los queremos aquí) nos permite ver como este discurso dominante se filtra en el entramado simbólico de la sociedad y se transforma en un sentido común, natural y permanente.

El otro y el nosotros

Puedo afirmar que no hay una identidad esencial del boliviano, sino que hay formas de definición del otro o de autodefinición identitaria. Entiendo como situación de interculturalidad aquella circunstancia en la cual dos grupos que producen identificaciones diferentes y por lo tanto, construyen códigos, comunicacionales imbricados con modos de posicionamiento distintos en la sociedad. Se relacionan y comunican produciéndose conflictos, negociaciones, acuerdos, dominaciones y subordinaciones. La amarga hostilidad entre los establecidos y los extranjeros, se exacerban por el hecho de que la belicosidad de los establecidos suscita una respuesta del grupo que ha sido empujado a la condición de foráneo. La seguridad y autoconfianza de una de las partes suscita los síntomas de timidez y sumisión de la otra. Por lo que pude ver, los inmigrantes como minoría subordinada y dependiente del grupo dominante, acepta sumisa las condiciones impuestas por este último.

La idea de pertenencia está asociada al concepto de comunidad, en el sentido que le da Daniel Prieto Castillo. Comunidad como unidad homogeneizante de situaciones características por la diferenciación y por el conflicto. Aparece una población en la que todos comparten de idéntica manera espacios, recursos, creencias, la comunidad constituye un grupo social que intercambia significados comunes en relación a su mismo marco de referencia, es decir que concientiza sus problemas para buscarles solución conjunta.

Volviendo a nuestro tema de la identidad confirmo que la identidad es relacional, que se construye en el marco de un sistema de diferencias. Ese marco de identidades diferenciales tiene un anclaje discursivo que se traduce en el encuentro antagónico entre los grupos y en la precariedad de las identidades. Una vez identificado un individuo como perteneciente a un grupo descalificado o estigmatizado, son aplicados a cada individuo. La estigmatización tiene que ver con los rasgos físicos, con la cultura, con la nacionalidad, con la exclusión.

Aperturas

Este relato tiene un final abierto. Las historias de vida que adjunto, se prolongan en aquellas que vendrán continuar y diseminar nuevas biografías para contar, analizar e interpretar.

Cuando excluimos nos traicionamos y empobrecemos. Cuando incluimos nos enriquecemos y nos encontramos a nosotros mismos. Es entonces que comprendemos que todos somos reales e ideales, heroicos y absurdos, corpóreos y etéreos.

Quienes se empeñan en construir una identidad sin tener en cuenta a ese Otro están abocados a la soledad más vacía, más conflictiva, más desesperada. Pues la identidad es una forma de ser aceptado por los demás. Tener identidad es existir socialmente, única forma de existir, como dice Todorov. La identidad es la entidad que nos atribuyen los otros. No es una opción, sino un destino.

Habría que convencerse de que una persona solamente puede creer, puede desarrollarse si amplía su campo de reconocimiento de los otros, aceptando como legítimas sus diferencias, permitiendo que sigan caminos diversos y que puedan expresarse, manifestando sus singularidades. Pues si identidad significa afirmar lo que soy, los caminos hacia el desarrollo de la identidad se dirigirán hacia lo que no soy.

Si se legitima la otredad, se alienta el cambio, el crecimiento de lo diferente que hay en cada individuo. Proseguiré con el tema.

Bibliografía

- Alessandri, C. O lugar no / do mundo, San Pablo, Editora Hucitec, 1997
Bauman, Z. Pensando sociológicamente, Bs.As. Ediciones Nueva Visión, 1998
García Canclini, N. Culturas híbridas, Estrategias para entrar y salir de la Modernidad. Bs. As. Piados, 2001
Goffman, E. Estigma, Barcelona, Amorrortu, 1990
Lefebvre, H. La producción del espacio, Barcelona, Ediciones Anthropos, 1991
Margulis, M. La segregación negada. Cultura y discriminación social. Bs.As, Ed, Biblos, 1999
Santos, M. La naturaleza del espacio. Barcelona. Ariel, Geografía, 2000
Todorof. T. Nosotros y los otros. México, Siglo XXI, 1991
Valentine, C. La cultura de la pobreza, Barcelona, Amorrortu, 1985
Wacquant. L. Parias urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio. Bs.As. Manantial..

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

A cultura científica e os desafios da comunicação intercultural na relação cientistas-jornalistas

Scientific culture and the challenges of intercultural communication in scientists-journalists relationship

*Marcelo Sabbatini*¹³²

Resumo: Caracterizado por sua amplitude, o movimento da chamada comunicação pública da ciência e da tecnologia assume grande importância nas sociedades democráticas, dado o impacto do desenvolvimento científico e tecnológico sobre a sociedade em geral. Para analisar e aprofundar esta relação adotamos o prisma da interculturalidade, e dois desdobramentos: o de cultura científica, enquanto proposta conceitual que visa estabelecer um amálgama entre os produtos da ciência e da tecnologia e a cultura geral e, logo, a comunicação intercultural realizada entre cientistas e jornalistas na prática do jornalismo científico. Ao adotarmos a perspectiva de cultura, com a identificação de valores, ethos profissional e formas de agir distinta, desvelamos não somente os conflitos desta relação como avançamos nos critérios para sua superação.

Palavras Chave: cultura científica, divulgação científica, comunicação intercultural.

Abstract: Recognized by its broad scope, the so called public communication of science and technology movement has great importance in democratic societies due the impact of scientific and technological development on society at large. In order to analyze and deepen the understanding of this relationship, we adopt the prism of interculturality, and two related concepts: scientific culture, as a conceptual proposal that seeks to establish a continuum between the products of science and technology and the general culture and then, intercultural communication between scientists and journalists in the practice of scientific journalism. By adopting the perspective of culture, with the identification of values, professional ethos and different ways of acting, we unveil not only the conflicts of this relationship but also advance in the criteria for its overcoming.

Key words: scientific culture, science communication, intercultural communication.

“O homem que vê os dois lados de uma questão é um homem que não vê absolutamente nada”.

Oscar Wilde

Introdução

O café da manhã de cada dia ameaçado...Ora o ovo, ora o café, talvez até um outro produto. Segundo a notícia publicada no jornal, anunciada no rádio, ou vista na TV, um “veneno” para a saúde. Mas apenas, alguns dias depois o “vilão” reabilitado, segundo a pesquisa científica mais recente. Soa familiar? Este é apenas um dos percalços que marcam as iniciativas de comunicação pública que têm como missão de aproximar a ciência e a tecnologia da sociedade. Nosso propósito é analisar esta relação conflituosa a partir do conceito de interculturalidade, operando em dois níveis. O primeiro, expresso pelo conceito de cultura científica, que busca a superação de uma hipotética separação entre a cultura estabelecida no sistema de ciência e tecnologia e a sociedade de forma mais ampla. E logo na comunicação intercultural, permeada de conflitos, que cientistas e jornalistas exercem na busca deste objetivo comum.

132 Marcelo Sabbatini, Universidade Federal de Pernambuco, Doutor em Teoria e História da Educação, Brasil, marcelo.sabbatini@ufpe.br.

A emergência da cultura científica

Para iniciar nossa reflexão, convém estabelecer que as múltiplas tensões na interface da ciência e seus impactos tecnológicos levaram à emergência a partir dos anos 1980, do campo da comunicação pública da ciência e da tecnologia e, mais recentemente, da promoção da cultura científica. Em conjunto, este campo constitui um movimento, que consideradas as suas distintas vertentes, tem como objetivo fazer o discurso da ciência, sua precisão, sua liberdade de julgamento, sua criatividade, seu estímulo ao pensamento livre e seu método de verificação da verdade, acessível a toda a sociedade, entendidos como valores a serem cultivados nas sociedades livres e democráticas.

Distribuído em associações profissionais e científicas, grupos de pesquisa ou mesmo em iniciativas individuais, a motivação básica deste movimento, o qual envolve pesquisadores, cientistas, jornalistas, educadores científicos, entre outros interessados, foca os possíveis benefícios que o conhecimento da ciência e da tecnologia possam trazer para a sociedade como um todo. Contudo, na atualidade, mais do que alfabetização científica ou divulgação científica, propõe-se falar do nível de “cientificidade” da cultura de uma sociedade, isto é, de que medida as instituições científicas, com seus conteúdos, práticas, processos e discursos são refletidas na sociedade como um todo.

Assumida a premissa de que ciência e a tecnologia compõe a sociedade, é necessário um maior nível de integração destes conceitos para converter a denominada “cultura científica” em conteúdos manifestos nas práticas gerais e presentes no sentido comum. Alguns critérios para o desenvolvimento deste nível de científicidade são o nível de aplicação de práticas científicas em atividades relevantes, o grau de informação científica circulante publicamente, o grau de desenvolvimento da cultura ciência-tecnologia-sociedade e o grau de participação cidadã nas controvérsias de caráter científico-tecnológico (POLINO, FAZIO; VACAREZZA, 2003).

Historicamente, a identificação da separação entre ciência e cultura é iniciada com a profissionalização da ciência no século XIX, mas alcança seu auge com a publicação do trabalho de C. P. Snow (1959) que identificou a existência de duas culturas no seio da comunidade acadêmica, uma científica e outra humanista; ambas já não dialogavam entre si. Esta divisão de culturas afetaria a própria concepção de construção e disseminação do conhecimento. Para Snow, a transferência do paradigma das “duas culturas” a partir do contexto acadêmico para o não acadêmico incide diretamente sobre a questão da alfabetização científica, já que a especialização precoce no sistema educativo cria a necessidade de “intérpretes” para mediar as mensagens especializadas da ciência. Mas a partir dos anos 1970 surge uma “terceira cultura”, integrada pelos estudos sociais da ciência e da tecnologia e pelo reconhecimento de valores humanísticos na ciência. Na atualidade, esta multiculturalidade também provém da manifestação dos campos híbridos de pesquisa, não mais categorizados em polos extremos e opostos, mas constituindo campos heterogêneos de disciplinas. Surge então uma proposta pós-moderna, para a prática de uma comunicação científica “(multi)cultural”, que tem em conta a diversidade cultural nas comunidades acadêmicas e científicas (VAN DIJCK, 2002).

A influência da ciência na cultura pode ser detectada através de sua presença no pensamento cotidiano, da utilização dos conhecimentos científicos para a resolução de problemas práticos e da capacidade da ciência para auxiliar a tomada de decisões pessoais. Ainda assim, esta relação não se apresenta suficientemente clara, devido a que tradicionalmente o sistema técnico-científico é considerado fechado à sociedade, ao mesmo tempo que uma alfabetização científica falha faz da ciência algo carente de relevância para a vida cotidiana, na percepção geral (MASSANERO, VÁSQUEZ ALONSO; ACEVEDO, 2002).

Ao examinar a relação da ciência com outras formas de conhecimento Fernández-Rañada (2002, p. 5) chega à conclusão de que a ciência é gerada socialmente, sendo influenciada e influenciando a cultura. Assim, o conhecimento científico possui mais pontos comuns com outras formas de conhecimento da realidade, como por exemplo as artes, do que suporíamos a princípio”. E, apesar de seus condicionamentos culturais, o saber científico chega a “afirmações objetivas, ou seja, supra culturais, válidas em qualquer ambiente cultural ou ideológico”. Para buscar então uma definição, surge o questionamento:

Temos razões para afirmar que a Ciência é parte da Cultura? Podemos afirmar que toda Ciência é Cultura, mas não toda Cultura é Ciência. É óbvio que a cultura só é plenamente se inclui em igualdade de condições aos elementos próprios da ciência, tanto básica como aplicada; isto é, tanto o conhecimento per se como seus distintos desenvolvimentos tecnológicos (TOHARIA, p. 2004, p. 1).

Tal argumentação deriva então ao questionamento de quem considerar uma “pessoa culta”. Como destaca Manuel Toharia, o erudito, seja ele um profundo conhecedor das artes ou um cientista especializado cede lugar a aqueles capazes de compartilhar com outras pessoas determinados conhecimentos básicos, históricos, conceituais, generalistas.

que lhe ajudam a compreender melhor e a apreciar mais o mundo que lhe rodeiam. Com isso, ressalta-se a adequação do termo “cultura científica”, o qual

(...) tem a vantagem de englobar tudo isso [alfabetização científica, divulgação científica, percepção/compreensão da ciência] e conter ainda, em seu campo de significações, a ideia de que o processo que envolve o desenvolvimento científico é um processo cultural, quer seja ele considerado do ponto de vista de sua produção, de sua difusão entre pares ou na dinâmica social do ensino e da educação, ou ainda do ponto de vista de sua divulgação na sociedade, como um todo, para o estabelecimento das relações críticas necessárias entre o cidadão e os valores culturais, de seu tempo e de sua história (VOGT, 2003).

Assim, ao considerar que a ciência “é parte inerente e medular da cultura humana”, ao mesmo tempo consistindo “uma forma mais de cultura, feita por pessoas e para a humanidade”, reitera-se a necessidade de aproximá-la da cidadania, mediante a alfabetização científica.

Contudo, quais seriam os benefícios de uma cultura científica amplamente disseminada na sociedade? Para Schiele (2000), as qualidades de precisão, de crítica bem fundamentada e de liberdade de julgamento associadas à cultura científica, são essenciais. Para este autor, mais que qualquer outra justificativa, é o caráter objetivo e seu acesso privilegiado à certeza que fazem da ciência um discurso inexequível.

Dentro do movimento da comunicação pública da ciência e da tecnologia podemos situar um formato bastante específico, o do jornalismo científico. Definido por sua localização dentro dos processos jornalísticos que levam informação especializada ao grande público, sua prática é a conjunção entre as culturas de dois grupos que concebem os fatos científicos e tecnológicos de forma distinta.

Entre três culturas: a relação cientistas-jornalistas

Quem deve divulgar a ciência, jornalistas ou cientistas? Se durante muito tempo esta questão, colocada de forma dicotômica, ocupou um espaço considerável dos debates e discussões no seio do movimento da comunicação pública da ciência, na atualidade o reconhecimento da diversidade de espaços e da importância da tarefa atesta o caráter conjunto do empreendimento. Contudo, esta questão reflete algumas das dificuldades da comunicação pública da ciência em geral, e por este motivo, merece uma análise aprofundada.

Face à existência de atividades comuns entre cientistas e jornalistas, como por exemplo o fato de que ambos realizam pesquisas, coletam informação e relatam suas descobertas, suas diferenças se mostram mais patentes. Por isso, na conflitiva relação entre estes dois grupos, os conceitos de diferença cultural e de comunicação intercultural podem ajudar a superar as dificuldades na interação comunicativa. Nesta perspectiva, podemos entender o surgimento de conflitos como consequência de diferenças culturais na interação entre jornalistas e cientistas.

Neste sentido, a transmissão do significado, assim como os códigos linguísticos, é afetada pela ausência de um repositório semântico compartilhado pelas duas culturas, levando aos ruídos de comunicação. Além disso, os estereótipos de grupo, com a percepção distorcida do comportamento, levam as denominadas “profecias auto-realizadas” pois a reação aos comportamentos imaginados de um estereótipo pode estimular exatamente o comportamento que se esperava em primeiro lugar. Além disso, na comunicação intercultural, diferentes convenções, normas e papéis são confrontados, com o conseqüente desajuste das expectativas.

Nesta dinâmica, não são duas, mas três as culturas que devem ser levadas em conta: a das profissões científica e jornalística, além da cultura comum, compartilhada pelos dois grupos. Dessa forma, problemas de compreensão da mensagem e de relevância marcam o choque da cultura científica com a cultura cotidiana, enquanto objetivos distintos e conflito de papéis ocasionam tensões na interface cultura dos meios – cultura da ciência (PETERS, 1999).

As diferenças entre cultura geral e cultura científica originam dificuldades na tentativa de explicar os problemas, os métodos e os resultados produzidos pela comunidade científica; num desencontro entre aquilo que os cientistas consideram ser os pontos relevantes da comunicação e o que os jornalistas sabem, por experiência, ser mais interessante para o público. Além disso, cada grupo assume critérios distintos na avaliação da relação custo-benefício da pesquisa científica.

Outro ponto mais de discordância é o enfoque, pois a comunicação primária se baseia em declarações factuais e em sua devida demonstração; a relevância da pesquisa se subentende. Do outro lado, a comunicação secundária geralmente busca explicar o “por quê” da pesquisa, quem a realiza, quais são seus impactos sobre a sociedade, ou seja, busca a contextualização.

Mas as tensões não param por aí. Os cientistas identificam a falta de precisão, o sensacionalismo, as distorções e o estímulo de atitudes anticientíficas como as principais dificuldades da divulgação científica (NELKIN, 1995). A este tratamento considerado injusto, acrescentam queixas sobre a banalidade, a cobertura insuficiente, a simplificação excessiva, e a espetacularidade (CALDER, 1998). Já Graça Caldas (1998) aponta a questão do imediatismo dos meios de comunicação como fonte frequente de atrito. Outros desafios mais são a trivialidade, a demagogia, a pressa e a falta de distinção entre resultados experimentais ainda não consolidados, como por exemplo a falta de diferenciação entre ensaios clínicos, e resultados consolidados pelo tempo. Cabe destacar que muitos destes efeitos derivam da rapidez da prática jornalística, com o pouco tempo disponível para a pesquisa e para uma análise profunda e independente dos fatos. Enquanto isso, os jornalistas culpam suas fontes de informação, os cientistas, por proporcionar informação inadequada, além de caracterizá-los como pouco comunicativos, frios e incompreensíveis (PETERS, 1999).

Uma pesquisa realizada com cientistas na Alemanha buscou identificar nos grupos profissionais em questão as diferenças na percepção do jornalismo científico. Como crença compartilhada, a função informativa deve ser ausente de vieses políticos, possuir caráter não emocional, objetividade, orientação para a verdade científica e ausência de sensacionalismo. As discrepâncias surgem justamente no contato entre jornalistas e especialistas, especialmente na questão de se os jornalistas devem ou não permitir suas fontes revisarem as matérias produzidas, previamente à publicação. Este desacordo pode ser interpretado de duas formas. A primeira provém das distintas visões sobre o conceito de “precisão”, o qual assume significados distintos na prática jornalística e da atividade científica. A outra interpretação se refere às atribuições incompatíveis no papel desempenhado por cada um no processo de comunicação científica: uma revisão significaria implicitamente definir qual parte é a condutora do processo, a parte que em última instância, estabelece a comunicação com a audiência. Em outras palavras, o responsável e detentor da palavra final (PETERS, 1999).

Tal discrepância, portanto, revela uma luta pelo controle do processo comunicacional. Segundo os dados da pesquisa, os jornalistas consideram os cientistas fontes passivas, utilizadas para cumprir as funções de informação; quanto mais político e controverso for o tema, menor a possibilidade dos jornalistas cederem aos cientistas este controle.

Do ponto de vista dos cientistas também é interessante analisar como eles concebem a cultura científica, ao interagir com os meios de comunicação. Frequentemente, os pesquisadores igualam-se aos jornalistas, supondo existir um nível de conhecimento prévio compartilhado entre ambas as partes, incluindo as normas, valores e códigos da ciência. Como resultado, o jornalista se vê impedido de fazer perguntas “simples” e a consequência é uma reportagem no mínimo imprecisa. Ao adotarem uma relação “professor-aluno” os cientistas acrescentam um componente hierárquico a já conflituosa relação, sendo possível que o jornalista perceba este didatismo como arrogância ou como uma mostra de superioridade.

Finalmente, o fato da publicação nos meios de comunicação não ser percebida com o mesmo valor dos periódicos científicos, a mudança do papel do cientista de autor a objeto, o paradoxo entre a necessidade de atrair a atenção da audiência e a restrição das normas de escrita científica, são todos eles fatores que criam barreiras no jornalismo científico. Como conclusão, para que as tensões possam ser administradas seria necessário aperfeiçoar as competências de comunicação intercultural, com o gerenciamento das frustrações e das experiências negativas do passado e com a despersonalização dos conflitos (PETERS, 1999).

Além das práticas interculturais, também se observa uma diferença em relação ao *ethos* de cientistas e jornalistas, repercutindo em barreiras a serem superadas na divulgação científica. O *ethos* dos cientistas, se considerarmos os pressupostos da sociologia clássica da ciência expostos por Robert Merton (1973), é composto por quatro imperativos institucionais, que refletem e condicionam as normas e valores da comunidade científica: o universalismo, o comunalismo, o ceticismo e o desinteresse organizado. Embora na prática os imperativos de Merton possam ser considerados utópicos, ao ponto Mitroff (1974) propor um conjunto diametralmente antagônico de imperativos, se os aceitarmos por um instante, percebe-se que não existe comparação possível entre os imperativos *mertonianos* e o conjunto de valores éticos e profissionais do jornalismo. Tal diferença, junto às dificuldades próprias do jornalismo científico, contribui para preservar uma série latente de desafios a serem vencidos.

Assim, os princípios da conduta ética do jornalismo orientam a busca da *objetividade*, no sentido de que os vários aspectos de uma questão devem ser cobertos, a partir de um ponto de vista neutro e sem a inclusão de comentários de opinião; da *precisão*, evitando que os fatos sejam distorcidos, sendo baseados em fontes confiáveis de

informação; do *valor informativo da notícia*, segundo critérios de interesse para o público e de *adequação temporal*. Outras questões éticas inerentes à atividade jornalística são a privacidade das fontes, a adesão a critérios de responsabilidade social e a liberdade de informação, sem temor à censura.

Pelo outro lado, a ética da ciência baseia-se na *honestidade*, entendida antagonicamente à fraude científica e no cuidado de evitar erros, na *liberdade intelectual*, com a busca de novas ideias ou a crítica de outras; na *abertura de compartilhar resultados*, ou seja, de disseminar a produção e de ser suscetível às críticas; no *princípio de crédito*, reconhecendo os esforços alheios e evitando o plágio, e finalmente, na *responsabilidade social* entendida como o acompanhamento das consequências da pesquisa científica para o ambiente circundante.

É justamente quando a ética da ciência entra em conflito com a ética do jornalismo que surgem alguns dilemas da divulgação da ciência. Como exemplo, em muitas coletivas de imprensa convocadas por cientistas os resultados são apresentados publicamente, antes mesmo de serem confirmados pela comunidade científica. Esta modalidade de comunicação pública da ciência pode ser utilizada como forma de alterar as prioridades, saltando os passos da revisão por pares e batendo de frente com as normas estabelecidas da comunidade científica. Por outro lado, os fatos em questão podem ter consequências sociais importantes, motivo pelo qual torna-se necessário divulgá-los o quanto antes. Já nos congressos científicos, os resultados, por definição, possuem um caráter preliminar, sendo apresentados com o objetivo de promover um retorno da comunidade de pesquisa, e não para estabelecer conclusões definitivas. Neste caso, emerge o dilema entre o direito do jornalista a compartilhar publicamente esta informação e o direito de proteger resultados ainda preliminares de pesquisa, com suas responsabilidades associadas (RESNIK, 1998).

Ainda nas diferenças de *ethos* profissional, a concepção do que é notícia possui um importante papel. Os resultados das pesquisas científicas são provisórios, até que sejam certificados pelos pares e adequados dentro do corpo estabelecido de conhecimento; portanto, não possuem caráter de notícia. Por outro lado, para os jornalistas, as ideias certificadas e estabelecidas não possuem o mesmo interesse que as novas e, muitas vezes, dramáticas descobertas. Além disso o jornalismo requer a humanização das notícias, procurando o interesse subjetivo, e focando o esforço e as características individuais do pesquisador, em contraposição às normas coletivas da comunidade acadêmica. Por último, o jornalismo busca a unicidade dos eventos individuais para capitalizar seu valor como notícia (“o único”, “o primeiro”, “o maior”) enquanto cientistas preferem comunicar uma ideia de continuidade e de efeito cumulativo da pesquisa científica.

As “bodas” entre jornalismo e ciência a partir da metade do século XX originaram esforços por aplicar a objetividade científica à prática do jornalismo. Neste sentido, prevalecia a visão da ciência como uma “base apolítica para a política pública, um modelo de racionalidade nas questões públicas”. As verdades científicas pairando por cima dos interesses e de pressões seriam ausentes de valores e neste sentido o jornalismo se propôs “abordar o ideal da neutralidade e da reportagem ausente de vieses, equilibrando os pontos de vista diferentes, apresentando de forma justa os lados antagônicos e mantendo uma distinção clara entre a reportagem de notícias e a opinião editorial” (NELKIN, 1995, p. 84). Estas normas de objetividade fomentariam os valores do pluralismo e promoveriam o processo democrático, baseado no acesso igualitário aos fatos. A objetividade como ideal também permitiria a manutenção da independência e autonomia, por parte da imprensa e da comunidade científica, em relação ao poder público.

Entretanto, esta abordagem representa uma contradição, pois a objetividade através do equilíbrio de opiniões não tem sentido na epistemologia científica, onde a verificação empírica é o critério de verificação da realidade. Em outras palavras, no jornalismo as provas são obtidas através da busca de múltiplas fontes de informação, para que se obtenha o contraste necessário entre distintas visões e opiniões. Enquanto isso, na ciência a objetividade não necessita de mais fontes de informação, mas sim de evidências rigorosas, baseadas em critérios de confiabilidade e de reprodutibilidade. Assim, o resultado é que nos meios de comunicação o mesmo espaço é dedicado à ciência “marginal” que às opiniões bem estabelecidas dentro da comunidade científica, proporcionando autoridade a pessoas que carecem das habilidades e do conhecimento especializado (STOCKING, 1999).

Por outro lado, em seu papel de fonte, o cientista está acostumado a adotar métodos de controle e de filtragem para se proteger da interpretação tendenciosa, das concessões sensacionalistas ou da compreensão equivocada, atuando em defesa de sua autoimagem, de seu conceito de ética, da exatidão e da objetividade, esta última em termos da epistemologia científica. Cabe destacar que em alguns casos os cientistas podem consistir fontes não neutras de informação, utilizando-se ativamente de estratégias retóricas para captar a atenção e de técnicas de relações públicas cada vez mais sofisticadas, para conseguir assim um tratamento positivo por parte dos meios de comunicação. Há, portanto, uma ambivalência nesta relação mútua de interdependência entre cientistas e jornalistas (CHAPARRO, 1990).

Para Calder (1998), a comunidade científica deveria buscar ajustar-se às necessidades dos meios de comunicação, fornecendo informações que resultassem atrativas tanto para a imprensa como para o público general,

capitalizando seu poder de “venda”. Desta maneira, o critério de notícia seria baseado naquilo que influi diretamente na vida cotidiana do público e nos impactos sobre a sociedade, mais do que em critérios internos. A respeito das frequentes queixas sobre a precisão, os cientistas deveriam praticar a autocrítica; muitas vezes a imprecisão é o resultado de explicações insuficientes, abstratas ou demasiadamente complexas. Finalmente, para superar as tensões seria preciso que cientistas se abrissem à crítica, analisando os diversos aspectos possíveis de uma notícia, para constituir assim uma “cultura de divulgação”.

Seguindo raciocínio semelhante, Caldas (1998) propõe que cientistas e jornalistas atuem em colaboração, procurando uma compreensão mútua dos métodos e dos processos de trabalho um do outro e estabelecendo uma responsabilidade compartilhada no processo de comunicação pública da ciência. Para Gaus e Wildt (1998) esta ação conjunta atende ao princípio de “compartilhar inteligência”, partindo da premissa de que a complexidade crescente do conhecimento e de sua relevância para as decisões políticas e econômicas exige que os dois lados se voltem à compreensão pública, numa convergência de interesses. A existência de uma cultura compartilhada implica vantagens para ambos os grupos. Quando ambas as partes compreendem as regras do processo, a preocupação se volta a transmitir a informação de maneira precisa (DUNWOODY, 1999).

BIBLIOGRAFÍA

- Caldas, G. (1998). Jornalistas e cientistas: uma relação de parceria. *Observatório da Imprensa*, (49) Dirección URL: <<http://www.comtexto.com.br/telaartigojorciengraçarelacienjornal.htm>>.
- Calder, N. (1998). Los científicos reciben de la prensa el trato que merecen. *Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura*, (13) Dirección URL: <<http://www.imim.es/quark/num13/013007.htm>>.
- Chaparro, M. C. (1990). De la ciencia al pueblo por la vía periodística. Una propuesta ética y técnica para la divulgación de los actos y hechos de la investigación científica por los medios de comunicación de masa. *Arbor*, CXXXVII(534-535), 43-57.
- Dunwoody, S. (1999). Scientists, journalists and the meaning of uncertainty. In S. M. Friedman, S. Dunwoody & C. L. Rogers (eds.), *Communicating uncertainty: media coverage of new and controversial science* (pp. 59-80). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fernández-Rañada, A. (2002). La ciencia en la cultura. *Revista de Occidente*, (248).
- Gaus, O., Wildt, J. (1998). Science without audience? *5th International Conference on Public Communication of Science and Technology*. Berlin. Dirección URL: <http://www.fu-berlin.de/pcst98/Paper_pdf/wildt_gaus.pdf>.
- Massanero, M. A., Vásquez Alonso, A., & Acevedo, J. A. (2002). Opiniones sobre la influencia de la ciencia en la cultura. *Didáctica De Las Ciencias Experimentales y Sociales*, (16), 35-55. Dirección URL: <<http://www.campus-oei.org/salactsi/acevedo17.htm>>.
- Merton, R. (1973). Reconocimiento y excelencia: ambigüedades instructivas. In *La sociología de la ciencia* (v. 2). Madrid: Alianza.
- Mitroff, I. I. (1974). Norms and counternorms in a select group of the Apollo moon scientist: a case study of the ambivalence of scientists. *American Sociological Review*, (39), 579-595.
- Nelkin, D. (1995). *Selling science. How the press covers science and technology*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Peters, P. H. (1999). The interaction of journalists and scientific experts. Cooperation and conflict between two professional cultures. In E. Scanlon (ed.), *Communicating science* (v. 1a). Londres: Routledge - Open University.
- Polino, C., Fazio, M. E., & Vacarezza, L. (2003). Notas sobre presupuestos implícitos en la construcción de indicadores de percepción y "cultura científica". *Congreso La Ciencia Ante el Público. Cultura humanista y desarrollo científico-tecnológico*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Schiele, B. (2000). The silences of scientific museology. In B. Schiele & E. H. Koster (eds.), *Science centers for this century* (pp. 447-491). Québec: Editions Multimondes.
- Stocking, H. S. (1999). How journalists deal with scientific uncertainty. In S. M. Friedman, S. Dunwoody & C. L. Rogers (eds.), *Communicating uncertainty: media coverage of new and controversial science* (pp. 23-42). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

- van Dijck, J. (2002). After the “two cultures”: towards a “(multi)cultural” practice of science communication. 7th *International Conference on the Public Communication of Science and Technology*. Cape Town. Dirección URL: <<http://www.saasta.ac.za/pcst/papers/papers/vandijck.pdf>>.
- Vogt, C. (2003). *A espiral da cultura científica*. *Comciência*, (julio) Dirección URL: <<http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura01.shtml>>.





UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ALAIC

ALAIC2018

30 JUL-01 AGO | COSTA RICA



PATROCINADORES



CONSEJO NACIONAL
DE RECTORES



ES... MUUUCHA GALLETA!



Te acompaña siempre.



PROFESIONALES
EN COMUNICACIÓN
COLEGIO DE PERIODISTAS
DE COSTA RICA

