

Folkcomunicação, meios de midiaticização e folclore: Um olhar para festa do “Senhor Jesus do Gran Poder” da cidade de La Paz (Bolívia)¹

*Karla Andrea Terán²
Aline Nunes de Siqueira³*

Submetido em: 19/09/2019

Aceito em: 10/11/2019

RESUMO

A festa do "Senhor Jesus do Gran Poder" é o maior evento folclórico da cidade de La Paz (Bolívia). A pesquisa desenvolvida, se ancora teoricamente no campo das práticas sociais e culturais, mais especificamente na teoria da folkcomunicação. Portanto, o objetivo deste trabalho é realizar uma análise folkcomunicacional e folkmediática desta festa, contemporaneamente considerada como festival, investigando de que maneiras atua para a promoção da comunicação dos marginalizados e do folclore como prática sócio-cultural democratizante. A abordagem adotada é qualitativa, a metodologia parte do levantamento bibliográfico e posterior análise teórica e documental, de uma série de pesquisas ligadas ao campo folkcomunicacional, as principais ferramentas utilizadas são a observação e registro fotográfico das práticas, rituais festivos e, de maneira especial das danças apresentadas em seu decorrer. No entanto, também se lançou mão de entrevistas semi-estruturadas com alguns personagens atuantes na festa. O desafio reflexivo, deste texto, aponta para a inclusão da teoria da folkcomunicação, no campo acadêmico boliviano, pois que, pelo menos, até este momento e pelos levantamentos realizados, esta discussão têm sido ausente. Assim também se assemelha como resultado, a adição de outras categorias teóricas tais como: práticas sociais e culturais-e resistência cultural, neste contexto. A pesquisa se justifica, na medida em que, abre um horizonte de visibilidade, a respeito da importância da análise deste evento folclórico, como também das questões relacionadas a comunicação dos marginalizados na Bolívia.

PALAVRAS-CHAVE

Festa; Folclore; Folkcomunicação; Práticas socioculturais.

¹ Bolsas Capes UFMT.

² Mestranda no Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). E-mail: andy_teran30@hotmail.com.

³ Pós-doutoranda e Doutora em Estudo de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Educação, comunicóloga e atriz. E-mail: alinewendpap@gmail.com.

Folk communication, media and folklore: A look at the feast of the "Lord Jesus Of the Great Power" of the city of La Paz (Bolivia)

ABSTRACT

The feast of the "Lord Jesus of Great Power" is the greatest folkloric event of the city of La Paz (Bolivia). The research developed is theoretically anchored in the field of social and cultural practices, more specifically in the theory of folk communication. Therefore, the objective of this work is to carry out a folk communicational and folkmedia analysis of this festival, simultaneously considered as a festival, investigating in what ways it acts to promote the communication of the marginalized and folklore as a democratizing socio-cultural practice. The approach adopted is qualitative, the methodology starts from the bibliographic survey and subsequent theoretical and documental analysis of a series of research linked to the folk communicational field, the main tools used are the observation and photographic record of practices, festive rituals and, in a special way, the dances presented in its course. However, it was also used semi-structured interviews with some characters active in the party. The reflective challenge of this text points to the inclusion of the theory of folk communication, in the Bolivian academic field, since, at least until this moment and by the surveys carried out, this discussion has been absent. So it also resembles as a result, the addition of other theoretical categories such as: social and cultural practices and cultural resistance, in this context. The research is justified, to the extent that it opens a horizon of visibility, regarding the importance of the analysis of this folkloric event, as well as the issues related to communication of the marginalized in Bolivia.

KEYWORDS

Party; Folklore; Folk communication; Socio-cultural practices.

Folkcomunicación, medios de comunicación y folclore: Una mirada para la fiesta del "Señor Jesús de Gran Poder" de la ciudad de La Paz (Bolivia)

RESUMEN

La fiesta del "Señor Jesús del Gran Poder" es el mayor acontecimiento folklórico de la ciudad de La Paz (Bolivia). La investigación que ahora se desarrolla está teóricamente anclada en el campo de las prácticas sociales y culturales, más específicamente en la teoría de la comunicación popular. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es llevar a cabo un análisis de la comunicación folclórica y de los medios de comunicación folclóricos de este festival, considerado simultáneamente como un festival, investigando de qué manera actúa para promover la comunicación de los marginados y el folclore como una práctica sociocultural democratizadora. El enfoque adoptado es cualitativo, la metodología parte del estudio bibliográfico y posterior análisis teórico y documental de una serie de investigaciones vinculadas al campo de la comunicación popular, las principales herramientas utilizadas son la observación y el registro fotográfico de las prácticas, los rituales festivos y, de manera especial, las danzas que se presentan en su curso. Sin embargo, también se utilizaron

entrevistas semiestructuradas con algunos personajes activos en el partido. El reto reflexivo de este texto apunta a la inclusión de la teoría de la comunicación popular, en el campo académico boliviano, ya que, al menos hasta el momento y por las encuestas realizadas, esta discusión ha estado ausente. Por lo tanto, también se asemeja, como resultado, a la adición de otras categorías teóricas tales como: prácticas sociales y culturales y resistencia cultural, en este contexto. La investigación está justificada, en la medida en que abre un horizonte de visibilidad, sobre la importancia del análisis de este evento folklórico, así como sobre los temas relacionados con la comunicación de los marginados en Bolivia.

PALABRAS CLAVE

Fiesta; Folklore; Comunicación folklórica; Prácticas socioculturales.

Introdução

O consumo cultural difere do consumo centrado no valor da variação na apropriação e uso de produtos com estruturas significativas. Em outras palavras, tal como a indústria cultural difere de qualquer outra, pela natureza dos seus frutos, a utilização destes produtos é necessariamente diferente de outros tipos de bens. A classe social, enquanto dimensão determinante na leitura perceptiva do público, favorece um olhar complexo, em torno das práticas sociais do cotidiano, transmitidas pela televisão, uma vez que, se entrelaçam com as múltiplas atividades, relações e desejos do público. Sabe-se que em torno do folclore, por exemplo, da dança, os cenários socioculturais aonde se originam e se desenvolvem, modificam ou transcendem, a partir de suas expressões culturais e artísticas, etc., são múltiplas apreciações que podem ser feitas a partir da pesquisa social.

A festividade do Senhor Jesus de Gran Poder é a maior festa da cidade de La Paz, um evento aonde pessoas de diferentes estratos sociais, econômicos e familiares se misturam, e esse grupo sócio-cultural representa em grande parte a sociedade paceña⁴, pois é uma festa onde o sincretismo cultural e religioso está muito presente. Pode-se dizer que desde um ponto de vista transmissivo, a difusão de mensagens é de interesse para a pesquisa, por exemplo, para a difusão da festa para os convites e ensaios prévios a festa principal, o contato principal chamado 'preste', quem é a pessoa responsável da toda a organização do evento. O preste se encarrega de ter tudo pronto para as fraternidades que participam da festa.

Tudo isso gera uma rede de comunicação, cada vez mais complexa em espaços mais amplos, por exemplo, a ligação entre o campo e a cidade, ou em outras palavras sobre o

⁴ Cidadão de La Paz.

rurbano, entre contextos urbanos. A festividade tem uma conotação sociocultural intimamente ligada a aspectos económicos, que hierarquizam certas relações e produzem ligações diversas entre grupos de elevado poder económico, dadas as trocas comerciais e as atividades ligadas ao comércio informal e mesmo ao contrabando.

O interesse em abordar os conceitos de comunicação, cultura e folclore, a fim de tentar explicar esses conceitos através da festa do Senhor Jesus do Grande Poder, reside em fazer do trabalho seguinte uma contribuição para a teoria da folkcomunicação a partir do contexto boliviano, considerando que os estudos existentes na matéria não têm sido analisados como uma forma de expressão e comunicação do popular, na sociedade de La Paz, já que a folkcomunicação é um conceito que pertence à teoria brasileira, criada por Luiz Beltrão.

Nesse sentido, falar de folclore, no contexto das teorias da folkcomunicação, é ter em mente que cada fato social contém processos de comunicação e aprendizagem que ocorrem nas interações humanas. O folclore gera espaços culturais nos quais os sujeitos agem e modificam seu mundo a partir de sua experiência, conhecimento, práticas, linguagem e através do modo como os códigos culturais são comunicados e transmitidos verbalmente e não verbalmente.

Soma-se a isso a perspectiva de F. Subtil (2014) que toma a abordagem cultural de James Carey, que explica sobre como é preciso pensar a comunicação não como transmissão de informação, mas como rituais de repetição e experiência de tempo. Um modelo de comunicação que explora a ideia de participação, associação, camaradagem, detenção de uma fé comum. Assim a comunicação se estabelece pelo fato de os devotos e/ou telespectadores estarem vinculados através de espaços de sociabilidade comunitária, fazendo com que eles se sintam iguais e em correspondência com uns com os outros. Tal linha visa dialogar no modelo escolhido, com as ciências sociais, em especial a antropologia. No primeiro ponto se tratará da história da festa.

Breve história da festa do Senhor Jesus do Gran Poder

A festa do Gran Poder foi se transformando ao longo do tempo, pois na década de 1930, era uma simples procissão à luz de velas realizada entre os imigrantes aymaras que

viviam e trabalhavam no distrito de mercado da Avenida Buenos Aires. Em 1952, passou ser a festa mais importante da cidade de La Paz.

A expressão Gran Poder vem da crença de que Deus é amor e que o amor gera um poder, que derruba todos os obstáculos. A origem da festa remonta ao ano 1663, com a fundação do Convento das mães Concebidas. De acordo com a história, os candidatos tiveram que trazer ao convento uma imagem com eles. Foi assim como a freira Geneveva Carrión trouxe uma foto do senhor, com três rostos a representar a trindade: Pai, Filho e Espírito Santo. No entanto, isso causou controvérsia e estranhamento por parte da comunidade. Em 1904 um devoto decidiu cortar a imagem, a partir desse momento, passou a ser apresentada com um único rosto. Após esse ato, muitos devotos começaram pedir favores pro Santo Jesus de Gran Poder. Foi assim que a veneração a imagem se propagou.

Figura 1 – Altar em homenagem ao Senhor Jesus do Gran Poder



Fonte: Terán, Karla. 2019

As expressões de agradecimento ao santo por cumprir os desejos dos devotos dele surgiu em 1923 na cidade de La Paz (Bolívia), mais especificamente no bairro chamado Chijini. É um bairro pequeno que, ao longo dos anos, foi ganhando importância. Atualmente a festa do Gran Poder é uma representação da diversidade de danças, aonde os devotos dançam três anos consecutivos a partir das promessas que eles fazem depois de pedir algum desejo pro Senhor Jesus de Gran Poder, como um ato de gratidão e tem a presença de milhares de dançarinos e músicos, que invadem as ruas da cidade. A promessa é acompanhada por uma

cerimônia para a *Pachamama* (mãe terra), em que se queima um conjunto de objetos de açúcar como oferta, para solicitar proteção durante a celebração do grande poder e também para a vida cotidiana.

A festa realiza-se anualmente, em um sábado no fim de maio ou no começo de junho. Um grande desfile de dançarinos tem lugar em uma rota de vários quilômetros de percurso, no centro da cidade. O dia do evento, para poder observar o desfile, os espectadores têm suas próprias cadeiras ou compram um lugar nas arquibancadas, que são montadas ao longo da rota, para facilitar a apreciação das danças executadas pelos dançarinos, do som das bandas, das barracas de comida e bebidas típicas da região.

Figura 2 – População/público que acompanha a festa



Fonte: Terán, Karla. 2019

Cada grupo ou confraria aceita dançarinos temporários, mas a maioria dos membros faz parte do grupo há vários anos, e alguns durante gerações. Os membros "permanentes" ou mais antigos têm que ser testados, pelo na primeira vez que entram na confraria, para serem considerados como uma pessoa de prestígio e serem respeitados.

A festividade mostra uma visão andina da distribuição da riqueza, como nas comunidades dos altiplanos andinos, onde a reciprocidade é fundamental para o bem-estar da sociedade. Fala-se sobre Ayni (palavra na língua nativa aymara), que no espanhol significa "hoje para você e amanhã para mim".

O 'preste' (É o nome dado ao evento e à pessoa que organiza e financia a festa privada da confraria, que é comemorado no dia seguinte a festa). Cada membro tenta fazer melhor do que as etapas anteriores. Quanto mais completa e luxuosa é a festa, mais admirado e respeitado será o preste para o seu grupo. Para realizar a festa, a pessoa chamada do 'preste' aluga um quarto, aonde vai ser o evento. Para animar o evento, o 'preste' também contrata uma ou várias bandas para tocar música.

Folclore e comunicação

Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. Se partirmos da perspectiva da cultura popular, as pessoas comunicam em diferentes formas cotidianas, locais e privadas, dentro de um ambiente social e cultural particular. Segundo o autor Aldrete (2003) fale que

O folclore ocupa um lugar dentro das Ciências Antropológicas Culturais. É uma ciência com materiais concretos, com seu próprio método, com uma finalidade conhecida. Mas, assim como o Folclore é chamado de Ciência, também foi acordado chamar folclore aos materiais que esta Ciência estuda. Sendo o mesmo caso da história que significa um conjunto de fatos do passado e da História, a Ciência que no presente estuda fatos do passado e tenta tirar lições para o futuro. O folclore ou fato, dado ou fenômeno folclórico para se tornar material de estudo da Ciência do Folclore deve reunir certas características substantivas que têm sido apontadas por diversos autores de diversas épocas, com algumas diferenças que serão apontadas imediatamente. O fato folclórico deve ser tradicional, isto é, deve ser transmitido de geração em geração, de pais para filhos, por notícias ou exemplos falados, sem a ajuda de formas sistemáticas de ensino ou formação, isto é, sem a ajuda de livros, catecismos, regulamentos, códigos, etc. Deve ser anônimo, isto é, deve ter perdido, ao longo dos tempos, o autor individual que toda a criação supõe. (ALDRETE, 2003, p.22).

Neste sentido, de acordo com a sua origem etimológica, a palavra folclore significaria o conhecimento do povo. Dessa forma, com a ajuda do conceito de folclore de Aldrete, busca-se entender o sentido crítico dos leitores, certos temas que não devem mais ser assumidos, se pretendemos abrir ainda mais o horizonte de visibilidade com aqueles que trabalharam em temas relacionados ao folclore na Bolívia. Portanto, o desafio reflexivo deste texto aponta ser uma contribuição na teoria da folkcomunicação no contexto boliviano.

Consequentemente, as reflexões que se seguem tentarão enfatizar o detalhe do microscópico (uma intenção, uma atitude, um comportamento, etc.) que está presente no

cotidiano e, portanto, isso pode contribuir não só para a compreensão de uma dança, para o estudo do folclore nacional, mas também para a compreensão de uma sociedade que, por si só, se constrói e explica a partir de certos processos de comunicação e aprendizagem.

Subtil (2014) analisa a abordagem cultural à comunicação de James W. Carey, onde basicamente se estabelece um diálogo entre as contribuições teóricas do autor, a partir da leitura que Filipa Subtil faz sobre a abordagem cultural do autor norte-americano. O autor conta com as contribuições de Carey para a compreensão da comunicação como um ritual de participação no qual, e através do qual, as pessoas geram, mantêm e transformam a cultura em que vivem. De acordo com o sutil, Carey pode ser considerado um pensador que reflete a noção de que as sociedades são constituídas por "Partilha, troca e conflito de símbolos, significados e formas de cultura" (SUBTIL, 2014, p. 21).

A partir da visão transmissora da comunicação, é interessante analisar as práticas culturais e rituais em termos de enviar, transmitir ou dar informação a outros (SUBTIL, 2014, p.25), para explicar os processos de continuidade e herança de costumes e tradições reproduzidos numa festa. A visão transmissora é orientada para a manutenção da sociedade no tempo e não para a disseminação de mensagens no espaço, para a representação de crenças compartilhadas e não para o ato de transmitir informações.

Portanto, em torno da celebração e do folclore, ideias e crenças, incluindo religiosas e morais, emergem das práticas sociais, particularmente das práticas rituais. Neste ponto, o processo de criação de uma ordem ritual e simbólica muito típico da festa do Senhor Jesus do Gran Poder, que opera para representar uma ordem básica das coisas e manifestar comportamentos contínuos e mutáveis e processos sociais assume importância (SUBTIL, 2014, p. 29).

Para o autor Carey, um currículo de comunicação ritual resulta de uma concepção de religião, e diz que o problema ou papel do sermão, instrução e advertência, e que se destaca como pequenas atividades do dia-a-dia, festa, canto e oração. Em outras palavras, a comunicação está na construção e manutenção ao longo do tempo de um mundo cultural significativo e ordenado, que serve como um quadro para a ação humana, e não na transmissão de informação, que a comunicação, não a sua compreensão, encontra sua manifestação mais alta e original (SUBTIL, 2014, p. 28).

Assim, a festa torna-se num cenário em que o indivíduo, como criatura social, adquire comportamentos e conceitos que o tornam parte dele como parte do processo de socialização. Portanto, o folclore boliviano contém códigos que orientam o comportamento social. Estes códigos são reproduzidos e transmitidos através de gerações e dão origem à construção e afirmação de uma identidade nacional.

Folkcomunicação

Segundo o autor Hohlfeldt, a folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. (HOHLFELDT 2002, p. 25).

A folkcomunicação é uma teoria que procura refletir sobre os fluxos dinâmicos das manifestações e agentes locais de comunicação. A cada dia mais se firma como uma teoria vital é tão importante dentro de um contexto social onde a economia neoliberal parece permear os diferentes aspectos da vida social, porém, ainda assim continua sendo atravessada pela profundidade das manifestações culturais, tais como reivindicações políticas que continuam se construindo como um espaço onde resiste.

Segundo Beltrão (1980), Folkcomunicação significa falar em termos de comunicação a um nível popular através do folclore, mas ele chama de folclórico todos os processos provenientes das tradições populares, mesmo não se enquadrando em uma categoria estritamente folclórica. Tendo em conta a contribuição teórica de Luiz Beltrão (1980) verifica-se que

Como na folkcomunicação cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria sintaxe, e cada agente comunicador emprega o canal que tem a mão e melhor sabe operar de modo a que seu público veja refletidos na mensagem seu modo de vida, suas necessidades e aspirações, o enquadramento de qualquer parcela da comunidade em um desses grupos depende, antes do mais, de uma pesquisa das linguagens específicas utilizadas pelos indivíduos que a compõem e dos meios de expressão por eles utilizados. (BELTRÃO, 1980, p. 40).

O folkcomunicacional alimenta-se de ambas as visões da comunicação uma vez que uma (a transmissiva) se concentra nos processos comunicacionais de transmissão de informação em contextos mais complexos em que a festa tem lugar; e a outra (o ritual)

permite identificar sentidos e significados que são dados a certas práticas rituais que fazem parte da festa e geram uma ação coletiva que reproduz padrões de comportamento muito particulares. Assim, a autora Cristina Schmidt fala sobre o termo de folkcomunicação, mencionando o seguinte

Há meio século, o folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da 'cultura popular' pela poderosa 'cultura de massas'. Processando símbolos e imagens enraizados nas tradições nacionais dos países hegemônicos, as indústrias culturais as convertiam em mercadoria, distribuindo-as para o consumo das multidões planetárias. (SCHMIDT, 2017, p. 19).

Neste sentido, como fala o autor Beltrão, não se deve esquecer que enquanto os discursos que tem a comunicação social, estes estão encaminhados ao mundo, em contrapartida, os da folkcomunicação se destinam a um mundo aonde as palavras, gestos, e toda forma de expressão mantem relações leves com o idioma, a escrita, a dança os rituais, nas coisas de lazer em geral. Em outras palavras o autor tenta dizer que o sistema de folkcomunicação tem um traço de universalidade que tem sua fundamentação no folclore, devido a sus raízes na cultura popular.

A perspectiva cultural ou ritual de Carey é o que se segue, como um conjunto de contribuições teóricas e conceituais que podem ser aplicadas a um estudo folkcomunicacional. Neste sentido, são também recolhidas as reflexões sobre as duas visões da comunicação, como uma das contribuições mais significativas e úteis para o que se pretende fazer através de um estudo folkcomunicacional. De acordo com Marques de Melo que toma a ideia de Luiz Beltrão sobre os agentes folclóricos comunicacionais, ele menciona que

trabalham nos grupos sociais dos bairros periféricos, nas áreas rurais ou nas cidades do interior. Esses líderes, verdadeiros agentes de comunicação popular (ou agentes de comunicação popular) reinterpretem e recodificam as mensagens, traduzem as mensagens da sociedade globalizada pelos meios de comunicação de massa para os grupos populares (MARQUES DE MELO, 2001, p. 180-181).

Neste sentido, a partir do que acontece na festa do Gran Poder, a resistência cultural do popular reside no cholaje paceño e na sua própria estética. O 'cholo' é entendido como a transformação interna do modo de vida e da identidade dos povos indígenas estabelecidos na

cidade. No entanto, é a chola paceña ou burguesia de elite que mostra os múltiplos jogos de poder que medeiam o evento e "propõe a construção do sentido de uma mestiçagem que toma elementos não só da sua própria cultura, mas também, da cultura ocidental, da tecnologia, propondo seus próprios códigos visuais, uma estética chola" (ROMÁN, 2007, p. 59).

O cholo também se refere a mestiços culturais com mais características indígenas do que crioulas. Em outras palavras, a questão do cholo na Bolívia são identidades resultantes de um confronto permanente de imagens e auto-imagens; de estereótipos e contra-estereótipos. E entre os atores do festival da Gran Poder, a identidade de um é construída não só a partir do outro, mas num reencontro com um sentido afirmativo em relação ao que em princípio começa como um insulto ou preconceito racista.

É por isso que é tão significativo o passo dado pelo festival de Gran Poder quando tomou as ruas principais da cidade de La Paz, envolvendo mais setores e grupos sociais que enriquecem a diversidade cultural das manifestações folclóricas e criam outros imaginários do festival e seus significados. Conseqüentemente, a resistência é reforçada precisamente por este processo e expressa a estética visual do cholo paceño como uma aproximação de mundos mistos que associam ou se opõem a elementos que dão origem a uma fusão do mestiço na Bolívia.

Este processo de afirmação positiva da identidade de chola paceña deu origem a uma conseqüente revalorização da cultura popular e se expressa em aspectos tão simbólicos e significativos deste festival particular como poder, ostentação, desperdício, etc., mas também na riqueza do folclore manifestado com as danças que inclusive situaram o festival de Gran Poder nos olhos do mundo através do turismo e da promoção do Estado Boliviano, a fim de alcançar em breve sua declaração pela UNESCO como Patrimônio Imaterial da Humanidade.

Meios de midiatização e folclore como meio de entretenimento

O conceito de entretenimento mediático tem sido frequentemente descrito em termos negativos como um fenômeno que não é sério nem informativo. Tempo depois, tornou-se uma espécie de caixa negra nos estúdios de recepção porque contém uma grande variedade de experiências agradáveis ou emocionais envolvendo o público. Os fenômenos que envolvem entretenimento podem levar a definições fáceis, como um fato, que se reflete na

grande variedade de designações de campo em circulação. Além de suas diferentes abordagens, as diferentes caracterizações refletem uma duplicidade imanente no próprio conceito de entretenimento. Por um lado, pode se referir a uma dimensão experiencial, que deixaria ao indivíduo a possibilidade de definir um determinado fenómeno como divertido e, por outro, pode se referir mais especificamente a um determinado tipo de conteúdo produzido com intenções comunicativas e experienciais específicas por organizações específicas da emissora.

O folclore acaba se tornando um meio, ou uma forma de entretenimento, no sentido que é um meio aonde as pessoas que participam da festa do Gran Poder, por exemplo, através da dança conseguem interagir e ao mesmo tempo entreter ao público. Os bailarinos encontram nesta atmosfera de agitação, uma motivação adicional sabendo que seus atos, suas expressões, suas manifestações corporais dançando, geram este clima de festa e transbordamento. Agora, é possível dizer que, a qualquer momento, certas expressões folclóricas geram outros tipos de comportamento que não são exatamente os habituais.

1.1. Televisão

O entretenimento televisivo passou por grandes mudanças nas últimas décadas e agora é muito mais complexo, pois agora faz parte da televisão cotidiana e inclui mais gêneros e plataformas de mídia do que nunca. A televisão é um meio de comunicação, que serve para entreter, informar e educar os espectadores. Os espaços emitidos por este meio são os programas e têm uma ou várias funções. Por exemplo, existem programas de informação especializados em informar o público sobre as notícias mais relevantes. Enquanto outros são constituídos em programas de sensibilização que estão encarregados de treinar o público. Dentro deste tipo de programa todos são espaços culturais, tais como documentários, musicais e programas que disseminam a atividade cultural de uma região, país e/ou cidade.

Existem espaços que vários canais de televisão têm para a transmissão de importantes acontecimentos culturais. No caso da Bolívia, os canais com as melhores classificações cobrem a transmissão do Carnaval de Oruro, o Carnaval de Santa Cruz, o Corso de corsos de Cochabamba e o Jisk'a Anata (na língua aymara significa pequena festa), é uma festa folclórica antes da festa da Pachamama (mãe terra) que é realizada com ritos, ofertas, música alegre,

dança e bebidas alcoólicas, na cidade de La Paz, realizado na época dos carnavais. Com esta festa começa a época de colheita da batata em retribuição ao Pachamama.

A nível local, alguns canais de televisão em La Paz cobrem certos eventos folclóricos, tais como: a entrada do Senhor Jesus de Gran Poder, a Festa 16 de julho da cidade de El Alto, a entrada universitária da Universidade Mayor de San Andrés (UMSA) e algumas Já em âmbito local, alguns canais de televisão de La Paz cobrem determinados eventos folclóricos.

Na visão de Dias (2017), a televisão é uma fonte de novidades, de enredos emocionantes, disponíveis 24 horas por dia, prontos para estimular os espectadores, e através dela é possível entrar em contato com diferentes culturas e experiências, além de criar referências, desenvolver respostas e perguntas. Estar exposto a diferentes tipos de programas ajuda a formar suas próprias impressões sobre o assunto, estimulando a curiosidade, aumentando as habilidades de comunicação e instigando a participação em sistemas socioculturais (DIAS, 2017, p. 287).

Seguindo esta ideia, é interessante pensar em como o entretenimento proporcionado pela televisão, de alguma forma, sustenta o processo de identificação do povo boliviano com a Festa do Gran Poder e os faz orgulhosos de tal patrimônio, tanto que, as campanhas do segmento turístico convidam potenciais turistas, através de slogans, que aparecem permanentemente durante as transmissões da festa, entre os quais estão: "Bolívia espera por você", ou outras frases que convidam estrangeiros e habitantes de outras regiões do país, a visitar La Paz e participar neste evento. Dessa forma, essas transmissões específicas e a televisão, como um todo, criam "um imaginário que envolve os espectadores" (TEVES, 2001, p. 1).

Algo particular que pode ser evidenciado nessas transmissões é a incorporação de uma linguagem inclusiva para surdos, o que faz com que esses espaços de entretenimento ampliem seu público para mais pessoas, dado o caráter popular e generalizado em termos de consumo desse tipo de entretenimento. Em outras palavras, muitas pessoas que não têm a oportunidade ou o interesse de participar desses eventos podem observá-los a partir do conforto de suas casas, ou de qualquer outro espaço público e recreativo.

Alguns dos canais de televisão, que fazem a transmissão da festa do Senhor do Gran Poder para a Bolívia e o mundo são: ATB, Bolívia TV, Unitel e RTP. Também existem sites, cujos links espalham o sinal para outros países. Unidades móveis são implantadas em

diferentes pontos do evento, com apresentadores de diferentes canais de televisão incentivam e informam, tendo como suporte a contribuição de historiadores e antropólogos.

Por exemplo, nesses espaços há breves explicações sobre a origem e o significado de cada tipo de dança. Note-se que estas explicações são realizadas em várias línguas, incluindo: inglês, francês, português, alemão, japonês, mandarim e aymara (língua nativa da Bolívia). Os motoristas encarregados das transmissões também fornecem informações sobre a origem e trajetória dos conjuntos folclóricos e as bandas de música, refletindo uma parte da história desses acontecimentos e como eles estavam sendo constituídos em tradições, tanto de Bolívia como a cidade de La Paz.

1.2. Radio

A rádio é um meio que nunca foi mantido nas margens das mudanças tecnológicas. A evolução das formas de produção, distribuição e recepção tem sido na configuração dos conteúdos e das formas de interação com a audiência das origens centenárias do meio. Descobrir ao longo de um espaço radial, nosso folclore dará motivação e conhecimento sobre nossas raízes. Se tomarmos como referência diferentes experiências estrangeiras ou latino-americanas, veremos a reflexão em sua mensagem de pátria, expondo seus símbolos e música. A rádio vai muito além do conceito tradicional de educação e transmissão para a interação do homem com seus semelhantes. Desta forma, podemos dizer que cada programa educa de alguma forma, porque tem fatores que influenciam a formação de valores e os padrões de comportamento do público. Sobre isso, Beltrão (1980) fala o seguinte

O caso do rádio, sem dúvida o mais usual dos meios de massa entre as camadas populares, especialmente depois da invenção do transistor, pode servir de exemplo. A audiência de folk, em sua maioria, recebe bem, interpreta e reage às mensagens futebolísticas graças não só ao conhecimento generalizado das regras do jogo como dos termos e expressões, mesmo técnicas empregadas pelo locutor cuja sintaxe é a mais singela e conduzida com empolgação. (BELTRÃO, 1980, p. 28).

Se o relacionarmos com a vida do contexto boliviano, podemos inserir valores e compromissos que ultimamente se perderam, compreendendo que não é tarefa fácil. Nos seus primeiros anos, a utilização de radiotelefonia, é exclusivamente militar. Com de tecnologia, superando dificuldades técnicas uma após a outra, é evidente que o potencial

estratégico sobre a população civil. Na década de 1910, os primeiros programas de rádio, divulgar música e informação de todos os tipos.

Na Bolívia, as tentativas de radioamadores entusiastas, os pais Cerro e Descotes, eles começam em 1922. No entanto, o verdadeiro pioneiro boliviano, a primeira estação de rádio em fazer as primeiras transmissões oficialmente é a Rádio Nacional, propriedade de dos Irmãos Enrique e Rodolfo Costas, 2 de março de 1929 (L'ANGEVIN, 2009, p. 5)

Mas na situação específica da rádio com a difusão do folclore, começou no período do governo de Gualberto Villarroel (1943-1946), a estação de rádio estatal foi inicialmente dirigida por Hugo Peláez e desde fevereiro de 1944 por Luis Gualberto Saravia. Os dois diretores deram ao meio uma dinâmica nacionalista que enfatizava a promoção da música folclórica, mas isto foi minimizado após os acontecimentos de 21 de julho de 1946. (Coronel 2013, 67-68). É assim que o Major Gualberto Villarroel, se torna o maior impulso que deu à difusão da produção musical folclórica.

1.3. Novas mídias

Com o começo da globalização e a criação da Internet, surgiu um fenômeno de redes sociais que utilizam as tecnologias da informação e da comunicação para se articular e se auto-organizar, que tomou dimensões globais. Neste sentido, se pode dizer que existe um movimento civil internacional que troca informações causado por o avanço das mídias digitais. Segundo o autor Blank (2018) quem fala sobre Folclore e Internet e o processo de transmissão e variação que molda o resultante das formas hibridizadas de folclore digital contemporâneo, que requer maior escrutínio e contextualização dentro da sociedade. O autor fala que

O folclore na era digital constitui um conjunto complexo e, por vezes, desorientador de materiais expressivos. No entanto, parece que entramos numa era de cultura folclórica digital efêmera em que alguns géneros de folclore e as formas tradicionais de material expressivo que geram (por exemplo, canções, histórias, jogos de palavras e palavras, humor visual e narrativo, etc.) proliferam, mas nem sempre estabelecem um refined, um nicho permanente dentro dos repertórios individuais. (BLANK, 2018, p. 1).

Neste sentido, nos últimos anos, a difusão do evento nas redes sociais tem vindo a assumir maior importância ao comunicar através da página do Facebook toda a atividade relacionada com a Associação de Conjuntos Folclóricos do Grande Poder e de algumas

fraternidades que têm página própria e estendem convites, horários de ensaio e outras. Além disso, a última semana é de vital importância quando os organizadores promovem a festa em todos os meios de comunicação e "as bordadeiras trabalham incessantemente, os cabeleireiros estão lotados de clientes, os vendedores ambulantes estão cheios de galinhas, cartazes e bancadas são colocados nas ruas" (BLÁZQUEZ; NUSENOVICH, 1993, p. 316), gerando um importante movimento econômico para muitos setores populares da cidade de La Paz.

Pouco a pouco vai incorporando elementos comunicacionais, a festa ocupa as plataformas digitais em que acrescenta elementos simbólicos e estéticos em torno do que é visto e conhecido a seu respeito. Com o tempo, a visão estética da elite 'chola paceña' de origem migrante e aymara está mudando com as novas gerações urbanas, que também acrescentam sua maneira de ver o mundo.

Considerações finais

Serei concreta quando afirmar que o folclore, entendido a partir da comunicação, pode gerar um debate muito interessante nas ciências sociais. Portanto, a partir dos conceitos teóricos dos autores citados no texto, reconheço como inovadora e diferente a contribuição na área de folkcomunicação dentro do desenvolvimento da Festa Jesus Senhor de Gran Poder.

Isto significa que a partir desta análise, que reúne pequenos dados, não por isso negligenciáveis, se faz o esforço crítico e de evidência de práticas, hábitos e transmissão de conhecimento e consciência, para gerar apreciações fundamentais sobre as relações humanas, sobre como são produzidos os processos de comunicação em um determinado contexto e sociedade.

Não se trata de fazer generalizações, nem de cair em definições ou construções teóricas ortodoxas que totalizam fatos sociais. Nem de pretensões analíticas que revelam os mais profundos segredos de um fato, um objeto, um contexto, etc. Trata-se de aguçar o sentido reflexivo e crítico do pesquisador, para dar conta dos detalhes, que fazem a diferença.

Cada uma das visões de comunicação é incorporada em todas as formas de interação que são necessariamente antecipação e criação de formas de relações sociais que, por exemplo, são construídas em torno do partido; e, portanto, pode ser visto como maneiras de

institucionalização de jeitos de conduta e relacionamento entre si, no âmbito das práticas rituais, festivas e folclóricas na festa do Senhor Jesus de Gran Poder.

Para encerrar toda essa reflexão, acredito que é possível, a partir do campo do folclore, explicar uma forma de explicar uma sociedade em seus próprios termos e dinâmicas. Vimos de todos os autores citados que o folclore pode ser analisado como um processo de comunicação e aprendizagem. Certamente pode ser ampliado e aprofundado muito mais em sua abordagem, contando com outras contribuições teóricas e ferramentas metodológicas. No entanto, tenho tentado recolher certos elementos que dão lugar à construção de novas formas de ver o folclore, pelo menos no contexto boliviano, enfatizando os processos de interação e depois aprofundar os processos de emissão e recepção de informação (mensagens, códigos, unidades de troca, etc.), que permitem e/ou facilitam a compreensão da construção de significados e significados de práticas ligadas ao folclore, recolhendo particularmente todos os elementos que interagem em torno da dança.

Referências bibliográficas

ALDRETE, Mercado; G. M. **Abstracción coreográfica sobre el rol femenino dentro del folklor mexicano**. Tesis Licenciatura. Danza. Departamento de Música y Danza, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Mayo. Derechos Reservados © 2003.

BATESON, Gregory; SCHEFLEN, Albert; BIRDWHISTELL, Ray L.; HALL, Edward T.; JACKSON, Don D.; WATZLAWICK, Paul; SIGMAN, Stuart J.; GOFFMAN, Erving. **La Nueva Comunicación**. Barcelona-EP. 1994.

BELTRAO, L. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

BLANK, T. **Folklore and the Internet: The Challenge of an Ephemeral Landscape**. *Humanities*, n. 1. 7. 50. 10.3390/h7020050., 2018.

BLÁZQUEZ, G. & N. M. **El poder en el Gran Poder**. Centro Argentino de Investigadores de Arte, Jornadas de Teoría e Historia de las Artes, Buenos Aires, Argentina, p. pp. 313-325, 1993.

CORONEL Quisbert, Cristóbal Simón. **Ondas Que Provocan: Radio Illimani, los Estados y el nacionalismo**. Editorial Gente Común. Bolivia. 2013

DIAS, Patrícia Ruas. **Televisão brasileira: Entretenimento do espetáculo ao mito**. *Revista Extraprensa*, 10(2), 2017. p. 284-298. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/122580>. Acesso em 17 jan. 2019.

FERNANDES, G. M.; SILVA, L. C.; SILVA, J. F. S. E. A. **Roberto Benjamin**: Pesquisas, andanças e legado. Campina Grande: EDUEPG, 2017.

HOHLFELDT, A. **Folkcomunicação**: Positivo oportunismo de quase meio século. In: UNESCO/UMESP Anuário UNESCO/UMESP de comunicação regional. São Bernardo do Campo - SP: [s.n.], v. v. 1, 2002.

KENBEL, Claudia; CIMADEVILLA, Gustavo. **La rurbanidad desde el enfoque de las memorias sociales**. X Jornadas Argentinas de Estudios de Población, 2009.

L'ANGEVIN, D. **Los Inicios De La Radio En Bolivia Y La Guerra Del Chaco** RADIO NACIONAL - RADIO ILLIMANI, La Paz, agosto 2009.

MARQUES DE MELO, José. (Org.). **Mídia e folclore**. O estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Cátedra UNESCO/Umesp e Faculdades Maringá. Maringá/São Bernardo do Campo, 2001, p.17-18.

ROMÁN, A. O. Tantas idas y venidas. **Resistencia**: Revista de los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar, p. 59-62, 2007.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na Arena Global**. Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SUBTIL, F. **A abordagem cultural da Comunicação de James W. Carey**. Intercom – RBCC, São Paulo, v. v.37, n. n.1, p. pp. 19-44., jan./jun 2014.

TEVES, N. P. TV E ESCOLA: discursos em confronto. In: GUIMARÃES, G. **Coleção Questões de Nossa Época**. 3. ed. ed. São Paulo: Cortez, 2001.