Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Identidade cultural com in(ter)ferências midiáticas em terras ludovicenses[1]

Cultural identity with mediatic in(ter)ferences in ludovicences' lands

Antonio Jorlan Soares de Abreu

Palavras-chave: Algoritmos; Bumba-Meu-Boi; Identidade Cultural; Midiatização.

1 Introdução

A identidade cultural é uma marca significativa, possui em sua concepção elementos representativos de um povo. É construída ao longo de anos e tem forte influência da religião, música, dança, fala, etnia, grupos sociais, economia, administração, valores morais, éticos etc. sempre sofreu alterações e passa por adaptações e reconfigurações constantes como forma de adaptar-se ao meio.

Ao discutirmos a respeito da cultura na atualidade, temos a forte influência dos algoritmos, elementos que não são palpáveis e/ou visíveis, mas têm grande poder de alcance. Ligados a tudo que nos cerca, esta força invisível provoca transformações bem explícitas, principalmente através da midiatização.

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Hoje, não somente os meios de massa tradicionais são responsáveis por mudanças significativas, mas todo processo midiático é provocador de inferências que abalam as estruturas e são responsáveis por mudanças mais rápidas e mutáveis. Como bem configurou Ferreira (2013) ao falar sobre uma "penca" de inferências propositivas de dois regimes massivos que se apresentam como.

> O lugar do digital no campo da comunicação enquanto processo social já atinge uma reestruturação do mercado (econômico, político e cultural) das "mídias" no Brasil. [...]. Há indícios suficientes de que se trata de uma internacionalização dos sistemas de produção, que capta, para seu funcionamento, as propensões de usos e interações de indivíduos conectados. Nesse sentido, a circulação é um objeto onde se sugere pensar esses processos no âmbito das relações intra e intermidiáticas, em que as redes digitais estão em interação com a "indústria massiva". Ao colocarmos entre aspas, estamos relativizando o valor semântico-cognitivo da distinção social e epistemológica entre "redes sociais" e "indústria cultural massiva". Ambos são massivos, industriais e funcionam em redes (FERREIRA, 2013, p.140-141).

Ferreira nos coloca em um contexto reflexivo e indutivo a respeito do campo digital, seu lugar de funcionamento, seu ambiente de circulação, o processo de relação e interação. O que ele deseja é chamar nossa atenção para o processo de circulação e sua influência no processo reflexivo e consequentemente decisório e de mudanças de comportamento e cultura.

Quando provocados pelas redes digitais, onde por sua vez mantêm relação direta com a midiatização, interferi diretamente no comportamento e na identidade cultural da sociedade, seja em benefício próprio em busca de um bem comum.

Hall (1999) comenta que a discussão a respeito de identidade é extensa, em especial quando se fala das velhas identidades, que diante do mundo moderno, sofre uma crise de existência de fragmentação e fazem surgir novas.

Maldonado (2011) se refere a esta discussão abrindo uma cortina para compreensão na qual as sociedades contemporâneas se alimentam de saberes

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

construídos pela humanidade na sua diversidade cultural e nas suas sabedorias culturais múltiplas: tendo valores ético-filosóficos situados em projetos de relevância sociocultural, responsáveis pelas transformações nos últimos dois séculos.

Agindo fora do "padrão", o qual foi culturalmente convencionado, somos inicialmente tentados a resistência, mas Laraia (2006) é feliz em sua explanação de cultura condicionada a visão de mundo do homem, com a qual avizinha-se com o mesmo entendimento apresentado acima e faz a seguinte afirmação.

> A nossa herança cultural, desenvolvida através de inúmeras gerações, sempre nos condicionou a reagir depreciativamente em relação ao comportamento daqueles que agem fora dos padrões aceito pela maioria da comunidade. Por isto, discriminamos o comportamento desviante (LARAIA, 2006, p.67).

E é nesta fala de Laraia que se encaixa o prelúdio da discussão a respeito da cultura do Bumba-Meu-Boi em São Luís, discriminado pela elite que impôs um padrão de festa associado aos que participavam e a desenvolviam, e mais adiante uma aceitação por apresentar características propínquas ao novo conceito e proposto pelos meios de circulação em midiatização.

A in(ter)ferência midiática, como foi preponderante e significativa, popularizou a cultura do Boi como ícone de todo o Estado, no entanto não condiz com a realidade empregada em todo o território maranhense. Daí, portanto, a terminologia "ludomaranhense" aqui empregada, é a que consideramos como mais apropriada para denominá-la, já que possui elementos desenvolvidos tanto no seio da capital quanto em cidades vizinhas, mas não presente em todo o Estado.

O meio de propagação da cultura do Bumba-Meu-Boi se deu pela festividade imbricada com a maior festa popular do Nordeste brasileiro, que é o folguedo de São João. No Maranhão, a festa do boi convergia com as mesmas homenagens aos santos

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

juninos o que resultou em uma combinação perfeita de religiosidade, cultura e grupos étnicos envoltos em um processo de midiatização nos meios sociais.

2 In(ter)ferências midiáticas

A expressão ludomaranhense cunhada neste trabalho, traduz a identidade que a cultura do Bumba-Meu-Boi fundamentou-se como figura icônica no Estado do Maranhão, a junção dos dois verbetes, já acima detalhados, retrata uma imagem que foi construída ao longo de vários anos e vem sendo estratificada como sedimento de rocha.

A sua impressão está marcadamente associada ao contexto simbólico como os demais selos representativos do Estado. O que no processo de globalização e mudança tecnológica traduz-se de forma generalista, mais do que ocorria outrora nos mesmos meios sociais e através de dispositivos também tecnológicos ignorando-se distância e extrapolando tempo e espaço.

Tem-se neste amontoado de sedimentos a contribuição tecnológica, configurada como uma revolução ativa e constante, principalmente desde o final das duas últimas décadas do século XX. A esta discussão Martín-Barbero menciona que.

> El punto de partida de los actuales cambios se sitúa en los años ochenta, años en que despegan las "nuevas tecnologías" y de agentes del imperialismo los medios pasan a ser considerados protagonistas de los nuevos procesos de transnacionalización. El cambio de lenguaje – de medios a tecnologías y de imperialismo a transnacionalización- no es um mero avatar académico sino el inicio de movimientos económicos, políticos y culturales en profundidad. Unos pocos años después estaremos llamando a esos dos movimientos "*revolución tecnológica*" y "*globalización*" (MARTÍN-BARBERO, 2004, s/p).

Na verdade, já usamos seus sinônimos: internet, midiatização, canais midiáticos, entre outros, verbetes são os que não faltam. A cada momento surge uma denominação, que faz Barbero (2004) mencionar a transnacionalização que sai das cercanias

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

acadêmicas e ganha o dia-a-dia das pessoas através de ritmo binário, dos algoritmos que transformam e ditam regras.

A estas mudanças, ocasionadas a partir do final das décadas do século XX, têm seguramente um interesse mercadológico. Eu diria que estas mudanças e interesses não são prerrogativas apenas deste momento mencionado, mas é algo imbricado ao processo de mudanças e revoluções ao longo de séculos.

Não que estas mudanças trouxeram somente situações e ações negativas, mas a carga de conhecimento do mundo e as experiências passadas serviram de estruturas para a condução de descobertas e aprimoramentos fundamentais a toda sociedade. Contudo, García Canclini reforça que "suas táticas gnosiológicas não foram guiadas por uma delimitação precisa do objeto de estudo, nem por métodos especializados, mas por interesses ideológicos e políticos" (GARCÍA CANCLINI, 2015, p.208).

Diante de uma proposta que partia de gestores públicos, os quais vislumbravam a atração de turistas e consequentemente um maior volume financeiro circulando em seus respectivos estados, tendo como atrativo para tal feito as belezas naturais e sua cultura local, é dado ênfase às áreas de preservação ambiental, aos parques e reservas naturais e ao folclore.

Em se tratando da região nordeste do Brasil, as festas juninas representam esse grande guarda-chuva cultural e sempre foram motivos de atração popular, no Maranhão, não poderia ser diferente, sendo representado pelo Auto do Boi (Bumba-Meu-Boi) que passou a ter importância e relevância no cenário econômico, cultural, turístico, midiático e governamental a partir das políticas públicas de atração turística.

Nesse dado momento do contexto histórico, político, cultural e econômico, o folguedo do Bumba-Meu-Boi ganha destaque, por conseguinte é como um bem artístico

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

folclórico, tem em sua composição a religião e união das festas, a erudição e in(ter)ferência direta dos meios de comunicação.

Consequentemente, tornam-se elementos fundamentais de peças publicitárias, configurando como antetítulo, título, olho da matéria e capitular. Bem como tipografias serifadas para uma aceitação popular convertendo com brevidade, a partir de então, como um novo símbolo do Estado.

García Canclini, afirmar que.

> A reformulação do popular tradicional que está ocorrendo na autocrítica de alguns folcloristas em novas pesquisas de antropólogos e comunicólogos permite entender de outro modo o lugar do folclore na modernidade. É possível construir uma nova perspectiva de análise do tradicional-popular levando em conta suas interações com a cultura de elite e com as indústrias culturais (GARCÍA CANCLINI, 2015, p.214-215).

Foi justamente esta reformulação que permitiu principalmente ao tradicional folguedo do Bumba-Meu-Boi, presente na capital ludovicense e baixada maranhense, transformar-se em um ícone do Estado.

Martino (2016) ao discorrer sobre mídia, religião e sociedade consegue traduzir de uma forma sutil e esclarecedora assuntos tidos como grandes pontos nevrálgicos, e é assim que Sá Martino congratula suas inferências a respeito da discussão apresentada acima, versando sobre identidade, consumo e sociedade.

> Há vários modos de se vincular às identidades dominantes em uma sociedade. O consumo, por exemplo, é um fator decisivo na demarcação dos limites entre identidades dominantes e dominadas: basta olhar as marcas no guarda-roupa de pessoas em situações desiguais – seja no nível de renda, de escolaridade, de gênero, etnia, faixa etária ou qualquer outro elemento. Não se trata apenas, em termos comuns, do "preço" da roupa, mas de algo mais profundo, o valor simbólico da roupa (MARTINO, 2016, p.148-149).

O simbolismo presente na marca da roupa é que dará um maior valor e que lhe agregará maior credibilidade. Do mesmo modo, esta é a característica que dará uma

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

forte identidade a cultura do Bumba Boi do Maranhão. Antes de alcançar toda a estima, ela passou por fases, que foram da rejeição, discriminação, marginalização, desconfiança, intolerância, preconceito e segregação.

3 Algoritmos e comunicação popular

Os meios de comunicação sempre mantiveram seu papel de informar e transformar, possuindo poder de influenciar e estabelecer como verdade ou mentira determinadas ações, seja em benefício próprio ou de terceiros.

Hoje lidamos com os algoritmos, que de acordo com seu nível de penetração em nossa sociedade, tornou-se objeto de uso do Estado. O interessante de se discorrer a respeito deles é que são invisíveis, mas estão presentes em todos os lugares. Como o vento e o ar que precisamos para praticamente tudo.

Diante desta força abstrata, o governo tem o desafio de manter o controle, o que na visão de Silveira (2017) tem a seguinte interpretação.

> Algoritmos são invenções, e, como toda invenção guarda as intenções dos seus criadores. Isso é muito importante, pois os algoritmos não são desenvolvidos pelo setor público; em geral, nascem dentro de empresas e corporações que os vendem ao Estado. Para serem vendidos, são apresentados como maravilhas técnicas, como soluções que simplesmente fazem o que queremos, sem interferir em nossas práticas, em nossos gostos, em nossas opiniões e nossa forma de classificar e ver. O algoritmo, como produto, para parecer mais eficaz deve parecer mais neutro, completamente adequado e submetido aos interesses de seus comparadores (SILVEIRA, 2017, p.272).

Todavia, são também usados para controle e influência do que ofertar e induzir a população a consumir e discutir, bem como para propagar notícias verdadeiras e falsas de acordo com o que lhe convém.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

A pesquisadora Peruzzo (2018) é cautelosa ao abordar esta temática, conhecendo o viés tênue entre comunicação cidadã, internet e desfechos discriminatórios e até mesmo criminosos e abusivos.

Com isso, assim ela reage/manifesta-se, "[...]. Embora sejam desenvolvidos por cidadãs e cidadãos no exercício do direito à liberdade de expressão, esses conteúdos se distanciam da comunicação cívica e comprometida com a justiça" (PERUZZO, 2018, p.78).

Desta forma, as Redes Sociais Digitais passam a fazer parte do dia-a-dia das pessoas. Uma nova linguagem é incorporada aos poucos; mesmo que os usuários conheçam seus significados, exemplos como; *live*, *self*, navegar, *twitter*, *twittar*, *retwittar*, curtir, cutucar, seguir, *stalkear*, *bullying*, *ciberbullying*, ciberespaço, *on-line*, *off-line* dentre tantas outras que aparecem e somem com a mesma velocidade. Mas enfim, qual a relação entre as redes sociais, a comunicação popular e a cultura ludomaranhense?

A popularização da internet, a propagação silenciosa dos algoritmos, a política do Estado em se promover e atrair visitantes através das suas belezas naturais, bem como de sua cultura, em sintonia com as ações mediada aos meios, é o ponto de hibridação que fez/faz com que os meios midiáticos, nas mãos da sociedade, se tornassem os principais agentes populares de transformação e propagação de uma in(ter)ferência identitárias tipicamente ludomaranhense, que é o Bumba Boi.

4 Considerações

Compreende-se, portanto, que a identidade cultural do Bumba-Meu-Boi foi trabalhada para ser um produto tipicamente ludomaranhense. Passou por adaptações no contexto de tempo, musicalidade, coreografias, encenações e cores para atrair tanto brincantes, a elite ludovicense e turistas.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

O trabalho desenvolvido tanto pelo Estado quanto pelos brincantes do folguedo de Bumba-Meu-Boi, alcançou o objetivo proposto: **torná-lo conhecido**. Sem perder a essência da religião, da etnia, da identidade ludomaranhense (cultura) e permanece de forma híbrida com a midiatização que se faz fator presente em todas as etapas das faces identitárias.

Referências

FERREIRA, Jairo Getúlio. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições?. In: BRAGA, José Luiz (Org.). **DEZ PERGUNTAS PARA A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO EM COMUNICAÇÃO.** São Leopoldo: Unisinos, 2013.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **CULTURAS HÍBRIDAS:** estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2015.

HALL, Stuart. **A IDENTIDADE CULTURAL NA PÓS MODERNIDADE**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

LARAIA, Roque de Barros. **CULTURA:** um conceito antropológico. 20. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

MALDONADO, A. Efendy. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualizações, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: MALDONADO, A. Efendy et. al. **METODOLOGIAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO:** olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Medios y culturas en el espacio latinoamericano. **PENSAR IBEROAMÉRICA**, revista de cultura. n.5, enero-abril, 2004. Disponível

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

em: https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm. Acesso em: 01 ago. 2019.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **MÍDIA, RELIGIÃO E SOCIEDADE:** das palavras as redes sociais. São Paulo: Paulus, 2016.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web. **MATRIZES**, São Paulo, v.12, n.3, p.77-100, set./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/142473/149821/>. Acesso em: 10 out. 2019.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Governo dos algoritmos. **MARANHÃO, REVISTA DE POLÍTICAS PÚBLICAS**, v.21, n.1, p.267-281, 2017. Disponível em: http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/6123. Acesso em: 10 jul.2019.