



Revista ELO¹

Carla Beatriz Campos DIAS²
Brena Gomes RIBEIRO³
Igor de Souza PINTO⁴
Josiele Freire SOEIRO⁵
Luena Mitié Takada BARROS⁶
Otacílio AMARAL⁷
Universidade Federal do Pará, Belém, Pará

RESUMO

A Revista ELO discute a Amazônia de uma forma não tão comum de ser vista, abarcando um viés que foge dos padrões majoritariamente focados quando ela é tratada. A ideia de em cada edição trazer um aspecto cultural diferente visa focar justamente esse outro lado da região, mostrando que a Amazônia não é apenas uma área tipicamente ribeirinha, rodeada de uma vegetação exuberante, animais singulares e que desenvolve uma economia primária. A partir disso, surge a primeira edição da Revista ELO, que busca, acima de tudo, elucidar a cultura amazônica, mais especificamente do Estado do Pará, a partir do viés da globalização, dando destaque primeiramente para os peões, bois e cavalos inseridos nas grandes Festas de Rodeios, no âmbito rural e urbano e assim, falando um pouco mais da cultura *country* da Amazônia.

PALAVRAS-CHAVE: Amazônia; Festas globalizadas; rodeio; cultura *country*.

Ora ou outra e lá está a Amazônia e a sua complexidade sendo bombardeadas por enunciados extremamente reducionistas e estereotipados. O discurso sobre a Amazônia refere-se, quase que exclusivamente, à “Floresta Amazônia, permeada de rios, índios, grupos ribeirinhos, mateiros, povos da floresta, associada ora a paraíso, ora a inferno verde, ecologia, devastação ambiental, futuro da humanidade, efeito estufa, etc.” (DUTRA, 2006). Da mesma forma é o tratamento de seu emaranhado cultural, iniciado, pela perspectiva da Idade Moderna, no período colonial, com a vinda dos portugueses e imigrantes

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa (avulso). III Prêmio Expocom 2011.

² Aluna líder do grupo e estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da UFPA, e-mail: carlabeatriz@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da UFPA, e-mail: brenagomesribeiro@yahoo.com.br

⁴ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da UFPA, e-mail: hannibalisp@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da UFPA, e-mail: josielesoeiro@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da UFPA, e-mail: luh_mitieh@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da UFPA, e-mail: otacilio@ufpa.br



escravizados do continente africano, por exemplo, e potencializado a partir das grandes transformações em seu território a partir da segunda metade do século XX.

Tratar de cultura amazônica requer uma visão que abranja mais do que somente os “povos da Amazônia” (DUTRA, 2006), emoldurados pela mídia a partir de uma percepção exótica. Além de comunidades indígenas e ribeirinhas, existem cidades povoadas por cidadãos vindos de todos os cantos do mundo, com diferentes culturas. Isto dá suporte a um campo de reflexão extremamente amplo e heterogêneo pelo viés cultural.

No emaranhado cultural amazônico, a Revista ELO discute uma prática cultural globalmente difundida, que, no Brasil, encontra o seu *habitus*⁸ (BOURDIEU, 1998): as festas de rodeio, junto ao fenômeno *country*. Constituem-se como formas culturais universais, povoadas por objetos e signos compartilhados em larga escala, mas que são interpretadas e vivenciadas de maneiras diferentes no âmbito brasileiro. Ela procura analisar como tal prática cultural chegou e se mantém na Amazônia, mais precisamente no Pará, e refletir o processo de construção da identidade cultural no estado.

OBJETIVO

O objetivo da Revista ELO é mostrar o hibridismo cultural da Amazônia, desmistificando ideias apresentadas nos meios de comunicação de massa, as quais muitas vezes inferiorizam ou limitam a região. Fazer uma revista em que, a cada edição seu conteúdo focalize uma cultura diferente, não visa segregar algum tipo de público ou taxar características como fixas a um determinado grupo. Mas pretende englobar e discutir os vários interesses desses pólos culturais, mostrando que eles também estão presentes em uma região como a amazônica, que infelizmente só tem destaque por sua floresta, povos ribeirinhos e indígenas, animais exóticos e riqueza natural.

JUSTIFICATIVA

Definir que mídia usar para tratar determinado tema é algo que deve ser pensado com cautela. Não basta apenas escolher por escolher e impor o que se considera conveniente ao público que se quer atingir. A escolha de uma revista impressa vem justamente priorizar aspectos analisados, avaliados e considerados viáveis por seus criadores.

⁸ A referência epistemológica oriunda do conceito trabalhado por Pierre Bourdieu (1998) refere-se aos sistemas de ações geradores de práticas duráveis e aplicáveis a diferentes situações, as quais são incorporadas pelos indivíduos nas relações sociais.



Considerada um meio mais flexível e menos denso, no qual é possível trabalhar de várias formas, uma revista traz essa possibilidade de se emitir opiniões e argumentos, explorando vários caminhos, diferente de um jornal, que segue aquele padrão único, dividido por cadernos e temas, além de possuir uma quantidade imensa de informações que dificilmente são absorvidas em sua totalidade pelo leitor.

Assim, a Amazônia, uma região rica em inúmeros aspectos, quase sempre limitada e reduzida em muitos noticiários, vem como foco na revista como a ELO. Desenvolvê-la prioriza a liberdade que se tem com o espaço e a linguagem (dispostos neste meio de comunicação) e, a partir disso, concretizar os objetivos descritos anteriormente, mostrando que há muito mais do que se é falado na grande mídia, sobre a região. Por isso, o espaço de uma edição inteira, para deixar claro que essas atmosferas culturais, muitas vezes pouco conhecidas, existem, têm muita informação e precisam de espaço para ser evidenciadas.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A partir da escolha do tema e definição de uma revista como meio midiático a ser desenvolvido, possíveis sessões foram cogitadas e posteriormente definidas. Com os seus assuntos definidos, uma pesquisa bibliográfica foi iniciada: além de livros, sites, *blogs* e redes sociais relacionados ao tema foram consultados. Entrevistas foram realizadas com donos de lojas de moda *country*, com amantes do estilo, com uma dupla de cantores, assim como com professores especialistas em temas ligados a Amazônia e a inserção de culturas na região. Além disso, foi feita a observação do comportamento dos amantes da música sertaneja, em uma casa de shows característica, na qual também se fez algumas fotos.

A escolha de uma Revista facilitou o desenvolvimento do tema proposto pelo fato de este formato não priorizar a factualidade e assim podendo explorar melhor o espaço com informações mais bem elaboradas em um *layout* mais atraente, pois “(..) há o empenho de sustentar o interesse do leitor. Daí se produzir uma capa com atrativos de uma embalagem, e não apenas um julgamento de importância jornalística.” (VILAS BOAS, 1996, p. 72). Diferente do formato de um jornal, no qual a notícia deve ser imediata, correndo o risco de haver erros em algumas informações.

Enquanto o jornal diário usa em seu proveito a tradição, as revistas preocupam-se com a sua contemporaneidade e atualidade. Necessariamente, a revista não se obriga a registrar ocorrências que não se enquadrem em seu apelo e seu leitor alvo. O planejamento editorial de uma revista envolve ritmo gráfico, visual e de sentido das palavras (VILAS BOAS, 1996, p. 72).

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Ela conta com um editorial e expediente (destaque para alguns agradecimentos). Duas publicidades estão em suas contra capas: uma de uma loja de acessórios *country*, que colaborou com a pesquisa (HM Moda Country); outra de uma dupla sertaneja de jovens, que colaborou com a pesquisa e entrevistas (Diego Silva & Diogo).

Um relato em formato de crônica, contando a experiência de uma noite numa casa de shows, característica do mundo *country*. Um Glossário, no qual algumas palavras e expressões características da cultura *country* foram citadas e esclarecidas. Uma sessão destinada à culinária, contando um pouco da origem da comida explicada na receita, antes de esta ser apresentada. Além de uma sessão destinada ao humor, que conta, brevemente, uma historinha em que um típico sertanejo do interior, chega à cidade grande e enfrenta algumas situações causadas pela troca de hábitat, mas que depois encontra um lugar mais híbrido em que podem ser percebidas misturas.

A revista ELO também é composta por quatro matérias, que abordam questões como moda, música, história, curiosidades sobre os rodeios e as modalidades que os englobam, festas, trocas simbólicas, as relações com a agropecuária e a agricultura, dentre outros assuntos.

CONSIDERAÇÕES

No passado, as transações culturais entre grupos sociais eram restritas, devido a fatores ecológicos, geográficos ou pela resistência ativa com o outro. Todavia, atualmente, os fluxos globais incitam à globalização das formas culturais. A cultura, antes restrita ao local, é inserida na lógica mercantil e reproduzida em diferentes espaços.

O rodeio e a cultura *country* são exemplos de formas culturais que adquiriram contornos globais e se constituem como uma comunidade imaginada. Os indivíduos mantêm entre si relações indiretas e desconhecem-se uns aos outros, mas sentem-se pertencentes a esta comunidade porque compartilham as mesmas raízes e opções⁹ culturais.

Na Amazônia, a incorporação das festas de rodeio como *habitus* está intrinsecamente ligada ao processo de ocupação da região. A abertura de estradas, a expansão da agropecuária, o desenvolvimento de zonas industriais, a implantação de

⁹ Santos (*apud* MENDES, 2005) distingue as raízes e as opções culturais. As raízes têm relação com o que é profundo, permanente, único e singular, ao passo que as opções são variáveis, efêmeras e substituíveis.

projetos minerais e metalúrgicos e o planejamento e construção de novas cidades para abrigar a mão-de-obra dos grandes projetos, unidos ao avanço dos meios de comunicação, contribuíram decisivamente para inserir a Amazônia ao contexto da globalização cultural.

A vinda de fazendeiros do sul e sudeste, que já conservavam a prática do rodeio, e do nordeste em busca de melhores condições de vida, trouxe também os costumes e as tradições posteriormente incorporados e adaptados pela população da região. A divulgação midiática dos rodeios, como eventos espetaculares, também ajudou a levar as formas culturais do rodeio e da ruralidade do sul, sudeste e centro-oeste do país às cidades amazônicas.

A partir da década de 1990, as redes de televisão passaram a disputar a transmissão das festas de rodeio no Brasil. Com isso, a temática ganhou o país pelas novelas e pelas canções das duplas sertanejas. Chapéus de *cowboy*, botas e fivelas, adereços típicos dos peões de rodeio, saíram da esfera da competição rural e invadiram o cotidiano das cidades. O que era traje de proteção transformou-se em moda *country*, tornou-se passível de ser consumido por diferentes grupos, sejam eles de origem urbana ou rural, e adquiriu valor simbólico. A música sertaneja das antigas rodas de viola conquistou visibilidade nos espaços citadinos e midiáticos, devido ao seu poder de penetração nas diversas camadas sociais, na facilidade de difusão proporcionada, principalmente, pela internet, e pela sua propriedade de adaptação e fusão com outras práticas sociais e/ou culturais.

Ao analisar a presença do *country* na Amazônia, a tensão entre as tendências da globalização se faz presente. De um lado existem eficientes técnicas publicitárias e recorrentes manobras midiáticas para colocar a cultura *country* na esteira do consumo em grande escala, forçando, assim, uma homogeneização. De outro, o desenvolvimento de formas específicas de comunidades, quando determinados grupos, vivenciam a cultura *country* e criam sistemas de significações e representações culturais próprios, que não condizem necessariamente, com o estilo *country* de São Paulo e muito menos com o ideário do *cowboy* norte-americano, cuja identidade celebra a “idéia de um de um indivíduo simples, digno e respeitoso, mas definitivamente avesso aos maneirismos da vida refinada das cidades e dos ambientes sofisticados” (DE PAULA, 2001).

É interessante asseverar que a face homogeneizante do *country* na Amazônia carrega uma relação estreita com o papel e a imagem que tal região possui pela ótica do mercado e pelo viés regulatório do Estado, ou seja, a de ser em espaço voltado, essencialmente, para a prática da agropecuária. A estreita relação entre a cultura *country* e o espaço rural e o fato de grande parte das festas de rodeio ser patrocinadas pelo poder público municipal, estadual



e federal denotam o incentivo forjador de uma cultura homogeneizante e a construção planejada de identidades.

Todavia, pensar uma cultura globalizada na Amazônia, tal como a cultura *country*, não implica asseverar uma anulação das outras manifestações culturais. Ao contrário, as culturas globalizadas podem coabitar e se alimentar de culturas ditas locais, caracterizando assim a velha tensão do fenômeno da globalização: homogeneização *x* heterogeneização cultural. Perante tantas formas e práticas culturais diferentes, a cultura *country* na Amazônia acaba se tornando uma “narrativa em aberto, passível, portanto, de criar e incorporar novos elementos e de ser apropriada em diversas direções” (DE PAULA, 2001).

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**/ Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

DE PAULA, Silvana. Quando o campo se torna uma experiência urbana: o caso do estilo de vida *country* no Brasil. In: **Revista de Estudos de Sociedade e Agricultura**. N. 17, out, 2001. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudos/dezessete/silvana17.htm>>. Acesso em: 26 jun, 2010.

DUTRA, Manuel. **Comunicação e os povos da Amazônia**. In: MUTIRÃO DA COMUNICAÇÃO DA CNBB, 2006, Belém.

MENDES, José. O desafio das identidades. In: SANTOS, Boaventura de Sousa. (Org.) **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Editora Cortez, 2005.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Ed. Summus, 1996.