

Povos Indígenas no Brasil

Fonte: Folha de Goiânia

Class.: Política Indig. Oficial

Data: 13 de Junho de 1980

Pg.: 478

190

CULTURA POPULAR: IDENTIDADE DE UM POVO

Arlete Peixoto

Cultura popular voltou, progressivamente, a ser uma palpitante discussão no meio intelectual a partir da amenização da censura, pois todos querem participar ativamente dos destinos da sociedade.

A idéia de identidade cultural volta à pauta visando abalar a alienação e dominação dos meios de comunicação de massa, que lentamente depauperaram a qualidade da nossa cultura à medida que apaga as manifestações espontâneas de um povo.

Na semana passada Goiânia viveu dois momentos de atividade discursiva deste tema. Um, com o professor de antropologia da UNB Renato Ortiz, que em debate sobre Cultura Popular na UFG acenou com esperanças para a volta de manifestações de cunho autenticamente popular. O contexto do tema está diretamente ligado à dominação política dos detentores dos meios de comunicação. A arte massificada é um produto feito para ser consumido e para tanto os dominantes usam qualquer recurso para levá-lo a todos. O método habitual de inserir uma cultura alienígena em outra é primeiramente destruir as raízes culturais e logo após criar necessidades supérfluas. Um exemplo bastante primitivo mas que se repete de diversas formas e em diversos níveis é a aculturação dos índios. Quando o "homem branco" chegou e realizou a troca de um espelho por uma flecha concretizou o método, hoje tão consagrado e possante, de alienar uma cultura. Uma flecha, artesanato tribal de técnica milenar e herança cultural, ao ser trocado por um objeto, fruto de tecnologia externa ao grupo tribal, selou a desintegração da cultura indígena à medida que não só foi desvalorizada a cultura própria como foi adotado um outro padrão de arte. A flecha passou a ser algo sem valor enquanto o espelho passou a ser uma riqueza, coisa que só interessava ao explorador que, buscando a conquista da terra e dos habitantes, precisava de criar uma dependência. Assim, milhares de índios que viviam há séculos sem espelhos, pescando, plantando dentro de valores reais adotou valores alienígenas, e perdeu sua identidade à proporção que não mais transmitiu às gerações seguintes os símbolos, crenças e moldes que mantinham

a sua estrutura intacta durante séculos.

ALDEIA GLOBAL

Na década de 70, o papa da comunicação, Mac Luhan, criou a "Aldeia Global", creditando aos meios de comunicação de massa o poder e a moral de restituir a todas as tribos, nações e povos sua identidade e a difusão e o entrelaçamento de suas culturas. Como disse o protagonista do segundo acontecimento goiano da semana passada que versou sobre cultura popular, o cartunista Nilson, "a Aldeia Global proposta por Mac Luhan é inviável porque os meios de comunicação estão nas mãos de potências que não têm interesse de que haja manifestação espontânea. Quem tem os satélites, grandes mecanismos tecnológicos da aldeia global, não estão interessados que se tome água de coco, querem é vender coca-cola e isto não é exatamente o contato que existe em uma aldeia". Em uma aldeia os ensinamentos de uma técnica, ritual ou arte são feitas diretamente e na conversa coloquial onde cabem o falar e ouvir, enquanto na televisão, rádio ou jornal da Era Contemporânea não há "feed back".

A moda é uma das molas propulsoras da alienação, usar chita é coisa de roceiro, não importa se para o nosso clima o ideal são roupas de algodão, a moda dita que o bom e bonito são as malharias sintéticas cheias de dizeres em outras línguas. Como vêem, o que Mac Luhan chama de aldeia global é você assitir a uma transmissão Via Embratel (a cores para todo Brasil) e identificar na França, Japão ou Estados Unidos a camisa que você veste, não importando se você é veículo ou não de uma cultura, pois só importa ser veículo de um produto. Hábitos como cooper, discotheque, skate e surf não permitem mais que se pratiquem as descompromissadas "peladas", os jogos de amarelinha, as brincadeiras de rodas. O que sobrou da cultura é chamada folclore e em embalagem de luxo é vendida nos carnavais, Bumba meu boi, Cavalhadas e shows de boate.

NO CAMPO COMO NA CIDADE A dupla Itamaracá e José

Nilton, que é recorde em vendagem de discos "sertanejos" com o sucesso "Coração que dói, dói", também sente que a alienação chegou ao homem do campo (aí, a aldeia global funciona). A dupla reconhece que o sucesso é o macete da gravadora, que exige música com refrão, e uma dosagem forte de divulgação para atingir maciçamente o público consumidor.

Quem não se lembra da reviravolta do cantor Sérgio Reis, que ao descobrir a mina do "Menino da Porteira" e "Mágoas de Boiadeiro" deu a dica às gravadoras, transformando a expressão musical popular do sertanejo em "som rural"? Itamaracá afirma que tem uma música de sua autoria que trata do real drama dos moradores ribeirinhos que, atingidos pelas enchentes, praticam o êxodo e tornam-se os famosos "bolsões de pobreza" nas grandes cidades, e que na hora da divulgação a faixa do long play "Enchente", não é nem mencionada. A quem interessa ouvir o povo cantar "Fusão Preto"?

EXPECTATIVAS

Tanto Renato Ortiz quanto Nilson, "por excesso de otimismo ou autopreservação" acreditam que ainda é possível uma retomada dos valores culturais populares realmente autênticos. "Queiramos ou não, a alienação já se mostra estagnada, tentando não mais satisfazer o ser humano pois, ao lhe roubar a identidade os meios de comunicação de massa passam a não suprir as necessidades, reais de um povo e, mais dia menos dias, não será mais tão atraente que não possa ser rejeitada". A certeza que fica é que tudo ainda está por ser feito, o medo de ser roceiro não pode ser maior do que a convicção de que não podemos trair nossas raízes. "A problemática — segundo Renato Ortiz — é que a reversão do uso dos meios de comunicação só se fará através de mudanças sociais que venham a entregar ao povo toda esta tecnologia, para que o mundo se transforme realmente numa aldeia global onde a sabedoria de cada povo não seja forma de dominação, mas, sim, intercâmbio de conhecimentos de tudo que cada um povo pode realizar por si e pela humanidade".



Lutando desesperadamente para manter os traços da sua cultura, o índio é um exemplo dos efeitos da alienação sobre a identidade cultural de um povo



O "videota" é o símbolo da cultura de massas onde só se conversa, age e sente-se de acordo com as imagens recebidas