

FOLCLORE COMO FONTE DE ENTRETENIMENTO TELEVISIVO: estudo sobre La Fiesta do Gran Poder

FOLKLORE AS A SOURCE OF TELEVISION ENTERTAINMENT: a study on La Fiesta do Gran Poder

Karla Andrea Terán
Aline Wendpap

Resumo: O folclore é um componente vital para qualquer sociedade, uma vez que, a cultura popular, de onde ele provém, agrega em si tradições e costumes de um povo. Materiais que dão suporte a construção de identificações. Portanto, justifica-se o interesse em realizar um estudo sobre o folclore em La Paz (Bolívia), mais especificamente sobre *La Fiesta do Gran Poder* e as práticas culturais, no âmbito da dança, que acontecem durante a festa e hoje são exploradas como entretenimento pelos meios de comunicação, em particular a televisão. Objetiva-se analisar, de que maneiras as tradições folclóricas são traduzidas pela televisão, como apenas mais uma (dentre as tantas) fontes de entretenimento.

Palavras-chave: Folclore; *La Fiesta do Gran Poder*; danças; televisão; entretenimento.

Abstract: Folklore is a vital component of any society, since popular culture, from whence it comes, adds in itself the traditions and customs of a people. Materials that support the construction of identifications. Therefore, it is justified the interest in carrying out a study on folklore in La Paz (Bolivia), more specifically on *La Fiesta del Gran Poder* and the cultural practices in dance that take place during the party and are now explored as entertainment by the media, in particular television. It aims to analyze, in what ways the folkloric traditions are translated by television, as just another (among the many) sources of entertainment.

Keywords: Folklore; The Party of Great Power; dances; television; entertainment.

Desde os primórdios da civilização, seja por motivo de sobrevivência, ou, posteriormente, por afinidade, a humanidade tem necessidade de estabelecer relacionamentos entre as pessoas. Tais fatores proporcionaram, ao longo do tempo, o surgimento dos grupos sociais, que são criados por distintos processos de identificação.

Esses processos ocorrem por meio de vários fatores, seja por preferência, língua, cultura, criando vínculos e transformando-se em subgrupos. Dentro destes subgrupos de uma sociedade, existem indivíduos que se identificam por meio de características comuns. Essa identificação não se restringe as características comuns. Também ocorre através da vivência com as outras pessoas que partilham dos mesmos

ideais. Este emaranhado pode ser chamado de cultura, posto que atribui significados, gera sentidos a tudo e todos que se fazem parte destes grupos sociais. De acordo com Philippe Quéau, cultura “É aquilo que pode dar a toda a pessoa razões para viver e ter esperanças. É o que pode dar meios de agir a fim de aumentar a beleza e a sabedoria do mundo” (QUÉAU, 2001, p. 460). O autor pontua ainda que a cultura é como a natureza, posto que “vive pela respiração, pelos fluxos, pelos sopros, pelas fecundações e mestiçagens” (QUÉAU, 2001, p. 460). Sob este olhar é possível dizer que a cultura é responsável pela valorização das práticas e relações que constituem o cotidiano dos grupos, já que “Uma cultura autista, fechada, seria um contrassenso evidente” (QUÉAU, 2001, p. 460).

Sendo assim, adota-se, aqui uma abordagem metodológica que inclui o modelo de estudos da comunicação como ciência da cultura (LIMA, 2001). Comunicação, nessa abordagem adotada, define-se como: “processo simbólico através do qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada” (LIMA, 2001).

Soma-se a isso a perspectiva de James Carey (1992), 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.

Contextualizadas as perspectivas teóricas e metodológicas norteadoras deste trabalho, passa-se a seguir para a descrição do cenário de pesquisa, do objeto, posteriormente para a problematização, até alcançar as considerações obtidas até o presente momento.

1. BREVE HISTÓRIA DA FESTA DO “SENHOR DO GRAN PODER”

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 do Festival remonta a 8 de dezembro de 1663, na Fundação do convento das mães *Concebiditas*. De acordo com a história, os candidatos tiveram que trazer ao convento uma imagem com eles. A freira Genoveva 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, que a partir deste momento, passou a ser apresentada com um único rosto. Após esse ato, muitos devotos receberam favores do senhor, e, foi assim que a veneração a tal imagem se propagou. A imagem excursionou as casas do mercado, *Yungas*, *Figueroa* e a Igreja de *Rosario*. Após isso ela foi transferida para *San Leo Barra*, onde uma família devota começou o culto a imagem, com visitas e orações, agendadas às terças e sextas-feiras. Ao longo do tempo, os fiéis eram cada vez mais numerosos, e em 1928 começou a construção de uma igreja no bairro de *Chijini*, hoje a rua *Gallardo*, cujas obras foram concluídas no final de 1930, segundo informações do site *caserita.com*.

O “Festival da Grande Potência”, ou em espanhol, *La Fiesta del Gran Poder* é uma celebração religiosa realizada em homenagem a *El Señor del Gran Poder* ou a Jesus Cristo. Ela surgiu na cidade de La Paz (Bolívia), mais especificamente na área de *Chijini* nos idos de 1923. *Chijini* é um pequeno bairro da capital boliviana que, ao longo dos anos, transformou seu evento folclórico, no mais importante da cidade de La Paz, inclusive expandindo-o para vários conjuntos folclóricos.

La Fiesta del Gran Poder é um festival dramático que foi se transformando ao longo do tempo, pois que, na década de 1930, a festa 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, passa a ser um festival de dança departamental evoluindo para um festival de rua internacional, famoso por suas festas exuberantes, trajes elaborados e multidões enormes a acompanhar. Este evento apresenta inúmeros dançarinos desfilando pelas ruas, a ostentarem trajes coloridos, ao passo que, milhares de espectadores aplaudem com alegria (vide imagem).



Figura 1 - Foto Mrduranch

A festa do *Señor do Gran Poder*, tem três estágios diferentes em suas mudanças internas: entre 1905 e 1970 é apenas uma festividade religiosa; na década seguinte é consolidada como uma festa de bairro e começa a transcender outros espaços; E da década de 1980 ao ano 2000 é consolidada como um evento, cujo o objetivo principal é mostrar abertamente à sociedade de *Paceña* (da cidade de La Paz).

Num primeiro momento, o centro das celebrações era a peregrinação da imagem do *Señor do Gran Poder* e o início da devoção acontecia no distrito de *Ch'ijini*, onde os atos religiosos (massas, peregrinações) eram organizados pelo conselho de vizinhos e os padres paroquiais da igreja, que tinham um espaço central. No entanto, prestes a alcançar cada vez mais proeminência na organização das atividades, já em meados da década de 1970, aparecem os grupos de folcloristas e dançarinos, que tentam fazer parte do evento, porém inicialmente são rejeitados. Fator que os impulsiona a formar a Associação de Conjuntos Folclóricos de Grande Poder.

Num segundo momento, as novas fraternidades reunidas em torno da Associação começaram a ordenar a entrada, a dar realce e a deslocar os atos litúrgicos que, ainda hoje são feitos no domingo seguinte após a celebração. A entrada torna-se o principal evento das celebrações, deslocando-se as atividades religiosas para um segundo lugar. Finalmente, em um terceiro período, que se estende até o momento de consolidação da festa, o crescimento incomum e exponencial das atividades causa divisões dentro da Associação de conjuntos folclóricos, devido a disputas de poder. Isso provocou a aumento do número de grupos participantes e a ampliação da área de

atuação do partido. A partir deste período, as primeiras transmissões televisivas foram realizadas.

Atualmente a festa do *Gran Poder* é uma representação da diversidade de danças, que são executadas a partir de promessas de se dançar por três anos, como um ato de gratidão à divindade do Senhor Jesus de grande poder. A festividade tem a presença de milhares de dançarinos e músicos, que invadem as ruas da área popular de *gran poder*. A festa do Senhor Jesus de *gran poder*, 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. Esta festa é realizada em homenagem à representação do Senhor Jesus, que é adorado neste dia na Igreja de *San Antonio Gallardo*.

A devoção expressa durante este feriado é grande. Na verdade, é a festa mais importante do ano em La Paz. 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. Atualmente, o evento conta com a participação de 53 fraternidades folclóricas, representadas por 30.000 bailarinos e 4.000 músicos.

Cada fraternidade aceita dançarinos temporários, mas a maioria dos componentes dança por vários anos, e alguns durante gerações. Os membros "permanentes" têm de ser testados, pelo menos uma vez, para serem considerados como uma pessoa de prestígio e serem respeitados. Cada membro tenta fazer melhor do que as etapas anteriores. E, quanto mais completa e luxuosa é a festa, mais admirado e respeitado será *el preste* para o seu grupo. As economias, às vezes feitas por vários anos, são gastas em um, dois ou três dias, porque às vezes o partido continua até terça-feira, mais ou menos, como o carnaval no Brasil.

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". "*El preste*" (É o nome dado ao evento e à pessoa que organiza e financia o partido privado da fraternidade, que é comemorado no dia seguinte ao grande poder. Para fazer isso, um quarto é alugado,

um prato típico é servido para os participantes, que também contratou uma ou várias bandas para tocar música na festa, que dura todo o dia de domingo) é uma forma de reciprocidade, neste caso econômico, com a fraternidade da dança, mas também com Deus, desde que os dançarinos desfilem, para pedir a proteção do senhor e o cumprimento de seus desejos ou projetos.

O Festival do *gran poder* é um símbolo do sincretismo religioso que mistura tradições católica e costumes de *Aymara*. Por exemplo, na véspera do desfile, os participantes fizeram sua promessa ao senhor, comprometendo-se a dançar por três anos consecutivos, para que seus desejos se realizem. Esta 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.

De acordo com estimativas feitas pela Secretaria Municipal de desenvolvimento econômico da cidade de La Paz (AMN, 23/05/18), a festividade de Jesus de grande poder gerou em 2018 um movimento econômico, de mais de 115 milhões de dólares. O item que mais cresceu refere-se a despesas com a contratação de bandas e artistas. Vide a comparação entre o movimento econômico de 2012, de 52 milhões dólares, para 2018. Demonstrando assim, o enveredamento da festa para o campo do entretenimento, uma vez que, tal salto no orçamento deu-se em função do aumento do número de dançarinos, de fraternidades, bem como com o envolvimento da mesma com alguns outros itens da economia.

Por exemplo, em anos anteriores não foi considerado nas despesas o uso de redes sociais, o serviço de filmagem com drones em recepções sociais e, também, das diferentes rotas. A última versão desta festa, em 2018, acrescentou cinco fraternidades, totalizando 74, divididas em três tipos de danças: pesada, leve e autóctone. Quanto ao número de bailarinos, foi estimado um total de 40.365, dos quais 49% são homens e 51%, mulheres. Enquanto o número de músicos (bandas folclóricas) se acrescentou em 7.247.

2. BREVE HISTÓRIA DA TELEVISÃO NA BOLÍVIA

A televisão na Bolívia começa a se estruturar, enquanto mercado em 1979, composto primeiramente por nove canais, sendo: oito de universidades do estado com cobertura regional e um canal do estado com cobertura nacional. Nesse mesmo ano, o

General Padilla autorizou a concessão de licenças para canais de televisão privados. Mas antes que as licenças fossem atribuídas, seu regime foi abatido pelo General Garcia Meza, de modo que, os canais passaram a ser controlados pelo Ministério do Interior e a independência era relativa e consideravelmente reduzida (Fernández 2004 p.382).

Anos depois, durante a década de 1980 começa um fenômeno particular na Bolívia: a proliferação de canais de televisão. A iniciativa privada, em matéria televisiva começou com duas estações: uma em Santa Cruz e outra em La Paz. Situação que foi bem recebida pelos cidadãos, embora contrariasse a lei, que estabeleceu que somente o Estado poderia explorar a televisão. Foi a partir desta circunstância, que surge o argumento utilizado pelos proprietários dos canais de televisão, para transmitir sem autorização da lei, visto alegarem a liberdade de expressão e posicionamento crítico à má gestão do monopólio governamental na televisão.

Durante quinze anos a Bolívia tinha um único canal de TV nas mãos do governo, sendo constantemente submetido a abuso, manipulação e censura, embora os canais universitários muitas vezes não conseguissem escapar de influências partidárias e sectárias. Desta forma, as primeiras estações privadas começaram a operar em abril de 1984 e brevemente atingiu um total de 35 canais. Como contrapartida a essa realidade impulsionada pelas políticas econômicas do Tribunal neoliberal, a maioria das rádios e estações de mineração que dependiam de organizações camponesas e outros sindicatos pararam de operar. Apesar desta diversidade, dada pela presença de um canal estadual, canais universitários, canais privados e outros, o sistema de televisão boliviano começa, durante a década de 1990, a ter uma configuração de redes, estas controladas por alguns atores, que concentram uma alta percentagem da oferta de televisão (Fernández 2004 p.392).

Pode-se dizer que, os canais de televisão da Bolívia são classificados em: entretenimento, produção cultural e informativa, com o detalhe de que o jornalismo não pertence a nenhum e é o mais prejudicado, também é o menos consumido, como alternativa ao puro e simples entretenimento. Os canais mais vistos pelos bolivianos são: Unitel, ATB vermelho, UNO vermelho, Bolivisión, tevê de Bolívia (canaleta do estado), todas as cidades principais tais como La Paz (assento do governo) e Santa Cruz de la Sierra (cidade com mais habitantes da Bolívia).

3. TELEVISÃO COMO ENTRETENIMENTO

A história do presente é construída, a partir das telas de televisão e cinema, nas páginas de jornais e revistas, etc., enfim, em todo o complexo sistema de comunicação que hoje são indústrias culturais, telecomunicações e telemática. Hoje a mídia compõe várias imagens do mundo, diferentes concepções e representações do mundo. Tendo encontrado esta ideia do núcleo, a partir do qual a sociedade do presente é definida.

O conceito de entretenimento na mídia tem sido muitas vezes descrito em termos negativos como fenômeno que não é sério ou não informativo. Ele tornou-se uma espécie de caixa preta, nos estudos de recepção, pois contém uma grande variedade de prazer orientado ou, experiências emocionais que envolvem o público. O entretenimento na televisão sofreu grandes mudanças durante as últimas décadas e é atualmente muito mais complexo, sendo hoje parte da televisão cotidiana e incluindo em si, mais gêneros e plataformas de mídia do que nunca.

Os fenômenos que envolvem o entretenimento iludem e podem levar a definições fáceis, tais como um fato, que seja refletido na variedade larga das designações do campo na circulação. Além de seus diferentes focos, as distintas caracterizações refletem uma duplicidade imanente no conceito de entretenimento em si. Por um lado, pode referir-se a uma dimensão experiencial, que deixaria para o indivíduo se um determinado fenômeno poderia ser definido como divertido, por outro, pode referir-se mais especificamente a um determinado tipo de conteúdo produzido com específicas intenções comunicativas e experienciais por organizações específicas do remetente.

Uma visão contemporânea consideraria a última definição problemática, posto que, o entretenimento televisivo tem cada vez mais incorporado as características jornalísticas e documentais, que estão sendo produzidos fora do que poderia ser estritamente chamado de departamentos de entretenimento (FRANSEN, 2017 p.135). Por outro lado, segundo Dias (2017), o conceito de entretenimento é relativamente recente, surgiu em decorrência da consolidação do capitalismo na fase pós-industrial, em que esse setor cresceu mais do que outras indústrias. Ele é, por vezes, considerado uma vantagem competitiva na economia do consumo, por estar diretamente ligado ao momento da decisão de compra (DIAS, 2017 p.290).

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. Se, estes últimos programas forem associados é possível ligá-los com uma função básica da televisão, o entretenimento. Esta é a característica mais notória na televisão atual, e a que ocupa o maior tempo de transmissões.

Nos programas de entretenimento existem dois tipos, os de ficção e não-ficção, enfatizando-se aqui, o último. Programas de não-ficção podem ser híbridos e ter elementos de divulgação e informação. Este ensaio analisará alguns elementos de dois tipos de programas e espaços intimamente ligados à atividade cultural e ao folclore. Por um lado, existem os programas dedicados à atividade folclórica de diferentes grupos sociais e associações de bailarinos que participam de diferentes e folclóricas entradas.

De forma geral, é possível classificar os canais de televisão bolivianos em três setores. O primeiro setor é o entretenimento excluindo idade, gênero e realidades, de acordo com a oferta de programas que existem (*reality shows*, musicais, *showbiz*, etc.) O segundo setor é a produção cultural que é a mais obscurecida pelo primeiro, por isso, se você falar sobre o conteúdo relacionado ao folclore, as opções são poucas e concentradas em poucos canais e programas de televisão. O último setor é informativo, mas não é imparcial ou unilateral, por isso há os espectadores uma sensação de que muitos programas informativos são desenvolvidos na conveniência da política boliviana e seus partidos políticos.

4. TELEVISÃO E FOLCLORE

A cultura popular urbana, em sua condição local/regional, apresenta algumas variáveis que a caracterizam: a) a inserção de seus produtos no mercado da indústria do entretenimento; b) a forte relação de produção e consumo dos segmentos populares, c) a reprodução dos processos de aprendizagem de modo autodidata; e d) já na passagem de século XX ao XXI, o uso intensivo de tecnologias midiáticas digitais.

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.

Já em âmbito local, alguns canais de televisão de La Paz cobrem determinados eventos folclóricos, tais como: a entrada do Senhor Jesus do Grande Poder, o Festival 16 de Julho da cidade de El Alto, a entrada universitária da Universidade Mayor de San Andrés (UMSA) e algumas entradas dos bairros mais importantes da cidade de La Paz. Esses espaços são acrescentados aos programas dedicados quase que exclusivamente para divulgar a atividade folclórica ocorrida em ensaios prévios, recepções sociais, apresentação e mudança de *pasantes* (são as pessoas escolhidas que são os promotores, os anfitriões e os grandes animadores de cada fraternidade e toda a festa) e a eleição do Ñusta (rainha de alguma festa folclórica).

Na visão de Dias (2017) a TV é fonte de novidades, tramas excitantes, que está disponível 24 horas por dia, pronta para estimular os telespectadores, e através dela é possível entrar em contato com diferentes culturas e experiências, além de criar referências, desenvolver respostas e questionamentos. Estar exposto a diferentes tipos de programas auxilia a formar impressões próprias sobre aquilo, estimulando a curiosidade, aumentando a habilidade de comunicação e instigando a participação em sistemas socioculturais (DIAS, 2017, p. 287).

Seguindo essa ideia, os espaços dedicados à transmissão de importantes acontecimentos folclóricos, como o Carnaval de Oruro e a festa do Senhor Jesus de Grande Poder, foram incorporando vários elementos que contribuem para a difusão da cultura boliviana em geral.

Isso permite que muitas pessoas ao redor do mundo saibam e se interessem por esse tipo de eventos culturais na Bolívia e em La paz, respectivamente, contribuindo desta forma para o turismo voltado especificamente para conhecer esses eventos declarados como patrimônio Oral e intangível da humanidade (Carnaval de

Oruro). A psicanalista Maria Rita Kehl (2004) afirma que “As mensagens televisivas, em especial a publicidade, em sua unidade técnica oferecem imagens à identificação e enunciados que representam, para o espectador, indicações sobre o desejo do Outro” (Kehl 2004. p. 46. Grifo do autor). A partir deste gancho torna-se interessante pensar sobre como o entretenimento, proporcionado pela televisão, de certa maneira, alicerça o processo de identificação do povo boliviano com a Festa do Gran Poder e o torna orgulhoso de tal patrimônio, tanto que as campanhas do segmento turístico convidam possíveis turistas, através de slogans, que aparecem permanentemente durante transmissões da festa, dentre os quais: “Bolívia espera por você”, ou, outras frases convidando estrangeiros e habitantes de outras regiões do país, a visitar La Paz e participar desse evento. Desta forma, essas transmissões específicas e a televisão, como um todo criam, “um imaginário que envolve os espectadores” (TEVES, 2001, p. 1)

Algo particular a ser evidenciado a respeito dessas transmissões é a incorporação da linguagem inclusiva para surdos, fazendo 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 interesse em assistir esses eventos podem observá-los a partir do conforto de suas casas ou qualquer outro espaço público e recreacional.

5. CANAIS DE TELEVISÃO FOLCLÓRICOS

Alguns dos canais de televisão, que fazem a transmissão da festa do “*Señor 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.

Entre alguns programas de entretenimento popular em Bolívia que são folclóricos estão por exemplo, *Los principales*, que existe há nove anos no canal RTP, onde mostram mais uma opção para os espectadores, praticamente o programa tinha o monopólio do folclore acontecendo ao nível da televisão. O objetivo do tenta cobrir todas as atividades culturais e de entretenimento que têm a ver com folclore, também música tropical, artistas nacionais e internacionais. Tudo o que tem a ver com o patrono e as festividades tradicionais, porque o *paceño* dança os 365 dias do ano em diferentes festividades.

Algumas dessas atividades são a prioridade do programa *Los Principales* é são: a festa dos Andes, a festa do *Senhor do Gran Poder*. Pelo movimento de devotos, dançarinos e fraternidades que implica, também outras entradas como as da zona 16 de julho, zona Villa Dolores. Só há alguns anos tem correspondentes em Cochabamba, Santa Cruz e Oruro, bem como também ao nível internacional como em Buenos Aires (Argentina), São Paulo (Brasil) e em um novo mercado onde encontramos um nicho que é Santiago (Chile), onde também acontecem este tipo de festas que são realizadas por grupos de migrantes que já tem tempo morando nessas cidades.

6. CONSIDERAÇÕES

A festa do *Gran Poder* é de tremenda importância para a Bolívia, pois neste momento se expressa, de muitas maneiras o folclore deste país. Através de diversos fatores, como o movimento de pessoas, músicos, danças que são representadas, tradições, toda a organização, assim como o movimento econômico que gera, além de ser um motor de desenvolvimento para o turismo em La Paz.

A festa não é apenas o dia da entrada, é um ciclo que, não se isenta de ser um processo gerador de interesses políticos e cálculos econômicos. *Los passantes*, já sabem e já identificaram os seguintes, ou seja, os que vão ser os organizadores no próximo ano, eles movimentam a responsabilidade e iniciam novamente o ciclo de atividade, que inicia a busca de aliados estratégicos para realizar esta encenação no ano seguinte.

Consumo cultural se difere do consumo focado no valor da mudança na apropriação e usos de produtos com estruturas de significação. Em outras palavras,

assim como a indústria cultural difere de qualquer outra, pelo caráter de seus produtos, o uso desses produtos é necessariamente diferente de outros tipos de mercadorias. A classe social, como dimensão determinante na percepção-leitura do público, favorece um olhar complexo, em torno das práticas sociais do cotidiano, transmitidas pela televisão, já que estão entrelaçadas com as múltiplas atividades, relacionamentos e desejos de audiência.

A televisão convencional está em franca decadência, apesar de ser um exagero dizer que corre risco de extinção. Todavia, nos últimos tempos, a Internet tornou-se uma ameaça para as suas figuras de audiência e está acostumado os telespectadores com uma nova maneira de acessar o conteúdo, fato que tem exaurido o formato tradicional de televisão. É neste momento que surge o conceito de televisão social: a televisão que se integra na conversação do espectador nas redes sociais. Ele reflete uma televisão que não só emite, mas fala, discute e diálogos, uma televisão que salta da tela principal para as chamadas segundas telas. A televisão se funde com a Internet. O importante não é apenas o conteúdo oferecido pelo programa de televisão, mas sim a experiência gerada por este consumo de televisão em redes sociais. A possibilidade de compartilhar, discutir, dialogar. A programação de televisão redescobre o seu espaço neste novo modelo: as hashtags ou os diferentes aplicativos de TV social fazem as visualizações dos programas terem uma experiência social única.

Finalmente, sobre os programas folclóricos, nestes últimos dez anos, se pode dizer que o folclore tem aberto um amplo espaço para abranger as diferentes camadas da população, mas no espaço das redes nacionais é muito limitado e superficial. Muitos dos canais perceberam que é um ponto estratégico a ser ajustado. Eles se focaram em segmentos poucos dias antes do Carnaval de Oruro. Não tem programas focados na cultura e folclore para espalhar toda a atividade em uma escala nacional e, especialmente na cidade de La Paz. O tempo não é suficiente e não é coberto por diferentes artistas, dançarinos, ou o devoto, ou bandas, bordados, grupos tropicais, o movimento econômico, ou qualquer coisa que é elementar no folclore. Então, o que precisa ser melhorado são apenas três pontos: a cultura e as políticas folclóricas que vêm do governo que não se baseiam em interesses de estágio eleitoral. Que tem seriedade, além de responsabilidade na cobertura e que os programas são realizados

por pessoas adequadas que estão encharcados do folclore e lidar com o assunto com a propriedade, que minimamente eles são profissionais.

REFERÊNCIAS

AGENCIA MUNICIPAL DE NOTICIAS (AMN). 23/05/18. **El Gran Poder genera un movimiento económico superior a \$us 115 millones.** Disponível em: <http://www.amn.bo/index.php/en/recursos-periodistas/titulares/77-scat-eco/12761-el-gran-poder-genera-un-movimiento-economico-superior-a-los-us-115-millones>. Acesso em 16.01.2019.

DIAS, RUAS PATRÍCIA. **Televisão brasileira: entretenimento do espetáculo ao mito.** *Revista Extraprensa*, 10(2), (2017) 284-298. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2017.122580>. Acesso em 17.01.2019.

FERNÁNDEZ MEDINA, FRANCISCO JAVIER. (2004). **Perspectivas de desarrollo de un espacio audiovisual en los países del cono sur de américa latina: elementos para un análisis y diagnóstico de la televisión.** Tesis Doctoral. Disponível em: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4185/fjfm1de2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 18.01.2019.

FIESTA DEL SEÑOR JESUS DEL GRAN PODER. Disponível em: <https://info.caserita.com/Fiesta-del-Senor-Jesus-del-Gran-Poder-a393-sm162> Acesso em 15.01.2019.

FRANSEN, KIRSTEN. **Tv-entertainment. Crossmediality and Knowledge – A Research Project.** 2017. Disponível em: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/255_frandsen%20research%20project.pdf . Acesso em 15.01.2019.

LIMA, VENÍCIO ARTUR. **Mídia: Teoria e política.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2001.

QUÉAU, Philippe. **Cibercultura e info-ética.** In MORIN (ORG.) **Religação dos Saberes.** Rio: Bertrand Brasil, 2001.

TEVES, Nilda. Prefácio. In. GUIMARÃES, Gláucia. **TV E ESCOLA: discursos em confronto.** 3. ed. São Paulo. Cortez. 2001. (Coleção Questões de Nossa Época, 74)

SOBRE AS AUTORAS

Karla Andrea Terán

Mestranda (bolsista) em Estudos de Cultura Contemporânea Capes na Universidade Federal de Mato Grosso. Formada em Sociologia pela Universidade Mayor de San Andrés La Paz - Bolívia. E-mail: andy_teran30@hotmail.com.

Aline Wendpap

Doutora e Pós doutoranda em Estudos de Cultura Contemporânea Capes/PNPD. Mestre em Educação e Bacharel em comunicação social pela UFMT. E-mail: alinenwendpap@gmail.com.