

Estudo Fotoetnográfico no Município de Chapada dos Guimarães¹

Daniel Massaki MORITA²
Fernanda Loydi BUZELLE³
Gabriel Soares BARBOSA⁴
Muryllo LORENSON⁵

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá-MT

RESUMO

Este trabalho visa um estudo fotoetnográfico do município de Chapada dos Guimarães – MT, procurando retratar, através da fotografia jornalística, diversos aspectos culturais e sociais da população local e suas atividades, em especial as relacionadas com o turismo. O trabalho foi realizado tendo em vista a importância do resgate e registro cultural frente às mudanças decorridas, entre outros fatores, pela mercantilização das tradições.

PALAVRAS CHAVE: Fotoetnografia; fotojornalismo; indústria cultural

INTRODUÇÃO

O estudo fotoetnográfico foi realizado no município de Chapada dos Guimarães, estado de Mato Grosso, por alunos do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), campus de Cuiabá, nas aulas de Fotojornalismo.

A fotoetnografia é definida por Boni e Moreschi (2007) como um estudo etnográfico em que a principal ferramenta é a fotografia. Ou seja: um levantamento e análise das características antropológicas, sociais e culturais de grupos através do registro fotográfico. Visto o valor das imagens como fontes documentais e observados os critérios técnicos da fotografia e a metodologia de análise da antropologia, a fotoetnografia permite a recuperação de diversos dados relacionados aos grupos étnicos registrados, a manutenção de culturas sociais e oferece bases comparativas, uma vez que a sociedade e, portanto, a cultura e costumes étnicos, são elementos dinâmicos e sujeitos a constantes mudanças.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na categoria Jornalismo, modalidade JO12: Produção em Fotojornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social da UFMT, habilitação em Jornalismo. Email: danielmmorita@gmail.com

³ Estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social da UFMT, habilitação em Jornalismo. Email: flbuzelle@gmail.com

⁴ Estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social da UFMT, habilitação em Jornalismo. Email: himuta.yagami@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor de fotojornalismo do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMT. Email: mlorensoni@hotmail.com

OBJETIVO

O trabalho foi realizado com o objetivo de praticar o fotojornalismo etnográfico, em seguimento a outra atividade realizada no bairro cuiabano de São Gonçalo Beira Rio, ponto de rica cultura regional que têm sofrido modificações justamente em função da alta demanda turística.

As imagens retrataram os atrativos naturais do Parque Nacional de Chapada dos Guimarães, o artesanato e a culinária comercializados na área central da cidade, os turistas que frequentam a região, os moradores locais e os que sobrevivem desse ciclo. Para essa submissão, no entanto, foram selecionadas as fotografias do artesanato e da vida da cidade, visto que melhor representam a cultura popular do grupo estudado.

JUSTIFICATIVA

Ao considerarmos a indústria cultural da forma como é apresentada pelos frankfurtianos Adorno e Horkheimer, a importância dos registros de grupos étnicos se torna ainda maior. Com uma produção cultural cada vez mais comercializável e a predominância de uma visão de mercado capitalista, temos mudanças consideráveis e aceleradas da produção cultural de alguns grupos. No Brasil, com o surgimento e ascensão do pensamento latino americano de comunicação no final do século XX, esse processo de mercantilização talvez seja ainda mais acentuado. As tentativas de valorização das culturas regionais projetaram as diversas facetas da sociedade brasileira para além-mar. No contexto de uma sociedade do espetáculo, capitalista e altamente dicotomizada entre ter e não ter, lucrar ou falir, Coelho (2006) afirma que ocorre uma desumanização; uma coisificação das pessoas e das relações sociais, o que inclui múltiplas culturas. Ora, se a cultura é parte de um povo e suas relações históricas, ela deixa de existir ou muda sua forma de existência no momento em que se retiram essas pessoas e relações, podendo ser polida e moldada para ficar à mostra e ser comprada.

Não procuramos menosprezar a evolução das culturas. Mesmo que essas mudanças sejam feitas baseadas nos princípios mercadológicos, a cultura continua sendo uma construção do grupo, refletindo as decisões de permitir a entrada de outros agentes em sua sociedade. A importância do registro não está em uma tentativa de barrar as mudanças culturais, mas na

possibilidade de oferecer bases comparativas para estudos antropológicos e culturais posteriores, acompanhando a forma como o grupo evoluiu.

O município de Chapada dos Guimarães, em Mato Grosso, é um bom exemplo da mercantilização da cultura. Neste caso, isso ocorreu principalmente devido às atrações turísticas naturais do município, cercado de formações rochosas, rios e cachoeiras que caracterizam um importante ponto turístico do Brasil.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município, que dista 67 Km da capital de Mato Grosso, possui 52,65% de seu PIB oriundo dos serviços prestados, grande parte em função do turismo ecológico ou de aventura.

Chapada dos Guimarães, cujo território é ocupado desde 1722, possui 46 sítios arqueológicos, 59 nascentes, 487 cachoeiras, 38 espécies endêmicas, 5.818 Km² de parques e reservas de proteção, 157 Km de paredões geológicos e muitos outros atrativos naturais. Além de uma rica história e dos característicos artesãos e comerciantes locais que vendem artesanatos e outros produtos culturais em lojas espalhadas pela cidade e pontos turísticos.

Temos, portanto, um município histórico com fortes tradições locais, que no entanto tem tido contato com muitas presenças e influências externas. Sob a luz da nova teoria da comunicação, como é apresentada por *Ciro Marcondes Filho* (2008), o processo de comunicação deve ainda promover uma reflexão. Um registro etnográfico visual nos permite a interpretação, análise, reflexão e construção de uma consciência individual nos leitores, com a participação ativa de cada personagem envolvido neste processo.

A fotografia talvez nos permita uma comunicação ainda mais plena e uma reflexão mais profunda, pois “o diálogo coletivo tem grandes chances de realizar a comunicação plena” (MARCONDES FILHO, 2008 p.45) e, como afirma *Mcluhan* (1996, p. 215), “ninguém pode desfrutar uma fotografia solitariamente (sic.)”.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No entanto, tendo a cultura e os grupos étnicos como realidades altamente complexas, em constante mudança e historicamente construídas, como é possível o uso do material fotográfico para estudos científicos, uma vez que a fotografia é uma forma de abstração e

comunicação, tendo a pessoalidade como característica inata?⁶ Outra vez esbarramos nos problemas da corda bamba epistemológica na qual a comunicação e os estudos sociais parecem estar fadados a andar. Deixando de lado a questão do positivismo científico de Augusto Comte, e aceitando que mesmo a ciência não possui verdades definitivas, propomos a utilização de um modelo já adotado em diversas áreas das ciências humanas e sociais, ainda que com outros nomes: o interacionismo simbólico proposto por Mead⁷.

Assim, temos um processo comunicacional onde todos são agentes, em que o produto final é fruto da intersubjetividade dos diversos sujeitos, meios, mensagens e linguagens presentes ao longo do processo. Não há mais uma necessidade vital da objetividade, mas sim a necessidade de se conhecer o processo de produção e os agentes envolvidos.

De forma semelhante, para uma antropologia da comunicação visual, Canevacci (2001, p.9) propõe um modelo segundo o qual

“... o observado [...] torna-se um sujeito que, por sua vez, observa o observador, o modifica [...] e o interpreta. E este, em vez de sujeito único da observação, é também sujeito observado, cuja interpretação [...] é modificada pela presença, talvez só de fundo, do observado”.

Precisamos, portanto, ter em mente as relações do fotógrafo com a comunidade representada, a fim de realizar uma análise criteriosa do material obtido. Com isso, segundo Canevacci (2001), é possível a descentralização e triplicação do processo interpretativo, uma vez que são considerados três sujeitos: o focalizado, o que focaliza e o espectador.

Procurando superar de forma ainda mais eficiente a questão da abstração da fotografia, utilizamos dos princípios do fotojornalismo, que procura minimizar a influência do fotógrafo no processo e no produto final, através de um equilíbrio entre a objetividade jornalística e a abstração da arte, humanizando sem no entanto se desviar totalmente da objetividade.

Daniel Souza (2012) mostra a evolução técnica e conceitual da fotografia como uma referência à representação do real, ou de uma face da realidade, e afirma que o

⁶ Achutti (2006, p.1) afirma que “nós, fotógrafos, escolhemos ângulo, elegemos primeiro plano e assim damos relevância a alguma coisa em detrimento de outra”.

⁷ G. H. Mead não foi um teórico da comunicação, “mas para pensar o processo comunicativo, a dinâmica relacional, a configuração das interações, sua contribuição é insubstituível” (FRANÇA, 2007 p 10).

fotojornalismo permite uma aproximação do fotógrafo com o fato retratado, criando no observador uma maior sensação de participação e conhecimento. Assim, com atenção às técnicas de produção e análise da fotografia, é possível a criação de um conhecimento que, apesar de não definitivo ou absoluto, é uma versão científica do entendimento das relações culturais de um dado grupo.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Esse fragmento do trabalho, apresentado aqui, foi executado em conjunto pelos três autores, durante a atividade de campo da matéria de Fotojornalismo. De forma geral, as fotos representavam três principais aspectos do município: seus atrativos naturais, o artesanato regional e os turistas que movimentam parte da economia local. Dentre estas, foram selecionadas para apresentação neste congresso as referentes ao artesanato e pessoas da cidade de Chapada dos Guimarães, por serem consideradas como melhores representantes da cultura local.

Devido ao caráter jornalístico da atividade, procuramos estabelecer contato com alguns artesãos e comerciantes, a fim de melhor compreender suas realidades e, assim, poder retratá-las de forma mais objetiva. Entendendo também que mesmo a fotografia jornalística é uma forma de abstração, procuramos um equilíbrio entre a objetividade do jornalismo e a abstração da arte a fim de criar uma melhor comunicação intersubjetiva com o leitor que permita um melhor entendimento da experiência real vivenciada por cada um de nós sem, no entanto, distorcer ou personalizar demasiadamente essa interpretação da realidade.

CONSIDERAÇÕES

Pudemos constatar que Chapada dos Guimarães possui uma grande número de atrativos turísticos, estando listada em diversos guias como um local a ser visitado. Em nossa passagem pela cidade, percebemos a importância da atividade turística para o município: há, na área central, uma feira permanente que funciona diariamente até as 21 horas, e existem muitas tendas ao longo da estrada e nos principais pontos turísticos, todos comercializando objetos artesanais, comida e bebidas, quase sempre com apelos publicitários de características regionais.

Ao visitar e conversar com os comerciantes, fica ainda mais clara a importância do turismo para a manutenção e crescimento da economia local. “São os turistas que mantêm a gente” foi uma afirmação comum entre os artesãos e comerciantes locais.

Pudemos também observar claramente a influência da mercantilização da cultura em Chapada dos Guimarães: grande parte do artesanato comercializado consistia em objetos de decoração, e mesmo entre estes, alguns eram industrializados ou tipicamente de outras regiões do país, camuflados na cultura local.

A atividade nos permitiu conviver com artesãos, comerciantes locais e turistas, e entender um pouco melhor como a relação entre estes diversos personagens, e destes com fatores econômicos, sociais, políticos e culturais, se misturam em uma grande rede para formar o interessante perfil que hoje possui Chapada dos Guimarães. E, procurando retratar esses personagens, pudemos compreender melhor a realidade de cada um nessa aldeia cultural global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. **Cruzando olhares para revelar tendências**. 2006. Disponível em: <http://www.fotoetnografia.com.br/textos/cruzando_olhares_25-abril-2006.pdf> Acesso em 27 de março de 2013.

BONI, Paulo César; MORESCHI, Bruna Maria. **Fotoetnografia: a importância da fotografia para o resgate etnográfico**. In: Doc Online, n 03. Dezembro 2007. Disponível em <http://www.doc.ubi.pt/03/artigo_paulo_cesar_boni.pdf>. Acesso em 27 de março de 2013.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. OLMI, Alba (trad). Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Introdução: em torno do conceito de sociedade do espetáculo**. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de (orgs). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 13-30.

FRANÇA, Vera V. **Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação**. Curitiba: Compós, 2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_219.pdf> Acesso em 28 de março de 2013.

IBGE. **Chapada dos Guimarães – MT**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em 28 de março de 2013.
MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1996.

SOUZA, Daniel Rodrigo Meirinho de. **A fotografia enquanto representação do real: a identidade visual criada pelas imagens dos povos do médio-orientes publicadas na National Geographic.** 2012. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/souza-daniel-a-fotografia-enquanto-representacao-do-real.pdf>> acesso em 28 de março de 2013.