

A comunicação comunitária e alternativa em Pontos de Cultura na capital de São Paulo¹

Cicilia M. Krohling Peruzzo²
Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

Estudo sobre a presença da comunicação comunitária e alternativa em Pontos de Cultura da capital de São Paulo. Objetiva-se averiguar se a comunicação comunitária e alternativa aparece nos projetos de Pontos de Cultura e se há interconexão entre a mesma e as atividades culturais desenvolvidas. Os procedimentos metodológicos vão da pesquisa bibliográfica à documental. Conclui-se que é baixo o número de Pontos de Cultura que trabalham com rádios comunitárias e outras mídias, pois a maioria prioriza atividades específicas do campo das artes, especialmente o teatro e a música.

Palavras chave: Comunicação. Pontos de Cultura. Rádio comunitária. Cidadania cultural.

Introdução

Este texto apresenta resultados de uma das etapas da pesquisa “A comunicação comunitária e alternativa no Brasil no contexto da cibercultur@”, a que se detém nas configurações gerais dos Pontos de Cultura enquanto política pública e na presença da comunicação comunitária e alternativa nos Pontos existentes na capital de São Paulo.

Os Pontos de Cultura fazem parte do Programa Cultura Viva e se caracterizam como espaço de articulação para se fomentar iniciativas culturais que agregam agentes locais que articulam e impulsionam ações em suas comunidades. São destinados, segundo o artigo 3º. da Portaria número 156, de 06 de julho de 2004, “à populações de baixa renda; estudantes da rede básica de ensino; comunidades indígenas, rurais e quilombolas; agentes culturais, artistas, professores e militantes que desenvolvem ações no combate à exclusão social e cultural” (BRASIL. Portaria 156, 2004, p.1).

Trata-se de um programa do âmbito das políticas culturais do Estado brasileiro e gestado a partir do Ministério da Cultura. Apesar de em sua concepção apresentar conexões com a Comunicação, o Ministério das Comunicações esteve ausente da confecção da proposta e das práticas para sua efetivação. A normatização do Programa enfatiza o desenvolvimento cultural dos segmentos populacionais por ele atingidos, no entanto prevê ações e recursos bastante peculiares ao campo da Comunicação. Essa situação nos motivou a tentar entender se nas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cidadania, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação - XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 7 de setembro de 2013, na Universidade Federal do Amazonas, Manaus-AM.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Autora dos livros “Relações públicas no modo de produção capitalista”, “Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania”, e “Televisão comunitária: a participação cidadã na mídia local” e de capítulos de livros e artigos publicados em revistas científicas nacionais e estrangeiras. e-mail: kperuzzo@uol.com.br

práticas sociais se realizam atividades de comunicação comunitária e alternativa, apesar de ser um programa eminentemente gestado no âmbito da cultura.

As perguntas norteadoras são as seguintes: há inclusão explícita de processos e/ou meios comunitários e alternativos de comunicação nos eixos de ação previstos nos projetos de Pontos de Cultura da capital do estado de São Paulo? São explicitadas interconexões entre Comunicação e Cultura nesses Pontos?

Trabalhamos com a hipótese de que apesar de o programa dos Pontos de Cultura prever a ação “cultura digital” destinada ao uso de tecnologias de informação e comunicação, é baixo o número de Pontos que relaciona suas proposições temáticas e operativas à Comunicação.

O estudo tem como objetivo geral averiguar se a comunicação comunitária e alternativa se faz presente nos Pontos de Cultura. Os objetivos específicos são os seguintes: a) Resgatar os principais aspectos que caracterizam os Pontos de Cultura, suas origens e configurações gerais; b) Identificar o número de Pontos de Cultura existentes no Brasil e, especialmente, sua distribuição no estado de São Paulo; c) Verificar se processos e meios de comunicação são visíveis nas propostas de atuação dos Pontos de Cultura da capital; d) Entender se há intersecções entre a comunicação e cultura nos Pontos de Cultura em questão.

O estudo usa como base conceitual a perspectiva teórico-metodológica da comunicação popular, comunitária e alternativa autogestionária (PERUZZO, 2004; 2009), bem como das noções de cidadania cultural (CHAUI, 2006). Tais concepções se fundamentam na perspectiva da autonomia e do protagonismo popular como facilitadores do processo de ampliação do exercício da cidadania em todas as suas dimensões.

A investigação se viabiliza por meio de pesquisa bibliográfica e o estudo de documentos, quais sejam normas, relatórios, projetos e catálogos. A bibliográfica privilegiou a base conceitual e publicações sobre os Pontos de Cultura. Os aspectos comunicacionais são observados a partir dos 68 Pontos de Cultura situadas na capital de São Paulo pertencentes à Rede Estadual de Pontos de Cultura, catalogados de 2010 a 2012.

Encadeamentos do tema

Que outra comunicação?

A comunicação popular, comunitária e alternativa gera processos cooperativos de organização e se pauta por transmitir conteúdos info-comunicativos tratados de maneira diversa daqueles que circulam nos *mass media* tradicionais, embora não se constitua como “alternativa” no sentido de substituir ou dispensar o acesso aos meios convencionais de comunicação³. Trata-se da comunicação dos setores organizados das classes subalternas (PERUZZO, 2009, p.132) e

³Estes transitam num universo peculiar aos grandes meios de comunicação - privados e públicos -, no qual o tipo de informação, de cobertura e a amplitude de abrangência caracterizam sua performance, pois, se ocupam de acontecimentos, em tese, de amplo interesse público e do entretenimento massivo.

que tem um caráter público civil, portanto não governamental e não empresarial. Suas especificidades são percebidas em múltiplos fatores, tais como na linha político-ideológica (crítica e propositiva); nos modos de organização (de base popular, coletiva, feita em espaços, por vezes privados, como na casa de militantes); na ligação com as organizações civis sem finalidade lucrativa); nas estratégias de produção/ação (colaborativa, vínculo local, participação ativa e liberdade de expressão, uso mobilizador); e na proposta editorial (tanto pelo enfoque dado aos conteúdos como pelos assuntos abordados). Por vezes manifestam-se com características específicas - popular, comunitária e/ou alternativa (PERUZZO, 2009), segundo o contexto em que acontecem, as práticas sociais constituídas e suas finalidades, mas no conjunto podem ser entendidas como sinônimo devido ao caráter antes mencionado, uma vez constituídas no âmbito dos movimentos populares e organizações sem fins lucrativos orgânicos às classes subalternas.

Nesse âmbito, o popular tem um

caráter de classe, ainda que com estilos diversos e até contraditórios, parece que volta a encontrar seu sentido como um dos modos de compreender relacional e historicamente a construção social da hegemonia. O popular é, desde esta nova panorâmica, mais que um paradigma, um pretexto para se estudar as formas conflituosas (e harmônicas) em que as classes sociais de uma determinada sociedade se relacionam desde o ponto de vista da construção social de sentidos (GONZÁLEZ, 1985, p.33).

No fim da década de 1970 do século passado, período do auge do ressurgimento dos movimentos sociais populares num contexto de distensão da ditadura militar no Brasil, e nos anos seguintes, essa outra comunicação do âmbito dos movimentos e organizações populares “representou um grito antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformações, exteriorizado sobretudo em pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audiovisuais, faixas, cartazes, posters, cartilhas etc” (PERUZZO, 2004, p.115), portanto, incluem meios artesanais, além da comunicação face a face e grupal. Nos anos recentes, as expressões dessa outra comunicação, quando relacionadas às práticas emancipatórias de segmentos sociais das classes subalternas (adolescentes, jovens, mulheres etc.) voltadas a se retrabalhar a cultura, as representações sociais e a conscientização sobre as condições de existência em sociedade têm sido uma tônica importante. No entanto, apesar da dimensão de denúncia e reivindicação ainda permanecer nas configurações recentes, ela perdeu muito o caráter contestador ao Estado dos anos 1980. Outra nuance interessante é que essa outra comunicação incorpora as tecnologias do seu tempo, por exemplo, primeiro a de radiodifusão (rádio, televisão) e ultimamente as digitais (internet e o ambiente do ciberespaço), sempre em conformidade com as circunstâncias de cada tempo histórico, o que inclui a capacidade de organização e de apropriação das mesmas.

No Brasil, simultaneamente ao incremento de novos canais digitais, tais como TV Web, blogs, comunidades virtuais etc., perpassados pela comunicação mediada por computador

(CMC), e que ganham mais expressividade com a Web 2.0 e a Web 3.0 pois facilitam o papel protagonista do usuário como emissor, há a continuidade do uso de formatos tradicionais (faixa, cartaz, alto-falante, vídeo) de comunicação por segmentos organizados das classes subalternas nas regiões brasileiras. A diversidade de condições de acesso às tecnologias justifica a existência desse tipo de ocorrência, já que em alguns lugares é mais importante a utilização do alto-falante do que da internet, por exemplo.

Apesar da disparidade do acesso populacional às benesses tecnológicas, as TICC ajudam a configurar um momento histórico peculiar que potencializa uma comunicação bidirecional e de múltiplas fontes abertas de informação que favorecem o incremento crescente de iniciativas comunitárias e alternativas de comunicação. Nessa perspectiva, o comunitário extrapola sua dimensão territorial geográfica para abrigar outras articulações identitárias.

Cidadania cultural

De modo absolutamente sintético devido aos limites deste texto, toma-se o conceito de cidadania na perspectiva dos direitos civis, políticos e sociais, que incluem os direitos culturais e comunicacionais, porém torna-se premente a necessidade de explicitação do direito à Comunicação como uma geração específica de direitos humanos (PERUZZO, 2012). No tocante à cidadania cultural, segundo Marilena Chauí (2010, p.67; 69), significa tomar a “cultura como direito dos cidadãos e como trabalho de criação [...], sem confundi-los com as figuras do consumidor e do contribuinte”.

Para a autora (2010, p.238), a ideia de cidadania cultural se insere numa política em que a concepção de cultura

não se reduz ao supérfluo, ao entretenimento, aos padrões do mercado, à oficialidade doutrinária (que é ideológica), mas se realiza como direito de todos os cidadãos, direito a partir do qual a divisão social das classes ou a luta de classes possa manifestar-se e ser trabalhada porque, no exercício do direito à cultura, os cidadãos, como sujeitos sociais e políticos, se diferenciam, entram em conflito, comunicam e trocam suas experiências, recusam formas de cultura, criam outras e movem todo o processo cultural.

Trata-se de uma concepção que não exclui o direito de acesso às obras produzidas, “particularmente o direito de fruí-las, mas que inclui o direito de criar obras, isto é, produzi-las, e o direito de participar das decisões sobre políticas culturais” (CHAUÍ, 2010, p.136). Quanto ao direito à participação nas decisões de políticas culturais quer dizer o “direito dos cidadãos de intervir na definição de diretrizes culturais e dos orçamentos públicos, a fim de garantir tanto o acesso como a produção de cultura pelos cidadãos” (CHAUÍ, 2010, p.138).

Sobre os Pontos de Cultura

Os Pontos de Cultura nascem em 2004, dentro do programa Cultura Viva, criado e regulamentado pelas Portarias números 156, de 06 de julho de 2004, e 82, de 18 de maio de 2005, do Ministério da Cultura. Executado pela Secretaria da Cidadania Cultural, o Programa

surgiu para “fortalecer o protagonismo cultural na sociedade brasileira, valorizando as iniciativas culturais de grupos e comunidades, ampliando o acesso aos meios de produção, circulação e fruição de bens e serviços culturais, tendo como base os Pontões e Pontos de Cultura” (PROGRAMA ..., s.da., p.1).

Foi uma iniciativa da gestão de Gilberto Gil como Ministro da Cultura (2003-2008)⁴, no Governo e Luiz Inácio Lula da Silva, e teve Celso Torino como o primeiro Secretário de Cidadania Cultural (2004-2010), hoje denominada Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural(SCDC).

São os seguintes os objetivos do programa Cultura Viva: a) Reconhecer iniciativas e entidades culturais; b) Fortalecer processos sociais e econômicos da cultura; c) Ampliar a produção, fruição e difusão culturais; d) Promover a autonomia da produção e circulação cultural; e) Promover intercâmbios estéticos e interculturais; f) Ampliar o número de espaços para atividades culturais; g) Estimular e fortalecer redes estéticas e sociais; h) Qualificar Agentes de Cultura como elementos estruturantes de uma política de base comunitária do Sistema Nacional de Cultura (PROGRAMA ..., s.db., p.1).

O Ponto de Cultura se constitui em linha de frente do programa Cultura Viva e se configura como um espaço potencializador para se produzir, fruir e difundir o quefazer cultural local. Valoriza e dá vazão às capacidades criativas e produtivas das populações em seus locais de vida cotidiana e se coloca a serviço da educação com vistas ao exercício da cidadania.

Em sua concepção original, como diz Celso Torino (2009, p.64), o Ponto de Cultura

é um conceito de política pública. [...] Não é um equipamento cultural do governo nem um serviço. Seu foco não está na carência, na ausência de bens e serviços, e sim na potência, na capacidade de agir de pessoas e grupos. Ponto de Cultura é a cultura em processo, desenvolvida com autonomia e protagonismo social.

Esta afirmação resume a proposta do programa Cultura Viva e dos Pontos de Cultura que transforma pressupostos e práticas de gestão pública da cultura quando baseados na premissa de se levar produtos culturais às periferias ou de “entender a cultura como mercadoria”, mas reconhecê-la como processo passível de ser auto protagonizado pelas comunidades.

Essa política cultural, por um lado, baseia-se na arregimentação de condições para o desenvolvimento cultural das pessoas. Reconhece e legitima o “fazer cultural das comunidades, gerando empoderamento social” (TORINO, 2009, p.63, 85). Por outro lado, tem como estratégia não impor como aplicar os recursos distribuídos pelo Ministério da Cultura. Cada Ponto desenvolve suas atividades conforme as necessidades locais e um plano de trabalho.

Em alguns casos pode ser a adequação do espaço físico, em outros a compra de equipamentos, ou como a maioria, a realização de cursos, oficinas culturais e a produção

⁴ A mesma secretaria teve também como ministro Juca Ferreira (2009-2010).

continua de linguagens artísticas e interpretações da realidade. Os pontos são diversos, alguns preferem teatro, outros dança, ou música, que pode ser erudita, popular, ou a mistura de ambas. Muitos estão nas grandes cidades, principalmente em favelas e periferias, outros em pequenos municípios, em aldeias indígenas, assentamentos rurais, comunidades quilombolas. O único elemento comum a todos é o estúdio multimídia, pequeno equipamento para edição de áudio e imagem, três computadores funcionando como linha de edição em software livre, filmadora digital, equipamento de sol para gravação musical e conexão por internet em banda larga (TORINO, 2009, p.14).

O *Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva* inicialmente se estruturou em 5(cinco) ações: Pontos de Cultura⁵, Escola Viva⁶, Cultura Digital⁷, Cultura e Saúde⁸, Agente Cultura Viva⁹ e Griô¹⁰, cujas atividades são todas articuladas aos Pontos de Cultura. No processo de desenvolvimento do programa dos Pontos de Cultura, aconteceram desdobramentos e foram criadas outras ações, tais como os Pontões de Cultura¹¹, Pontos de Rede¹², Pontos de Mídia Livre¹³, Pontinhos de Cultura¹⁴, Pontos de Leitura¹⁵, Pontos de Memória¹⁶, Pontos de Bens Registrados como Patrimônio Imaterial (PONTO..., 2013, p.1), além de editais para a concessão de prêmios¹⁷ e bolsas, também atrelados aos Pontos de Cultura. Existem também as Redes de Pontos (todos os pontos se articulam em redes) e as Redes Temáticas e Identitárias (PONTOS..., 2013, p.1), como a rede de Pontos de Cultura Indígena (que prevê a instalação de pelo menos um Ponto de Cultura em cada Terra Indígena) e a Rede

⁵ O Ponto de Cultura” é a ação prioritária do Programa Cultura Viva. Ele é a referência de uma rede horizontal de articulação, recepção e disseminação de iniciativas culturais. Como um parceiro na relação entre estado e sociedade, e dentro da rede, o Ponto de Cultura agrega agentes culturais que articulam e impulsionam um conjunto de ações em suas comunidades, e destas entre si” (PONTO..., 2013, p.1).

⁶ Escola Viva: ações que promovam o diálogo e a parceria entre pontos de cultura e ambientes da educação formal – escolas, creches, universidades (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

⁷ Cultura Digital: ações e iniciativas envolvendo novas tecnologias e ferramentas de comunicação, desenvolvimento de plataformas de produção e difusão cultural nos ambientes da internet e suportes audiovisuais (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

⁸ Cultura e Saúde: integração entre cultura e saúde, valorizando terapias alternativas, conhecimentos tradicionais e o desenvolvimento e recuperação de pessoas e comunidades a partir da cultura e da arte (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

⁹ Agente Cultura Viva: ações de estímulo ao protagonismo juvenil e difusão de bens e produtos culturais; (foi retirado pelo consultor por considerar ser inconstitucional a limitação por faixa etária para a atuação junto a jovens (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

¹⁰ Griô: ação baseada na partilha e da valorização das culturas tradicionais e do conhecimento ancestral. São realizadas oficinas culturais, místicas, caminhadas, rodas de oralidade etc. (TURINO, 2009, p.95-96). Griô “é uma versão brasileira da palavra francesa *griot*, que designa os contadores de história, responsáveis, nas sociedades africanas, por carregar consigo a tradição oral na qual é transmitida a história de seu povo e o patrimônio de sua cultura” (SILVA; ARAUJO, 2010, p.41).

¹¹ Pontões de Cultura: foram criados para articular os Pontos de Cultura, difundir as ações de cada entidade e estabelecer a integração e o funcionamento da rede dos Pontos de Cultura (PONTÕES, 2012, p.1).

¹² Pontos de Rede: “São parcerias do Governo Federal com os Governos Estaduais, Municipais e Consórcios Internacionais, que visam a ampliação da capilaridade do programa [...] para o fortalecimento da Rede do Programa Cultura Viva [...]”(PONTOS..., 2013, p.1). Advém do programa Mais Cultura que ampliou o alcance do programa Cultura Viva.

¹³ Pontos de mídia livre: núcleos juridicamente constituídos que atuam no desenvolvimento de novas mídias e ferramentas de comunicação compartilhadas e colaborativas (Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

¹⁴ Pontinhos de Cultura: pontos de cultura com ênfase na cultura infantil e Lúdica (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

¹⁵ Pontos de Leitura: fomento a bibliotecas comunitárias instaladas nos mais diversos espaços, como locais de trabalho, terminais de transporte público, associações comunitárias, assentamentos rurais, entre outros (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

¹⁶ Pontos de Memória: desenvolvimento de museus em comunidades, recuperando memória por local de trabalho e sindicatos, moradia ou convivência social e lazer (Brasil. Art. 5º. Projeto de Lei 757/2011).

¹⁷ *Prêmio Cultura Viva, Prêmio Agente Escola Viva, Prêmio Intercâmbio Cultura Ponto a Ponto, Prêmio Cultura e Saúde, Prêmio Tuxaua, Prêmio Interações Estéticas, Prêmio Pontos de Mídia Livre, Prêmio Areté, Prêmio Estórias de Pontos de Cultura, Prêmio Ludicidade e Pontinhos de Cultura* (PROGRAMA..., s.da., p.1).

Saúde e Cultura (quer articula experiências em cultura e saúde para a promoção da qualidade de vida).

O programa dos Pontos de Cultura funciona à base de editais públicos, ou seja, da oferta de um programa aberto à participação civil. Os Pontos são financiados com recursos do Governo Federal (em espécie e forma de kit de cultura digital) e há ainda o estabelecimento de convênios com prefeituras e governos estaduais, além de outros parceiros públicos e privados para a efetivação dos projetos vencedores de editais e a concessão bolsas e prêmios.

No decorrer do tempo, aconteceram alterações no nível político, principalmente a partir de 2011, na gestão de Ana Holanda à frente do Ministério da Cultura, no governo de Dilma Rousseff¹⁸, como será visto adiante. Também houve redução no volume de investimentos (ENCONTRO..., [2013]), de 2009 para 2010 a queda foi de 50%, considerando o total de pagamentos efetuados e restos empenhados a pagar no exercício. De 2010 para 2011 houve aumento na ordem de 31% e de 2011 para 2012 novamente houve aumento de 26% em relação a 2011. Em 2012 o investimento em Pontos de Cultura retoma o nível de 2008, segundo dados fornecidos no *Encontro de Gestores e Procuradores Federais, Estaduais e Municipais das Redes de Pontos de Cultura* ocorrido em maio de 2013.

O programa Pontos de Cultura passou inclusive por um redesenho (2011/2012), efetivado pela atuação de um Grupo de Trabalho, com participação popular, a fim fazer um diagnóstico dos Pontos, problematizar conceitos e corrigir distorções identificadas por pesquisas do *Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA)*, como por exemplo, a demanda para se aprimorar as ações com vistas à continuidade da política do Cultura Viva. Outro motivo para a modificação é a necessidade de adequação ao Plano Plurianual – PPA (2012/2015) que é responsável por estabelecer os projetos e programas de longa duração do governo¹⁹.

A instabilidade da publicação de editais tem sido uma crítica contundente de gestores de Pontos de Cultura, pois, gera insegurança quanto à viabilidade de continuação das atividades. Em pesquisa avaliativa realizada pelo IPEA nos anos de 2007 e 2008 (SILVA; ARAUJO, 2010, p.37), são apontados como os maiores problemas, o atraso nos repasses de recursos, a insuficiência de recursos e a complexidade dos procedimentos (formulários, prestação de contas etc.). Problemas semelhantes também foram identificados por César Pereira (2011, p.203), que acrescenta ainda a dificuldade existente na comunicação com o Ministério das Comunicações, a

¹⁸ Atualmente a função de Ministra da Cultura é desempenhada por Marta Suplicy e a da Secretária da Cidadania e da Diversidade Cultural por Márcia Rollemberg.

¹⁹ Com a alteração da nova estrutura do Plano Plurianual, o programa Cultura Viva transformou-se em uma iniciativa, inserida no Programa Temático “Cultura: Preservação, Promoção e Acesso”, criado para contemplar todas as iniciativas e ações de cultura do Governo Federal, sob a responsabilidade do Ministério da Cultura. Para enfatizar o crescimento e a continuidade das ações do programa, a iniciativa foi batizada com o mesmo nome, Cultura Viva (NOVA..., s/d, p.1).

exigência rígida de “projeto técnico” e a falta de capacitação como entraves na efetivação do programa dos Pontos de Cultura.

A estabilidade requerida pelos Pontos de Cultura ganhou um passo favorável ao ser aprovado o Projeto de Lei 757/2011, lei Cultura Viva, que institui a Política Nacional de Cultura Viva, pela Comissão de Tributação e Finanças da Câmara dos Deputados em 28 de novembro de 2012.

A gestão de Ana de Hollanda, iniciada no governo Dilma em 2011, foi criticada, entre outros motivos, por certa desqualificação que teria sido induzida ao processo de autonomia na produção cultural em favor dos padrões tradicionais de políticas culturais – das corporações midiáticas e de criadores profissionais – incluindo ameaças ao uso do *creative commons* (CC) e do *copyleft*. Para Cova (s./d., p.2), “[...] tudo que, em alguma medida, remete ao modo criativo de viver a cultura, as novas liberdades, aos novos modos de produzir, a pós industrialização, tudo isso se torna obscuro e ameaçador” naquela gestão.

Até os dias atuais, portanto de 2004 a 2012, foram fomentados 3.662 Pontos de Cultura em todo o país (PROGRAMA..., s.db.,p.1). De acordo com relatório - com dados de 2004 a 2012 - apresentado no *Encontro de Gestores e Procuradores Federais, Estaduais e Municipais das Redes de Pontos de Cultura*, nos dias 6 e 7 de maio de 2013, os estados que têm maior número de municípios alcançados por Pontos de Cultura são: Rio de Janeiro – com 73% dos municípios; Ceará – com 72%; Acre – com 50%; Piauí – com 39%; Pernambuco – com 34%; Minas Gerais – com 30%; e São Paulo e Pará – com 29%. Os estados com menos municípios contemplados são Tocantins e Goiás, onde apenas 3% dos municípios têm Ponto de Cultura. Em seguida vem a Paraíba - com 4%, Bahia, Paraná e Rio Grande do Sul – com 5%, e Roraima – com 7%. Os demais estão na faixa intermediária que vai de 11% a 28% dos municípios que têm Pontos de Cultura em funcionamento. Em número de Pontos, as quantidades são expressivas, como por exemplo, na Bahia onde apenas 5% dos municípios são contemplados, existem 373 Pontos de Cultura em operação. No Rio Grande do Sul, com esse mesmo percentual de municípios, existem 261 Pontos (ENCONTRO, 2013).

Contudo, lembramos que os pleitos para instalação dos Pontos de Cultura dependem de iniciativas de grupos e organizações da sociedade civil e a concessão leva em conta a qualidade da proposta e do projeto técnico apresentado.

Redes de Pontos de Cultura em São Paulo

No estado de São Paulo, no período de 2004 a 2012, são contabilizados 665 Pontos de Cultura e 40 Pontões em funcionamento. Considerando as Redes Estaduais de Pontos de Cultura, neste estado há 301 Pontos (ENCONTRO..., [2013]). Esses 301 Pontos se localizam em 176 municípios, ou 15 regiões Administrativas, segundo o *Catálogo da Redes de Pontos de Cultura*

de São Paulo - 2010-2012. Destes, 68 estão na capital e outros 34 na região metropolitana. Os demais estão distribuídos nas outras regiões administrativas, sendo que a de Campinas possui o maior número de Pontos, ou seja 53. Em seguida aparecem São José dos Campos - com 28, e Sorocaba e São José do Rio Preto - com 22 Pontos. Nas outras administrativas o número de Pontos oscila entre 7(sete) e 11. As regiões com menos pontos instalados são Bauru – com 6(seis) e Araçatuba, Barretos e Franca –com 4(quatro) (CATÁLOGO..., [2013]).

Estima-se que os Pontos de Cultura atinjam no estado de São Paulo um público um público direto de 212.817 pessoas e indireto de 1.032.512 pessoas (CATÁLOGO..., [2013], p.6).

Para este estudo, nos detemos nos 68 Pontos de Cultura da capital, a partir dos quais passamos a observar os aspectos diretamente relacionados aspectos da atuação, propriamente dita, de cada um, em conformidade com a problemática de pesquisa antes anunciada. A seguir nossa atenção recai sobre a existência de rádios comunitárias e outros formatos midiáticos, além da identificação das demais atividades realizadas, bem como sobre as possíveis interconexões entre Cultura e Comunicação, tendo por base a descrição das propostas básicas dos Pontos feita por eles mesmos.

Antes, porém, salientamos que o programa dos Pontos de Cultura oferece um *kit* com equipamentos de tecnologia de informação e comunicação – municiados de programas em *software livre*. O mesmo é composto de uma mesa de som com dois canais, filmadora, gravador digital e dois computadores que funcionam como ilha de edição para produção de conteúdos multimídia (gravação de áudio e vídeo), publicação de páginas na internet e a realização de programas de rádio. Este kit potencializa a realização de atividades comunicacionais que dependem de aparatos tecnológicos e foi originalmente previsto para utilização na ação “cultura midiática” dentro da proposta dos Pontos de Cultura.

Com o passar no tempo foi criado um ponto específico de Comunicação, o denominado Ponto de Mídia Livre que surge em atendimento à demanda de ativistas desse tipo de mídia, por meio de edital lançado pelo Ministério da Cultura no Fórum Social Mundial ocorrido em Belém, em janeiro de 2009. Este edital público destinou verbas para 72 projetos²⁰ entre Pontos de Mídia Livre (R\$ 40 mil reais para cada) e Laboratórios de Mídia (R\$ 120 mil reais para cada) para iniciativas nacionais e de difusão para outras experiências (TORINO, 2009, p.102). Ainda segundo o autor – na época Secretário de Cidadania Cultural (TORINO, 2009, p.102), foi a primeira vez que o Estado tratou a mídia como uma política pública, como direito de cidadania²¹. É nesse contexto que surge mais uma ação do programa Cultura Viva, a de “Cultura e

²⁰ Experiências como a da revista *Viração*, destinada a jovens e elaborada coletivamente por eles mesmos; da agência de notícias do *Intervozes*; uma rede com base em celulares de índios do Nordeste – a *Thyedeá*; e a revista *Ocas* destinada a moradores de rua da cidade de São Paulo, são exemplos de iniciativas contempladas pelo referido edital.

²¹ Nota-se, de passagem, que a atitude veio do Ministério da Cultura e não do Ministério das Comunicações.

Comunicação”, conhecida como Ponto de Mídia Livre, o qual permite o manuseio autônomo de meios de comunicação, “que não se submete, nem ao Estado, nem ao Mercado” (TORINO, 2009, p.102). Este pode atuar com fanzines em fotocópia, blogs, sites, agências independentes de notícias, revistas, rádios comunitárias, TVs Comunitárias etc.

Contudo, esclarecemos que neste estudo não estamos trabalhando com os Pontos de Mídia livre, pois são pontos específicos de comunicação, mas com os Pontos de Cultura, pois, é no contexto deles que recaem as indagações propostas.

Presença de rádios comunitárias e outras mídias

Entre os 68 Pontos de Cultura participantes da Rede Estadual de Pontos, existentes na capital de São Paulo, segundo o Catálogo da Rede de Pontos de Cultura de São Paulo, com dados de 2010 a 2012, 1(um) trabalha com programas de rádio comunitária – o da Ação Educativa - e 5 (cinco) deles mencionam a operação de rádio comunitária como uma de suas atividades, quais sejam: Associação Cantareira, Associação Planeta Porto Alegre, Comunidade Nova Civilização, Associação Comunitária Girassol e a União das Associações e Moradores de Heliópolis e São João Clímaco (UNAS). Entre esses últimos Pontos, há duas rádios comunitárias – a Heliópolis e a Cantareira – já reconhecidas e legitimadas pelo trabalho desenvolvido há bastante tempo nas respectivas “comunidades”, e que pleitearam fundos do programa Cultura Viva como forma de garantir a sustentabilidade e ampliar o leque de atuação. Esses dois Pontos, de acordo com informações obtidas para a fase seguinte deste estudo, desenvolvem atividades que extrapolam as de produção e difusão de mensagens através das emissoras como forma de fazer jus às normas do programa dos Pontos de Cultura. Desse modo, atividades desenvolvidas com vistas à educação não formal – por meio de palestras, cursos, oficinas e espetáculos – em arte e cultura, locução radiofônica, produção de vídeo, cultura da paz, diversidade de gênero, cultura digital e preparação de programas de rádio – fazem parte do quefazer destes Pontos.

Como se pode observar, a rádio comunitária tem uma presença limitada nos Pontos de Cultura da capital paulistana, apenas 6(seis) entre 68. No entanto, dentro das linguagens convencionais da comunicação midiática e comunitária há ainda outros 2(dois) Pontos que mencionam explicitamente que produzem televisão, sendo que um faz WebTV; 8(oito) declaram produzir vídeos e outros 21 afirmam que trabalham com audiovisual (o que pode incluir vídeos, filmes, produção para televisão etc.). Somados temos 29 Pontos que trabalham com linguagem audiovisual. Há poucas menções explícitas da fotografia (4), jornal (2), revista (1), fanzine (1), edição de livros(3), e outro declara trabalhar com “mídias” na perspectiva da desmistificação dos meios de comunicação e da crítica aos mesmos.

Das artes às “novas” tecnologias

A ação “cultura midiática” prevista para os Pontos de Cultura é destinada, conforme já dissemos, a iniciativas envolvendo as tecnologias de som, audiovisuais e digitais, especialmente a internet, e ferramentas de comunicação visando o desenvolvimento de plataformas de produção e difusão cultural nos ambientes online e suportes audiovisuais, é contemplada por 29 Pontos de Cultura. Destes, 5 (cinco) dizem atuar na “inclusão digital”, ou seja na preparação para o uso de computadores e da internet, e 1(um) explicita que trabalha com a criação e alimentação de blogs, sites e atuação em redes sociais virtuais.

Nesse campo, muitos Pontos explicitam “arte e tecnologia” entre seus fazeres educativos junto aos públicos destinatários de suas ações. Ainda falando em artes, 36 trabalham com o teatro; 34 com música; 30 com cineclube/cinema; 27 com dança; 16 com hip hop; 13 com capoeira; 10 com circo; 15 com artes visuais e outras –com baixa menção – tais como artes plásticas e artes marciais.

Há ainda a presença marcante de Pontos que enfatizam a linguagem oral nos seus processos educacionais, o quer dizer, que 26 trabalham com “contação de história” e 13 com “memória”. Nesse âmbito, o eixo de atuação compreende o resgate, preservação e/ou valorização das origens e histórias de personalidades, culturas e localidades, do patrimônio imaterial etc.

No que se refere à música e ao teatro, assim como nas demais atividades, a ênfase recai sobre o incentivo ao desenvolvimento de pessoas, por intermédio de oficinas, cursos e palestras. Na música se privilegia o manejo de instrumentos como o cavaquinho, o violão, tambor, atabaque, percussão, berimbau, agogô e o pandeiro. Em teatro, se prepara também em cenografia, iluminação, sonoplastia e figurino. No hip hop se exploram os 4(quatro) elementos: discotecagem(DJ), dança de rua, mestre de cerimônia (MC) e grafite .

No conjunto, a práxis dos Pontos de Cultura conduz os trabalhos no sentido da participação ativa dos públicos como protagonistas, o que rompe com os padrões tradicionais do modo se conceber cultura, arte e comunicação como sendo expressões criativas possíveis apenas aos “entendidos” restando à população com baixa escolaridade apenas o papel de fruidora das criações, quando se lhe possibilita o acesso.

A proposta fundante do Cultura Viva parece ecoar nas práticas dos Pontos de Cultura analisados no sentido de favorecer a criação, fruição e difusão cultural popular. Claro que sem deixar de corresponder ao direito de fruir do conhecimento e dos bens culturais das artes consagradas e vindos de fora, o que é contemplado, por exemplo, por Pontos que mexem com cinema, cineclube, visita a museus etc. Há também 30 Pontos que atuam no universo da literatura incentivando a leitura como forma de aquisição de conhecimento.

Em relação à segunda questão deste estudo, ou seja, sobre as interconexões entre cultura e comunicação, estas parecem se constituir como componentes de um mesmo fenômeno, portanto, sem separação ou distinção desses campos nas práticas educativas comunitaristas. Pelo menos, é o que se pode depreender dos documentos analisados e da observação assistemática de Pontos de Cultura da capital.

A comunicação, tanto enquanto processo como meio (canal) é parte da dinâmica social dos grupos que protagonizam mudanças na própria vida e de suas comunidades. Todos os projetos dos Pontos de Cultura da capital de São Paulo vigentes de 2010 a 2012 são operados por organizações sem fins lucrativos que se auto-identificam como associações, institutos, centros, movimentos etc. e atuam com segmentos populacionais que vivem em condições de pobreza e alta vulnerabilidade social. A maioria dos Pontos atua junto a adolescentes e jovens, mas também há aqueles que mencionam crianças e adultos entre seus públicos.

Por outro lado, as atividades desenvolvidas são específicas de cada Ponto e correspondem à realidade local, pois, alguns enfatizam o trabalho em prol da “cultura da paz”, outros da cultura africana, da cultura indígena e /ou das culturas populares e tradicionais. Outros priorizam o trabalho em torno da história e patrimônio histórico, da economia solidária e criativa, do meio ambiente ou de práticas esportivas.

Outro aspecto digno de nota é que todos os Pontos mencionam cursos, oficinas e palestras como meios utilizados no trabalho de formação. Porém, estes não se esgotam em si mesmos, mas são desencadeadores de outras realizações propícias a difusão das produções e saberes e que, sem dúvida, funcionam como parte do processo de aprendizado de cada um. Referimo-nos a espetáculos, mostras, shows, saraus, festivais, feiras, blogs, sítios na internet, além dos produtos antes mencionados tais como vídeos, programas de rádio, produção televisiva etc. Os espetáculos (circenses, teatrais etc.) receberam 28 menções. Os festivais, saraus e shows são promovidos por 11 Pontos. As exposições (de fotografias, artesanato etc.) aparecem 15 vezes, e as feiras 4(quatro).

No fundo, todas as iniciativas atuam intervindo no universo cultural das pessoas com o propósito de contribuir para ampliar a conscientização sobre a própria realidade de modo a ampliar o exercício da cidadania. Porém, tudo isso às vezes ocorre em meio a dificuldades operacionais e outras limitações, conflitos e resistências decorrentes de visões preconceituosas. Uma pesquisa realizada por Barros e Ziviani (2011, p.77), identificou que

para além de revelarem presenças e positivities, a ação dos Pontos de Cultura também fazem emergir enfretamentos a preconceitos e discriminações, a existência de resistências. Mais que terreno de afirmação de uma comunidade ideal e imaginada, os Pontos evidenciam o real vivido, tanto em termos de convergências e solidariedade quanto de dissensos e conflitos.

Apesar das especificidades que a Comunicação e a Cultura comportam, elas estão entrelaçadas nas práticas sociais, mesmo que nas políticas públicas estejam dissociadas. A primeira tende a aparecer apenas enquanto suporte tecnológico, portanto, sem reconhecimento dos processos comunicativos necessariamente envolvidos em atividades culturais. Mas, nos Pontos de Cultura, a Cultura e a Comunicação caminham de mãos dadas, se não for por intermédio de mídias (meios de comunicação de base tecnológica), o é através da comunicação face a face e pela conjugação de ações. Por outro lado, a infra-estrutura proporcionada dá condições para a geração e difusão de produtos culturais, porém tão importante quanto à potenciação desses fatores é a facilitação de processos comunicativos e culturais capazes e se entrelaçarem entre si e à realidade de cada lugar ou grupo social, a partir de atitudes e ações criativas coletivamente constituídas.

Considerações finais

É baixa a presença de rádios comunitárias nos Pontos de Cultura da capital paulistana: 6(seis) em 68, sendo que um apenas mexe com linguagem radiofônica. As outras linguagens convencionais da comunicação midiática e comunitária (TV comunitária, jornal, fanzines) também são inexpressivas no conjunto dos Pontos. Porém, a linguagem audiovisual, principalmente no formato vídeo, é usada por quase a metade dos Pontos de Cultura da capital. O trabalho prioriza atividades mais atinentes ao campo da Cultura, possivelmente, pelas próprias características do programa Cultura Viva e, ao que parece, não se presta muita atenção à Comunicação que participa naturalmente dos processos, mas sem merecer nomeações discursivas distintas.

Ao reconhecer o valor que tem o trabalho autônomo e local em benefício de um fazer cultural permeado pelas tecnologias de informação e comunicação, os Pontos de Cultura favorecem a inovação de práticas e a incorporação de linguagens do mundo atual a que todo cidadão tem direito. Ao incentivar a realização dos grupos respeitando a diversidade local, ele favorece também os mais diferentes processos comunicacionais que vão da expressão oral, dos espetáculos e festivais presenciais aos produtos audiovisuais comunitários e alternativos (rádio, vídeo, filmes e televisão) que acabam sendo disponibilizados para acesso público e gratuito na internet. Mas, os processos e canais de comunicação nem acabam sendo vistos e valorizados como tal, exceto nas experiências de Pontos que especificam esse tipo de atuação.

A preocupação central dos Pontos de Cultura, numa visão de conjunto, é com processos de mobilização social, a partir da cultura, de modo a superarem as condições de desigualdade social a que estão imersas. Para tanto, as descobertas que geram as artes, o saber e a comunicação são facilitadas pelas tecnologias, mas não dispensam o fator humano que é a mola

mestra de toda essa dinâmica. Sem homens e mulheres abnegados e que crêem ser possível transformar a sociedade, não haveria Ponto de Cultura.

Por outro lado, parece-nos que a importância e os avanços obtidos no âmbito dos Pontos de Cultura justificam e demandam a difusão e a comunicação pública transparente das iniciativas para além dos próprios grupos e comunidades diretamente envolvidos. O trabalho local e tópico é fundamental, mas, a ampla externalidade das experiências contribuiria para valorizar o próprio trabalho localmente, para interconectar os Pontos e suas Redes e para democratizar saberes, criações e o próprio processo de transformação cultural em curso para o conjunto da sociedade, a qual também tem o direito saber e necessita e desse compartilhamento. Nem os sítios das Secretarias de Estado - nos níveis federal, estadual e municipal - disponibilizam informações abundantes e seguras²² sobre o programa Pontos de Cultura²³. Se os órgãos públicos não dão conta ou nem estão preocupados com esse tipo de serviço público, não seria o caso de existir uma iniciativa civil capaz criar, alimentar e manter uma plataforma atualizada com base de dados e informações completas e confiáveis?²⁴ Nessa perspectiva, mais uma vez a comunicação e especialmente as relações públicas populares se mostram necessárias e muito podem colaborar para a transparência de todo o processo como forma de garantir a visibilidade social, obter consensos, apoios e o reconhecimento, mas também para registrar parte da história vivida e construída também a partir de segmentos mobilizados das classes subalternas em torno da ampliação da cidadania.

REFERÊNCIAS

BARROS, José M.; ZIVIANI, P. O programa Cultura Viva e a diversidade cultural. In: BARBOSA, F.; CALABRE, L. (Orgs.). **Pontos de cultura**: olhares sobre o programa Cultura Viva. Brasília: IPEA, 2011. p.61-89.

BRASIL. Portaria 156. **Ministério da Cultura/SCDC**, Brasília, 2004.

BRASIL. Projeto de Lei 757/2011. **Câmara dos Deputados**. Brasília, 2012. Disponível em: <http://revistaforum.com.br/brasilvivo/2012/06/29/aprovada-por-unanimidade-a-lei-cultura-viva-na-comissao-de-educacao-e-cultura-na-camara-dos-deputados/>. Acesso em: 29 jun.2013.

CATÁLOGO DA REDE DE PONTOS DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO 2010-2012. Brasília/São Paulo: Ministério da Cultura/Governo do Estado de São Paulo, [2013].

CHAUÍ, M. **Cidadania cultural**: o direito à cultura. 2.reimp. São Paulo: Perseu Abramo, 2010.

COVA, Bruno. De que a Ana Holanda tem medo? **Quadrado dos loucos**. s./l, s./d. Disponível em: <http://www.printfriendly.com/print?url=http%3A%2F%2Foutraspalavras.net%2Fposts%2Fde-que-ana-de-hollanda-tem-medo%2F&partner=a2a#>. Acesso em: 26 de jun.2013.

²² Há dados que se conflitam entre si, além de desatualizados, alguns sem data de postagem. Faltam informações completas e a disponibilização de acesso aos Pontos e a Redes de Pontos.

²³ Aproveitamos para agradecer a colaboração de Iury Parente Aragão no levantamento desses dados.

²⁴ No início do programa Cultura Viva existiu o projeto do Instituto IPISO que avançou nesse tipo de arregimentação da informação, mas como era financiado por órgão público, quando cessou a verba, acabou o trabalho. Portanto, trata-se de uma experiência que dá ensinamentos não dispensáveis para futuros projetos.

ENCONTRO DE GESTORES E PROCURADORES FEDERAIS, ESTADUAIS E MUNICIPAIS DAS REDES DE PONTOS DE CULTURA. Ministério da Cultura/Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural. Brasília: MinC/SCDC, 2013.

GONZÁLEZ, Jorge A. Cultura(s) popular(es) hoy. **Cultura(s)**. Colima/Xochimilco: Universidade de Colima / Univesidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco, 1985. p. 9-41.

NOVA Estrutura do Cultura Viva. Ministério da Cultura/SCDC, Brasília, s/d. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/culturaviva/secretaria/scdc-em-numeros/>. Acesso em: 19 jun.2013.

PEREIRA, César de M. Política pública cultural e desenvolvimento local: análise do Ponto de Cultura Estrela de Ouro de Aliança, em Pernambuco. In: BARBOSA, F.; CALABRE, L. (Orgs.). **Pontos de cultura: olhares sobre o programa Cultura Viva**. Brasília: Ipea, 2011. p.195-228.

PERUZZO, C.M. K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa. **Galáxia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP**.n.17, jun. 2009. p.131-146.

_____. **Comunicação nos movimentos sociais**: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. Paper apresentado no **Ørecomm — Centre for Communication and Glocal Change**, 2nd Festival, 14–17 September 2012, Roskilde – Dinamarca.

PONTÕES. **Ministério da Cultura – Cultura Viva**. Brasília, 27 ago. 2012. Disponível em: <http://www2.culturaviva/ponto-de-cultura/pontoe/>. Acesso em: 19 jun.2013.

PONTOS de Rede. **Ministério da Cultura/SCDC – Cultura Viva**. Brasília, 28 fev.2013. Disponível em: <http://www2.culturaviva/ponto-de-cultura/pontos-de-red/>. Acesso em: 19 jun.2013.

PONTO de Cultura. Cultura Viva, Ministério da Cultura-SCDC. Brasília, 28 fev. 2013. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/>. Acesso em: 29 jun.2013.

PROGRAMA Cultura Viva. **Ministério da Cultura – Cultura Viva**. Brasília, s.db. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/cultura-viva1>. Acesso em: 19 jun.2013.

PROGRAMA Cultura Viva. **Ministério da Cultura – Cultura Viva**. Brasília, s.da. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/cidadaniaediversidade/programas>. Acesso em: 19 jun.2013.

SILVA, Frederico A. B. da; ARAUJO, Herton E. **Cultura Viva: avaliação do Programa Arte, Educação e Cidadania**. Brasília: IPEA, 2010.

TORINO, C. **Pontos de cultura**: o Brasil de baixo para cima. São Paulo: Anita Garibaldi, 2009.

VILUTIS, L. Ação Agente Cultura Viva: contradições para uma política cultural de juventude. In: BARBOSA, F.; CALABRE, L. (Orgs.). **Pontos de cultura: olhares sobre o programa Cultura Viva**. Brasília: IPEA, 2011. p.111-138.