



## **Carimbó, Internet e Políticas Públicas - O Lugar da Cultura Popular Tradicional na Sociedade Informatizada<sup>1</sup>**

Élida Fabiani Morais de Cristo<sup>2</sup>  
Prof.<sup>a</sup> Dra. Maria Ataíde Malcher<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

A modernidade e a Internet podem parecer, num primeiro momento, contrárias a tudo que remete à idéia de tradição. Entretanto, a cultura popular tradicional pode encontrar na modernidade e nas novas tecnologias da comunicação uma forma de permanecer viva, sem comprometer seus aspectos tradicionais. Isso é possível porque as culturas são mutantes, incorporam elementos de outras culturas e se ressignificam ao longo do tempo. Mas a garantia de uma cidadania cultural, num mundo globalizado e informatizado, só será possível se as políticas culturais levarem em consideração as especificidades socioculturais de cada segmento cultural.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura popular, tradição, políticas públicas, Internet.

### **A CULTURA POPULAR NA CONTEMPORANEIDADE**

Desde o início da expansão marítima européia (final do século XV), o mundo assiste à construção de um sistema que vai além da simples reestruturação de mapas geográficos. Outros territórios foram descobertos. Novos roteiros foram criados e o potencial lucrativo dessas viagens expandiu as fronteiras européias com a conquista e ocupação do chamado “Novo Mundo”.

Mas as mudanças não se restringem ao espaço geográfico: elas foram acompanhadas pelo aumento do fluxo de pessoas, de mercadorias, de informação. Diferentes regiões e diferentes universos culturais passaram a se relacionar, muitas vezes de maneira conflituosa. Se por um lado os europeus viam nessas regiões recém-descobertas um forte potencial econômico a ser explorado, por outro lado as populações que já viviam nessas regiões ofereciam resistência a essa dominação, em maior ou menor grau.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela UFPA. E-mail: elida.fmc@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora adjunta do Curso de Comunicação Social da UFPA, E-mail: aataidem@yahoo.com.br



Warnier (2000) atribui a essa época a origem de um “sistema mundial moderno”, uma denominação dada por Wallerstein (1974) para a rede de relações caracterizada principalmente pela intensidade das trocas econômicas, mas também pelo aumento das trocas interculturais decorrentes das grandes navegações. Warnier (2000) lembra que, em plena Renascença, os europeus descobriam sociedades, línguas, costumes cuja existência não era suspeitada, e que era extrema a fragmentação cultural entre os protagonistas dessas vastas redes de troca e de comunicação.

Essa fragmentação cultural da humanidade e a “grande transformação” causada pelas trocas mercantis são dois dos quatro fenômenos históricos apontados por Warnier (2000) para ajudar a entender o processo de globalização da cultura. O terceiro fenômeno seria o desenvolvimento dos transportes e dos meios de comunicação. No final do século XVIII, “As técnicas da embarcação e da navegação a vela se aproximavam de seu apogeu, as redes de correio, de transporte fluvial e terrestre cobriam zonas cada vez maiores” (WARNIER, 2000, p. 47). O quarto fenômeno apontado pelo autor, a industrialização (nas suas três fases), foi essencial para um menor distanciamento entre lugares, pessoas e culturas diferentes.

Todos esses fatos históricos resultantes de uma constante evolução do conhecimento humano, desde o século XV até a época contemporânea, desencadearam no que chamamos de globalização. Esta “se efetua por uma globalização dos mercados, inclusive no âmbito dos bens culturais” (WARNIER, 2000, p. 65).

O que se observa desde as descobertas marítimas é a formação de uma rede de relações mundiais. Mas nem todas as regiões do mundo estão plenamente integradas e participando ativamente desse processo, o que leva Ortiz (1998) a questionar a existência de um “sistema-mundo”. Segundo Ortiz (1998), um “sistema-mundo” pressupõe, entre outras coisas, uma alta integração entre seus membros para poder funcionar. O que não ocorre porque existe um “Quarto-Mundo” – não um “Terceiro” – que se integra mal ao mercado mundial, e porque existem manifestações políticas e culturais significativas que ainda resistem à modernidade – como o fundamentalismo islâmico, por exemplo.

As desigualdades existem e não apenas no âmbito dos fluxos mercadológicos. Elas estão presentes também no que diz respeito às trocas interculturais. Os fluxos acontecerão com maior intensidade entre os que possuem acesso aos meios de



produção, difusão e consumo. Na “mundialização da cultura”<sup>4</sup>, favorecida pelos avanços tecnológicos e pelo aprimoramento dos meios de comunicação e de transporte, vigoram as mesmas lógicas que norteiam a produção-circulação-consumo da mundialização da economia. Existem países centrais tidos como os que dominam o mercado cultural. As formas culturais postas em circulação por estes países penetram em diferentes sociedades, muitas delas possuidoras de uma cultura própria que não ultrapassa as fronteiras regionais ou nacionais.

A produção industrial de bens de consumo corrente despeja no mercado objetos que, levados pela expansão contínua das trocas mercantis até os recantos mais distantes do planeta, entram em concorrência com os produtos das culturas locais. (WARNIER, 2000, p. 29)

Como se sabe, os universos culturais não coexistem pacificamente: as culturas estão em constante conflito pela sua afirmação e seu reconhecimento diante das demais. Nesse cenário, as culturas populares<sup>5</sup> tradicionais se encontram em situação de “desvantagem”, uma vez que estas dificilmente ganham espaço em meio às culturas legitimamente consagradas. Fatores históricos como o Iluminismo, que valorizava e legitimava o conhecimento científico em detrimento das particularidades e das tradições<sup>6</sup>, e as revoluções industriais, que deram força à produção em série dos bens culturais, otimizando a produção e comercialização desses bens em grande escala e em nível mundial, contribuíram para a construção de uma situação cultural que supostamente provocaria um esmaecimento das fronteiras entre o local e o “estrangeiro”.

Essa crença não leva em consideração, porém, que os impactos que a mundialização e as novas técnicas provocam não são os mesmos para todas as sociedades. Em cada lugar existem as instâncias mediadoras (família, religião, comunidade etc.) que filtram e ressignificam os produtos da globalização, que fazem uma espécie de “adaptação”, criam uma forma local de possuir o global. Mesmo individualmente, sem a intervenção das instâncias mediadoras, os indivíduos não são seres passivos. Cada sujeito possui uma história, referências que são próprias do seu

---

<sup>4</sup> A “mundialização da cultura”, principal tema discutido nas obras de Warnier (2000) e de Ortiz (1998), se constrói a partir da agregação de valor econômico aos bens culturais e da circulação e consumo desses bens em nível mundial.

<sup>5</sup> A cultura popular é caracterizada por García Canclini (1983) pela sua oposição diante da cultura dominante, como o resultado da desigualdade e do conflito: “As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida”. (GARCÍA CANCLINI, 1983, p.42)

<sup>6</sup> A universalização dos ideais iluministas implicava na negação das tradições, vistas como “fonte de mistificação, uma inimiga da razão e um obstáculo ao progresso humano. [...] também fadada à destruição pela própria dinâmica posta em movimento pela emergência das sociedades modernas” (THOMPSON, 2008, p. 161).



lugar de origem, do seu povo, e que são acionadas quando entram em contato com outras referências.

Ortiz (1998) não descarta a atual tendência à homogeneização. Mas esta, por sua vez, não pressupõe o fim das culturas locais. O autor propõe a existência de uma “cultura internacional-popular”, formadora de uma comunidade internacional onde seus membros estariam ligados uns aos outros por meio de uma memória internacional-popular.

Embora internacional, muitas vezes essa memória é permeada por componentes locais. Nas palavras de Ortiz (1998), “o específico supera o genérico”. A globalização produziria uma tendência à homogeneização, mas “O mundo é um mercado diferenciado constituído por camadas afins. Não se trata, pois, de produzir ou vender artefatos para ‘todos’, mas promovê-los globalmente entre grupos específicos” (ORTIZ, 1998, p. 171).

De acordo com García-Canclini (1997), a hegemonia de alguns grupos em relação a outros dentro de uma sociedade não se mede mais pela oposição entre local e importado, ou entre o tradicional e o moderno, mas pela forma como esses grupos dominantes aderem ao contexto moderno das grandes cidades. Alguns grupos se adaptam muito melhor à dinâmica moderna urbana e essa vantagem reflete, também, na cidadania desses grupos nas sociedades atuais.

O acesso à cidadania pode ser estendido ao “consumo”, um termo utilizado por García Canclini (1997, p. 53) para designar “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. O teórico aponta a necessidade de levar em consideração a diversidade dos mercados, ou seja, de receptores, promovendo políticas públicas para o conjunto de tradições, de práticas e modos de interação que identificam a população de uma determinada cidade. Dessa forma, as políticas culturais mais democráticas são as que levam em conta a variedade cultural da população, agindo segundo a localização, a faixa etária e classe econômica dos grupos, por exemplo. Quando se fala em políticas públicas para uma totalidade, não se está necessariamente excluindo as particularidades.

Da mesma maneira, quando se fala, por exemplo, em “lei de incentivo às culturas populares”, é preciso ter ciência de que existem manifestações da cultura popular nas capitais e nos interiores de cada região, que existem culturas populares de origem urbana e de origem rural, com diferentes necessidades e prioridades.



## **NOVAS MÍDIAS, NOVAS POSSIBILIDADES, NOVOS DESAFIOS**

Se antes, quando não era possível se comunicar face a face, era necessário que o portador da informação se deslocasse do local de origem até o seu destino, a partir de determinado momento a transmissão e troca de informação entre emissor e receptor deixa de exigir presença física e deslocamentos espaciais, graças ao desenvolvimento dos meios técnicos utilizados na sua transmissão.

Um meio técnico é a forma que os indivíduos encontram para materializar, fixar e transmitir mensagens para seus receptores. Todas as formas de intercâmbio simbólico envolvem algum tipo de meio técnico, desde as interações face a face, que necessitam de elementos como as cordas vocais e o ouvido para se concretizar, até as mais desenvolvidas, como o telégrafo e o telefone (THOMPSON, 2008).

Na virada do século XIX para o século XX, as potencialidades dos meios técnicos atingiram um patamar ainda maior com as primeiras transmissões radiofônicas e, um pouco mais tarde, com a criação da televisão. Com a chamada “comunicação de massa”, foi possível fixar informação e conteúdo simbólico em proporções ainda maiores e difundi-los de forma generalizada.

Ao longo do século XX, o desenvolvimento de novas tecnologias contribuiu de forma fundamental para a globalização da comunicação. No final do século, um processo mudou significativamente o lugar da tecnologia e da informação na vida das pessoas. Embora esse processo tenha iniciado no contexto do final da Segunda Guerra Mundial – com a criação do computador, por exemplo –, Castells (1999) afirma que foi somente na década de 1970 que “as novas tecnologias de informação difundiram-se amplamente, acelerando seu desenvolvimento sinérgico e convergindo em um novo paradigma” (CASTELLS, 1999, p. 58).

No campo da comunicação, para falar de uma possível revolução, é preciso retomar o começo da utilização da informática e o surgimento do computador que, embora tenham sido desenvolvidos com fins científico-militares, estão na origem de um novo meio de comunicação: a Internet.

Mais tarde, seriam criadas as condições para a formação do ciberespaço, definido por Lévy (1999, p. 92) como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Um novo espaço habitado por pessoas conectadas na “inter-rede”, os cibernautas, cuja participação no ciberespaço só tem aumentado desde então.



Numa comparação com as formas tradicionais de comunicação, a Internet parece configurar uma nova forma de democratização da informação, por permitir que qualquer pessoa, agora, possa se expressar ou escolher a maneira mais adequada para si de acessar as informações de que precisa. Entretanto, Wolton (2007) deixa claro que não há nenhuma forma de progresso entre as mídias de massa e as novas mídias. De acordo com o autor, as duas possuem suas utilidades, e optar entre uma delas depende muito mais da natureza dos serviços e da preferência dos indivíduos. Diferentemente do argumento de Lévy (1999), que considera os meios de comunicação de massa como meios limitados ao modelo de difusão “um-todos”, a concepção de Wolton (2007) não nega as vantagens proporcionadas pela Web, mas também não acredita na superioridade desta em relação à televisão, o rádio e o jornal.

A Internet, de fato, permite inúmeras possibilidades com benefícios técnicos e sociais. Mas embora o aperfeiçoamento dos meios técnicos tenha facilitado a comunicação e aumentado o alcance das informações, o uso desses meios pressupõe habilidades, competências e formas de conhecimento que podem comprometer seu acesso por uma maioria, pois compreendem “um conjunto de regras e procedimentos de codificação e decodificação da informação ou do conteúdo simbólico” (THOMPSON, 2008, p. 29), que são produzidos por quem detém o conhecimento específico necessário para essa produção.

No início, o acesso à Internet ainda era muito limitado. Foi somente nos anos 1990 que ela passou a penetrar na casa e na vida das pessoas comuns, e já em meados da década “[...] a Internet conectava 44 mil redes de computadores e cerca de 3,2 milhões de computadores principais em todo o mundo, com mais ou menos 25 milhões de usuários, e estava se expandindo de forma acelerada (CASTELLS, 1999, p. 369). No final de 2005, o número de usuários já chegava a 1 bilhão<sup>7</sup>. No entanto, esse número correspondia, em 2009, a apenas 25,6% da população mundial<sup>8</sup>.

Sorj (2003) afirma que a exclusão digital possui forte correlação com as desigualdades sociais e os maiores índices de exclusão estariam nos países mais pobres e nos setores de menor renda da população – é possível constatar isso se atentar-se para o fato de que regiões como África e Oriente Médio são as regiões com menor acesso em

---

<sup>7</sup> De acordo com a pesquisa “*Worldwide Online Access: 2004-2010*”, da eMarketer (Fonte: <http://www.servicehomepage.net/>, apud SOUSA, 2008, p. 24).

<sup>8</sup> Cf. [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)



relação ao número de habitantes, quando comparadas a outras regiões do planeta<sup>9</sup>. Muitas vezes se argumenta que os países poderiam pular etapas do desenvolvimento e alcançar as tecnologias mais avançadas. Porém, as tecnologias estão em constante evolução, e “aquilo que parece o ponto de chegada rapidamente fica obsoleto” (SORJ, 2003, p. 61).

No Brasil, as áreas onde a Internet se desenvolve primeiro e com mais intensidade geralmente são as mais desenvolvidas econômica e socialmente. No Brasil, essas áreas correspondem às regiões Sul (25,6%), Sudeste (26,3%) e Centro-Oeste (23,4%). Segundo os dados, que são de 2005, as regiões Norte e Nordeste possuíam, respectivamente, índices de 12,0% e 11,9%<sup>10</sup>.

Para Sorj (2003, p. 63), alguns fatores seriam determinantes para a universalização dos sistemas telemáticos: as infraestruturas de acesso<sup>11</sup>; a disponibilidade de equipamento (computador, *modem* etc.); o treinamento no uso dos instrumentos do computador e da Internet; e a capacitação intelectual (diretamente relacionado ao nível de educação) e posição social do indivíduo, que determinam o aproveitamento efetivo da informação e da capacidade de comunicação pela Internet.

Para Wolton (2007, p. 134) “a ‘multiconexão’ não é por si só um projeto de comunicação e um grande número de transmissões não acarreta forçosamente uma maior comunicação”. Ou seja, a quantidade de acesso não constitui, *a priori*, produção e obtenção de conhecimento ou informação.

Para utilizar a Internet, enquanto mídia e enquanto fonte de conhecimento e desenvolvimento intelectual e profissional, é necessária uma capacitação técnica e uma formação crítica. Mas esta última depende de uma formação prévia, que é a alfabetização fornecida fundamentalmente pelo sistema escolar. Infelizmente, o Brasil ainda é considerado um dos países com maior desigualdade social e os níveis de analfabetismo ainda são preocupantes: em 2001, 64% dos chefes de família possuíam o primeiro grau incompleto e a taxa de analfabetismo entre maiores de 15 anos chegava a 13,6% (SORJ, 2003, p. 83).

<sup>9</sup> Segundo os dados publicados pela Miniwatts Marketing Group, em 2009 a África possuía 6,8% de usuários de Internet na sua população. O Oriente Médio, 28,3%. A Europa, 52,0%. Cf. [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

<sup>10</sup> “Percentual das pessoas que utilizaram a Internet, no período de referência dos últimos três meses, na população de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões – 2005”. Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005.

<sup>11</sup> As infraestruturas de acesso seriam os sistemas de transmissão, que podem ser ocorrer via telefone, satélite, rádio e com o uso de fiações telefônica, elétrica e de televisão a cabo.



Apesar das desigualdades de acesso, a Internet não se configura necessariamente como uma barreira para o acesso à cidadania cultural por parte dos atores da cultura popular tradicional. Modernidade e tradição podem coexistir e incorporar elementos uma da outra, sem danos maiores para a segunda. A mutação, a ressignificação é algo próprio da cultura. E a tradição, embora seja algo transmitido do passado para a atualidade, não conserva todas as suas características originais a partir do momento que se muda, por exemplo, o local em que é praticada.

O problema estaria na distribuição desigual dos recursos advindo com a modernidade. Quem dispõe dos meios para produzir e transmitir conteúdo simbólico certamente terá mais condições de se afirmar diante dos produtos culturais globalizados. Porém, a Internet, em vez de ser somente fonte de exclusão, pode ser uma aliada na promoção da cidadania cultural. De qualquer maneira, a Internet só será verdadeiramente aliada da cidadania cultural se as políticas de inclusão digital levarem em consideração todas as especificidades culturais das diferentes populações.

### **CULTURA VIRTUAL, CULTURA POPULAR TRADICIONAL: o carimbó e os novos desafios das políticas culturais**

Nessa perspectiva este artigo apresenta o resumo de uma pesquisa<sup>12</sup> que buscou identificar se determinadas políticas culturais estão levando em consideração as especificidades dos segmentos culturais, tanto no momento da criação como no da divulgação dessas políticas. Para tanto, além da pesquisa bibliográfica, foram realizadas análises de algumas políticas públicas desenvolvidas pelo Ministério da Cultura - MinC e pela Secretaria de Estado de Cultura do Pará - SECULT, bem como entrevistas com representantes de grupos e associações de carimbó de dois municípios paraenses. Escolheu-se para condução da análise o carimbó enquanto uma das manifestações mais representativas da cultura popular paraense<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> A pesquisa refere-se ao Trabalho de Conclusão de Curso da autora, realizado em 2009 e defendido em fevereiro de 2010. Procurou-se trabalhar o tema da cultura popular tradicional e das políticas culturais no contexto contemporâneo, de forma a investigar em que medida a Internet pode comprometer o acesso a essas políticas públicas por parte dos atores sociais da cultura popular tradicional.

<sup>13</sup> Ritmo musical paraense de características que guardam aspectos das culturas indígena, negra africana e europeia portuguesa. A origem do seu nome estaria diretamente relacionada ao nome do tambor (o curimbó) que é o seu principal instrumento e que, para ser tocado, é deitado no chão e batido com as mãos pelos músicos. De acordo com o pesquisador Isaac Loureiro (2008), “o cronista Frei João Daniel teria feito registro do carimbó em 1767, entre os índios Tupinambás”. Loureiro pertence à Irmandade de São Benedito, grupo de tradições do município de Santarém Novo, no Estado do Pará. Atualmente coordena a campanha “Carimbó Patrimônio Cultural Brasileiro”, que busca o registro do ritmo como patrimônio imaterial da cultura brasileira, através do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN.





A complexidade cultural existente no Brasil pode ser percebida pela variedade dos programas implantados pelo MinC. São programas como o de “Audiovisual”, o Programa “Mais Cultura”, o Programa “Cultura Viva” e o de “Identidade e Diversidade Cultural: Brasil Plural”.

O Programa de Identidade e Diversidade tem como objetivo “garantir a grupos e redes de agentes culturais responsáveis pela imensa diversidade das expressões culturais brasileiras o acesso aos recursos para o desenvolvimento de suas ações”<sup>14</sup>. Uma de suas iniciativas é o Prêmio Culturas Populares, voltado para mestres da cultura popular<sup>15</sup> e para grupos e comunidades tradicionais. Em 2009, o MinC inovou ao permitir que os candidatos pudessem se inscrever, também, oralmente. No Manual de Orientação para Candidatos, do Prêmio Culturas Populares, o MinC afirma que com a inscrição oral, “mais do que permitir a participação direta dos mestres e daqueles que não dominam plenamente a escrita, incorporamos o modo próprio como estes grupos se comunicam mais profundamente”<sup>16</sup>.

Mas esta é uma exceção. A maioria dos editais ainda demanda domínio da escrita e, além disso, conhecimento sobre como montar um projeto. Delimitar objetivos, justificar a importância da iniciativa cultural, montar um plano de trabalho e o orçamento, tudo isso requer um conhecimento ainda limitado a poucas pessoas.

A Secretaria de Estado de Cultura do Pará, embora precise levar em conta as especificidades do Estado, segue as mesmas diretrizes do MinC. Em 2009, a SECULT lançou o Programa Pará Faz Cultura, com editais que contemplam vários segmentos culturais. Também lançou o edital Culturas Populares levando em conta seu público, na medida em que permitiu 2 formatos de formulário de inscrição: em forma de projeto (com resumo, objetivos geral e específicos, justificativa, orçamento etc.) e de roteiro de perguntas. Este último formato apresenta as exigências do edital de maneira mais próxima da linguagem das pessoas que não possuem familiaridade com projetos. De acordo com Carlos Henrique Gonçalves, Diretor de Cultura da SECULT, há uma busca pela desburocratização dos instrumentos, como expressa: “[...] nós estamos tentando

---

<sup>14</sup> Trecho retirado do texto de apresentação da Secretaria de Identidade e Diversidade Cultural (SID), no site do Ministério da Cultura.

<sup>15</sup> Os chamados “Mestres” são as pessoas com grande experiência e conhecimento dos saberes e fazeres populares, dedicadas a expressões da cultura popular, e com capacidade de repassar os seus conhecimentos. O título de “Mestre” vem do reconhecimento da comunidade onde essas pessoas vivem e atuam. Cf. [http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/edital\\_culturas-populares\\_2009\\_pdf.pdf](http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/edital_culturas-populares_2009_pdf.pdf)

<sup>16</sup> Cf. Manual de Orientação para Candidatos - Prêmio Culturas Populares 2009, p. 9. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/manual-orientacao-culturas-populares-20092.pdf>



tornar o mais simples possível a elaboração de projetos, principalmente os voltados para os segmentos excluídos, com os das culturas populares”.<sup>17</sup>

Também seguindo as mesmas diretrizes do MinC, que realiza oficinas para elaboração de projetos em todo o Brasil, em nível local são realizados cursos de capacitação que ensinam como montar um projeto cultural para inscrição em editais.

Os editais podem ser considerados hoje a principal forma de se ter acesso às políticas culturais do MinC. De acordo com o Relatório Anual das seleções públicas do Sistema MinC, em 2008 foram mais de 11 mil inscritos e mais de 3.700 iniciativas apoiadas. Ao todo foram realizadas 65 seleções públicas<sup>18</sup>.

Diversos segmentos culturais podem acessar o site do MinC e tomar conhecimento dos editais existentes (dos que estão com inscrições abertas ou não) e do procedimento que deve ser feito para concorrer. Esta parece ser uma política democrática, uma vez que, disponibilizado o edital na Internet, ele poderia permitir que iniciativas de todo o Brasil pudessem concorrer, não fazendo distinção entre regiões. Mas se os índices de acesso à Internet variam segundo a região brasileira, e sabendo que variam, também, segundo a área – urbana e rural – e que boa parte das manifestações da cultura popular tradicional encontra-se em regiões interioranas, será que a Internet se constitui em uma ferramenta democrática de divulgação de políticas voltadas à cultura popular tradicional?

Vale ressaltar que a Internet não tem sido a única estratégia para chegar ao maior número possível de pessoas, uma vez que tanto o edital como os roteiros para inscrição e o manual de orientações poderiam ser encontrados também nas representações regionais do Ministério em capitais brasileiras e nas secretarias estaduais e municipais de cultura de todo o país<sup>19</sup>. No Pará, de acordo com o diretor de Cultura da SECULT, divulgar as políticas públicas e fazer com que elas alcancem todas as regiões do Estado não é uma tarefa fácil, devido às dificuldades de acesso aos municípios do interior: “A gente [SECULT] tem trabalhado muito com as associações de municípios e com as prefeituras, e tem utilizado a Internet”<sup>20</sup>.

---

<sup>17</sup> Parte da entrevista concedida à pesquisadora, em novembro de 2009 para realização do Trabalho de Conclusão de Curso defendido em fevereiro de 2010.

<sup>18</sup> Fonte: Ministério da Cultura. Observatório dos Editais – Relatório Anual das seleções públicas do Sistema MinC. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/relatorio-anual-editais-2008.pdf>

<sup>19</sup> Cf. Manual de Orientação para Candidatos - Prêmio Culturas Populares 2009, p. 19. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/manual-orientacao-culturas-populares-20092.pdf>

<sup>20</sup> Parte da entrevista concedida à pesquisadora, em novembro de 2009 para realização do Trabalho de Conclusão de Curso defendido em fevereiro de 2010.



Com relação aos músicos e grupos de carimbó, apesar deles já estarem fazendo uma apropriação da globalização e interpretações particulares diante dela, existem segmentos dentro desse gênero musical que ainda encontram-se distantes da modernidade e dos seus benefícios. Para confirmar essa e outras hipóteses, foram escolhidos dois municípios no interior do Pará para a realização de entrevistas que pudessem esclarecer ainda quais as dificuldades enfrentadas por grupos de carimbó para ter acesso a políticas culturais. Esses municípios foram Curuçá e Marapanim, ambos na Região Nordeste do Estado Pará<sup>21</sup>.

Em todas as entrevistas, os relatos demonstram que, nos dois municípios, as políticas culturais ainda são pontuais. Elas ocorrem geralmente nos eventos culturais promovidos pelo governo local, que é quando os grupos recebem (mas nem sempre) estrutura para se apresentar: palco, roupa padronizada, cachê, transporte etc. Pouco se observa políticas de fomento à produção cultural, que garantam a valorização dos grupos ao longo de todo o ano, a manutenção e a continuidade de suas atividades na comunidade, bem como a transmissão dessa cultura aos mais jovens.

Em Curuçá, o secretário de cultura Paulo Sérgio Rodrigues afirma que nos eventos culturais que são realizados pelo município e dos quais os grupos de carimbó da cidade participam, são oferecidos alguns tipos de ajuda, tais como estrutura do palco para tocar e, nos casos em que o grupo não possui uma roupa padronizada de apresentação, a prefeitura ajuda comprando roupas folclóricas e chapéus.

Manoel Nilton (grupo de carimbó “Os Curiós Mirim”), ao apontar as políticas culturais municipais que conhece, lembra que: “o município oferece só na época de eventos, dando uma roupa, uma tinta pra pintar o tambor, o chapéu, e paga o cachê dos grupos que vão se apresentar”.

Em Marapanim, Zuleide Alves (Associação Cultural Raízes da Terra) também afirma que as políticas culturais são dadas pontualmente, quando o grupo vai se apresentar em outros municípios, por exemplo: “O que o nosso governo municipal nos ajuda sempre é com transporte pra alguma apresentação, porque a gente nem sempre tem condições de conseguir o veículo pra levar os instrumentos que são pesados, e coisas desse tipo...”.

---

<sup>21</sup> Todas as entrevistas realizadas nestes municípios foram concedidas à pesquisadora, em outubro de 2009, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso defendido em fevereiro de 2010.

Em Curuçá, os entrevistados demonstraram que os grupos ainda possuem pouca autonomia para buscarem incentivos além dos limites do município. Eles permanecem dependentes das políticas culturais oferecidas pela prefeitura na medida em que não possuem contato direto com o governo estadual e federal, não dominam a ferramenta da Internet para buscar informações e não possuem condições para se deslocar da sua cidade até a capital Belém em busca dessas informações. Manoel Nilton (Os Curiós Mirim) fala das dificuldades que os mestres enfrentam por ter pouca escolaridade e não ter acesso à Internet:

[...] são pessoas simples, que muitas vezes nem tiveram um curso profissionalizante pra sobreviver, às vezes sobrevive da pesca, da roça, mas que tem um tempo pra tocar o carimbó dele, ele tem o tempo pra fazer o verso, a poesia, e ele se sente importante, mesmo que outras pessoas não queiram valorizar.

As dificuldades apontadas pelos grupos entrevistados demonstram que os poderes públicos municipais de Curuçá e de Marapanim têm se mostrado pouco ativos na garantia de uma cidadania cultural dos seus grupos de carimbó. Embora o Diretor de Cultura da SECULT tenha apontado as medidas que estão sendo tomadas para tornar a divulgação de políticas culturais mais eficientes no interior do Estado do Pará, os relatos dos representantes de grupos de carimbó e até mesmo do secretário de cultura do município de Curuçá, Paulo Sérgio Rodrigues, evidenciam que essas medidas ainda não são suficientes: os entrevistados de Curuçá, por exemplo, nem chegaram a citar os editais de cultura lançados em 2009 pela SECULT.

Em Marapanim, apesar dos dois grupos entrevistados terem acesso à Internet, Mariana Sarmiento (Associação Cultural Japiim) lembrou dos inúmeros grupos que atuam na cidade, mas que não conhecem as políticas culturais da SECULT e do MinC e que possuem ainda mais dificuldades de chegar até elas por não saberem utilizar o computador e a Internet: “Eu vejo que para os outros que não têm, se torna ainda mais difícil: eles buscam esses conhecimentos com terceiros”.

Nesse sentido, torna-se evidente que para chegar ao maior número possível de pessoas, as políticas culturais precisam, antes de tudo, ter suas estratégias de divulgação reformuladas. Pois enquanto as administrações (nos níveis federal, estadual e municipal) estão cada vez mais democráticas no momento de conceber as políticas públicas voltadas para a cultura, por outro lado continuam marginalizando os segmentos que, historicamente, nasceram na condição de excluídos e que sempre tiveram acesso desigual à cidadania cultural.



Poder-se-ia afirmar que somente a criação de uma cultura virtual seria a solução para a questão da eficácia da divulgação de políticas culturais, já que a Internet é potencialmente um meio de comunicação democrático. Mas as políticas de inclusão digital, como já se sabe, precisam ser acompanhadas de políticas educacionais. E a democratização da Internet precisa também, nesse caso, ser acompanhada de iniciativas mais abrangentes no âmbito da gestão cultural: os gestores municipais devem ser mais atuantes. Os gestores estaduais e federais da cultura, por sua vez, devem levar em consideração as diferentes possibilidades de comunicar para um público completamente diferenciado, como é o da cultura popular. Por que não utilizar o Rádio, por exemplo? Esse ainda é um forte meio de comunicação no interior do Brasil – um país multicultural e multidigital (no sentido de que possui uma grande variedade quanto aos estágios de desenvolvimento digital).

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na época da expansão marítima, os europeus descobriram povos, línguas e costumes inimagináveis, completamente diferentes da sua cultura. Formou-se um sistema de dimensões planetárias: o mundo conectou-se. Mas os fluxos ocorrem de maneira desigual em diversos pontos da rede mundial. Assim como algumas culturas tentam permanecer intransponíveis e outras já são o resultado de uma mistura de diferentes culturas (como é o caso do Brasil), e a economia se desenvolve mais em algumas regiões do planeta do que em outras, assim também acontece com as trocas de informação: o conhecimento, a informação global que circula nos cabos de Internet chega mais rápido em alguns lugares do que em outros.

O acesso ainda é desigual. E de acordo com Sorj (2003), isso ocorre devido às desigualdades sociais existentes no país. Por isso, a Internet, sozinha, dificilmente possibilitará maior acesso às políticas voltadas para a cultura popular tradicional, pois os atores desse segmento cultural não se “encaixam” no perfil dos que mais acessam a Internet. No caso do carimbó, esses atores são geralmente pessoas de origem humilde, que moram no interior, regiões menos urbanizadas e com menor desenvolvimento econômico e social.

Apesar de as políticas culturais estarem muito mais abrangentes e acessíveis (ao permitir, por exemplo, que inscrições de editais possam ser feitas através da fala gravada), ainda há demandas a serem superadas. Uma das principais demandas discutidas neste trabalho foi a das formas de divulgação dessas políticas culturais.



Após realizar entrevistas com representantes de grupos de carimbó do interior do Estado do Pará, constatou-se que alguns deles desconhecem as políticas culturais que estão sendo realizadas pela SECULT e pelo MinC. Uma das conclusões é a que isto ocorre: primeiro, porque não está ocorrendo a integração entre os municípios paraenses pretendida pela SECULT. Apesar dos esforços, em algumas cidades do interior não há incentivo à divulgação e à participação dos grupos culturais nas políticas desenvolvidas por outras esferas do governo. Os gestores ainda priorizam as políticas culturais imediatistas, que concedem pontualmente alguns benefícios a curto prazo para os segmentos da cultura popular tradicional.

Em segundo lugar, porque a Internet é considerada uma das principais ferramentas utilizadas na divulgação das ações do governo voltadas para a cultura popular tradicional. Entretanto, boa parte das pessoas ligadas à cultura popular tradicional não tem facilidade de acessar a Web devido às suas condições de vida e ao desenvolvimento incipiente da Internet em algumas regiões e cidades: muitas vezes, pessoas simples, moradoras de regiões menos urbanizadas e menos desenvolvidas tecnologicamente, e que possuem baixa escolaridade. A exclusão digital ainda é uma realidade, apesar da tendência ao aumento do número de acessos à Internet.

Dessa forma, a globalização e as novas tecnologias da comunicação não constituem necessariamente uma ameaça às culturas populares tradicionais. O problema é quando os Estados promovem políticas públicas que não contemplam a pluralidade cultural dentro de determinados contextos sociais ou a pluralidade social dentro de determinados segmentos culturais: num mesmo contexto social (numa mesma cidade, por exemplo), existem várias formas de manifestação cultural. Da mesma forma, dentro de um mesmo segmento cultural (cultura popular tradicional, por exemplo), existem pessoas de categoria social diferente – algumas moram em regiões mais urbanizadas, outras não; algumas têm uma formação educacional completa, outras não; algumas possuem Internet banda larga em casa, outras nunca estiveram diante de um computador.

Não há como implantar políticas culturais sem considerar essas variáveis, senão os meios de comunicação poderão sim aumentar o abismo existente entre os diferentes atores sociais. No entanto, se as políticas culturais forem pensadas a partir das realidades locais, os meios massivos poderão ser seus grandes potencializadores.



## REFERÊNCIAS

- ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2004.
- BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria de Identidade e Diversidade Cultural. **Sobre a SID** (Texto de apresentação). Publicado por Eduardo Alves. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2007/09/25/quem-somos-2/> (acesso em 20/11/2009)
- BRASIL. Ministério da Cultura. Manual de Orientação para Candidatos. In: **Prêmio Culturas Populares 2009**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/07/manual-orientacao-culturas-populares-20092.pdf> (acesso em 20/11/2009)
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GARCÍA- CANCLINI, Néstor. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983. p. 17-60.
- \_\_\_\_\_. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais na globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.
- ROSA, Brunna. **O resgate da cultura popular brasileira**. Entrevista com Isaac Loureiro, publicada no site da Revista Fórum, dia 17 de junho de 2008. Disponível em: [http://www.revistaforum.com.br/sitefinal/NoticiasIntegra.asp?id\\_artigo=3252](http://www.revistaforum.com.br/sitefinal/NoticiasIntegra.asp?id_artigo=3252) (acesso em 10/11/2009)
- SELLTIZ, Claire. et.al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.
- SORJ, Bernardo. **brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília, DF: Unesco, 2003.
- SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista. **Jornalismo digital no Pará: análise do Portal ORM, do Portal Cultura e do Diário do Pará**. (Trabalho de Conclusão de Curso). Belém: UFPA-ILC, 2008.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina – 2ª Edição, 2007.
- WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.