

Culturas Populares, Comunicação e Desenvolvimento Local: as experiências comunicativas do Espaço Cultural Bodega da Yá, de Goiana-PE. ¹

Ivanice Oliveira de LIMA²

Rádio Frei Caneca FM; Faculdade Joaquim Nabuco, Recife-PE.

Resumo

O presente trabalho é fruto da experiência profissional da autora quando de sua atuação no Espaço Cultural Bodega da Yá (Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra), como assessora de imprensa e oficina radialista do Projeto Comunicando Negritude. Especificamente buscou-se mostrar o relacionamento que se estabelece entre o Espaço Cultural, também um terreiro de religião de matriz afro-indígena, e os meios de comunicação. Verificou-se que há práticas hibridizadas e que processos de reconversão cultural fazem parte das estratégias conscientes e inconscientes para a atuação desse espaço de cultura popular no massivo.

Palavras-chave: Culturas populares; meios de comunicação; reconversão cultural; desenvolvimento local

Os sentidos do popular, a comunicação nos contextos populares, e o desenvolvimento local

O estudo tem como proposta mostrar as estratégias de relacionamentos entre o popular e o massivo considerando as práticas comunicativas do Espaço Cultural Bodega da Yá - Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra (casa do sagrado), na Comunidade da Portelinha, periferia de Goiana. Especificamente, busca-se perceber de que forma as práticas comunicativas empreendidas no espaço cultural estimulam o sentido de cidadania na comunidade e favorecem o desenvolvimento local.

O processo metodológico envolveu técnicas combinadas de coleta de dados, como pesquisa bibliográfica, análise documental e entrevista semiestruturada. Por estar a autora envolvida nas atividades culturais do centro de cultura, realizou-se um trabalho de observação participante, aquela em que “o observador, deliberadamente, se envolve e

¹ Trabalho submetido ao GT 4 Folkcomunicação e Desenvolvimento Local do XVIII Folkcom: Folkcomunicação, Cidadania e Inclusão Social no contexto das Rurbanidades.

²Radialista da Rádio Frei Caneca FM, Professora do Curso de Comunicação da Faculdade Joaquim Nabuco, Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (UFRPE), Graduada em Comunicação Social/ Hab. Rádio e TV (UFPE). E-mail: nicelima.com@gmail.com

deixa-se envolver com o objeto da pesquisa, passando a fazer parte dele” (LAKATOS, 1988, p.170 *apud* CERVO e BERVIAN, 2002, p.28).

A cultura popular configura-se numa área de contradições e conflitos, lugar de contestação, de consenso e até de adoção de valores dominantes. O popular representa uma forma de atuar no massivo e “se reformula como uma posição múltipla, representativa de correntes culturais diversas que reivindicam uma comunicação massiva permanente”. (ESCOSTEGUY, 2001, p. 117). Esse entendimento é fundamental para as reflexões acerca da forma como se dá a comunicação entre o popular e o massivo através de manifestações artísticas da cultura popular. Para isso, cabe se utilizar das teorias da folkcomunicação, definida por Luiz Beltrão como um processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore (BELTRÃO, 1967). Fica clara a relação entre a comunicação e seus processos e o folclore compreendido por “formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas” (MELO, José Marques de, 2008, p.17).

O que determina se um bem é popular ou não é o uso que se faz desse bem e não sua essência. “O sentido e o valor populares vão sendo conquistados nas relações sociais. É o uso e não a origem, a posição e a capacidade de suscitar práticas ou representações populares, que confere essa identidade” (CANCLINI, 1983, p.135, *apud* LIMA, 2009). Por isso, nos estudos sobre o popular deve se incluir a noção sobre consumo, definido por Canclini (2006, p.60, *apud* LIMA, 2009) como “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Sobre isso, Martin Barbero considera:

Incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam e a de pensar o popular na cultura não como algo limitado ao que se relaciona com o seu passado, mas também e principalmente o popular ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano (MARTIN BARBERO, *apud* TAUKE SANTOS, 2008, p.4, *apud* LIMA, 2009)

O popular precisa ser pensado como relacionado ao moderno, ao mesclado e não como algo estático, hermético e puro. Mesmo as comunidades rurais, afastadas, não podem ser tidas como “puras”, intocadas, mas deve prevalecer o entendimento desses

grupos como híbridos, que estabelecem trocas culturais com outros indivíduos. Canclini (2003, p.XIX, *apud* LIMA, 2009) define a hibridização como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. É a partir das reconversões que esses novos objetos e práticas são gerados. Reconverter tem o significado de fazer de outra forma, refuncionalizar bens materiais ou simbólicos, tendo como finalidade a aceitação ou a busca de um sentido que satisfaça suas necessidades, necessidades estas que surgem como resultado de uma elaboração psicológica de desejos e como interiorização de determinações estruturais. (NASCIMENTO, 2005, p.35, *apud* LIMA, 2009).

A cultura popular não está constituída simplesmente por uma cultura de massa imposta que coincide com a ideologia dominante, nem simplesmente por culturas espontaneamente de oposição, mas, ao invés, é uma área de negociação entre as duas dentro das quais [...] estão misturados valores e elementos ideológicos e culturais dominantes, subordinados e de oposição, em diferentes permutações (BENNETT, *apud* ESCOSTEGUY, 2001).

Assim, são intensas e constantes as trocas que se estabelecem entre os meios populares e massivos, a exemplo do que ocorre, por exemplo com agentes do Espaço Cultural Bodega da Yá, que, sendo representantes da cultura popular, não estão afastados das práticas hegemônicas da mídia massiva, mas buscam estratégias para se relacionar nesse contexto, como por exemplo as reconversões empreendidas para desenvolver práticas de comunicação com emissoras da mídia massiva, ou possibilitar os contatos com produções cinematográficas do circuito massivo do audiovisual ou ainda o domínio de técnicas de produções radiofônicas.

O empoderamento dos sujeitos acerca dessas atividades favorece o desenvolvimento local a partir da comunicação, do domínio sobre as práticas comunicativas e das formas de se relacionar com o massivo. Tauk Santos define desenvolvimento local como um:

esforço de mobilização de grupos na comunidade, no município, a fim de promover, em parceria com o Estado e organizações não-governamentais, ações empreendedoras a partir do aproveitamento das energias endógenas voltadas para os contextos locais (TAUK SANTOS, 1998, p.30, *apud* LIMA, 2010).

Comunidades onde o acesso à informação é frequente tendem a apresentar menores níveis de pobreza, conforme atesta Jane (2004, p.179, *apud* LIMA, 2010): “vários estudos foram feitos [...] pesquisas essas que comprovam que quanto menor nível de informação de uma comunidade, menor é o seu nível de desenvolvimento”.

Pode-se considerar que a informação que se estabelece nos grupos tende não somente a propiciar a articulação para melhorias físicas, materiais numa comunidade, mas também estimular mudanças sociais e culturais, cooperação e o respeito às diferenças, além de estimular o espaço para a expressão de grupos historicamente reprimidos e excluídos.

A periferia de Goiana e o Espaço Cultural Bodega da Yá.

A Região de Desenvolvimento da Mata Norte compreende 19 municípios em Pernambuco³ e ocupa uma área total de 3.242,9 km². É marcante a grande carência nas condições de vida de sua população (377.275 habitantes) (FESTIVAL PERNAMBUCO NAÇÃO CULTURAL, 2010). Goiana, a 63km da capital Recife - pouco mais de 74 mil habitantes e IDH de 0,554 (MUNICÍPIOS SAUDÁVEIS, 2016) , nos últimos sete anos vem despontando como um dos novos polos de desenvolvimento econômico (instalação do polo farmacoquímico e de automóveis), mas, ao mesmo tempo em que existe uma injeção na economia do município, ações são necessárias no sentido de que avanços sociais também sejam sentidos.

Um dos caminhos para fomentar o desenvolvimento sustentável (aquele em que não somente indicadores econômicos são alcançados, mas também níveis sociais, culturais, ambientais, etc) é através da cultura. Uma das propostas das ações que são desenvolvidas no Espaço Cultural Bodega da Yá, nos últimos 15 anos, é justamente oferecer à Comunidade da Portelinha, periferia de Goiana, acesso a bens culturais.

Nessa comunidade, o Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra (casa do sagrado), além de ser uma importante representação das religiões e práticas dos povos tradicionais de terreiro (Candomblé, Umbanda e Jurema) na região da Mata Norte de Pernambuco - com mais

³ A Mata Norte é constituída pelas cidades de Aliança, Buenos Aires, Camutanga, Carpina, Chã de Alegria, Condado, Ferreiros, Glória do Goitá, Goiana, Itambé, Itaquitanga, Lagoa de Itaenga, Lagoa do Carro, Macaparana, Nazaré da Mata, Paudalho, Timbaúba, Tracunhaém e Vicência.

de trinta anos de atividade - agrega em seu território não só a forte bagagem destas religiões, mas também distintas expressões artísticas e culturais.

A Yalorixá (mãe de santo) e Mestre Coquista Zenilza Cavalcanti do Nascimento, popularmente conhecida como Dona Nininha, desde 1981, realiza sambadas de coco em homenagem a seu mestre espiritual Zé Filintra. Os eventos, realizados sazonalmente durante alguns toques de jurema no Ilê Axé Oyá Oníra sempre atraíram brincantes de coco e demais pessoas da comunidade em geral. Há cerca de 15 anos, Dona Nininha e seus parceiros e filhos passaram a realizar, na Portelinha, Sambadas do Coco da Yá, como é batizado seu grupo musical. No Espaço Cultural Bodega da Yá, nome com o qual o Terreiro também é conhecido, as sambadas são celebrações consolidadas no calendário cultural.

Dona Nininha batizou seu terreiro também de “Bodega” (grifo nosso) na intenção de identificá-lo não apenas como um lugar de valor sagrado para seus seguidores, mas também dando sentido de coletividade para todos os envolvidos com as atividades que lá acontecem, fazendo alusão à prática da barraca ou bodega, armada durante os sambas de coco, com venda de bebidas e comidas, o que gera recursos financeiros para cobrir os custos da festa, prática econômica peculiar entre várias brincadeiras de terreiro da Mata Norte, porém cada vez mais rara, pelas formas massificadas de subsistência de algumas manifestações culturais.

Grande parte da população dessa localidade da periferia de Goiana tem acesso a bens culturais graças a ações que são desenvolvidas no Espaço Cultural Bodega da Yá (Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra). A Portelinha é uma das regiões de menor índice de IDH de Goiana, sendo a grande maioria dos habitantes famílias de trabalhadores rurais, com alto índice de analfabetismo e desistência escolar, com alta vulnerabilidade destes à violência urbana e envolvimento com a criminalidade, além do trabalho infantil que é muito comum nesta localidade.

As ações culturais desenvolvidas no Espaço Cultural Bodega da Yá representam, para muitos jovens, a chance de se afastarem de situações de criminalidade e violência, exploração do trabalho infantil, já que na comunidade não há nenhum equipamento de cultura ou entretenimento como quadras esportivas, centros culturais, cinema, teatro, biblioteca, livraria, etc.

Devido ao sucesso das sambadas de coco do Espaço Cultural e à identificação da comunidade com as festas (apesar de toda carga de preconceito que ainda subsiste em

relação ao local, por se tratar de um terreiro de religiões de matriz africana) houve interesse de outros artistas e outros coletivos culturais de Goiana em fixar residência no Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra, estabelecendo parcerias, como foi o caso do Iapô Cineclub, que vem realizando sessões cineclubistas desde julho de 2011 no espaço, todos os últimos sábados de cada mês, precedendo as sambadas do Coco da Yá.

Sempre foi uma preocupação que o espaço pudesse oportunizar a expressão entre os frequentadores e entre as pessoas que participam das atividades do local. Isso acabou influenciando a criação de atividades relacionadas ao empoderamento e à comunicação em diferentes linguagens.

Experiências comunicacionais no Espaço Cultural Bodega da Yá

A experiência mais recente e mais voltada à comunicação no Espaço Cultural Bodega da Yá foi o Projeto Comunicando Negritude, mas já há alguns anos são desenvolvidas sessões de cinema e vem se estabelecendo contatos com a mídia, via assessoria de imprensa, para expandir o conhecimento das pessoas acerca do Espaço Cultural Bodega da Yá.

Projeto Comunicando Negritude – Oficina de Rádio

Realizado entre 2015 e 2016, com financiamento do Fundo Estadual de Cultura do Estado de Pernambuco – Funcultura, a proposta do projeto foi ampliar a penetração de atividades culturais no Espaço e, para isso, foram concebidas 3 ações: a) manutenção das já tradicionais sambadas de Coco; 2) oficina de ritmos afros; e 3) oficina de rádio comunitária. No que se refere de maneira mais direta à comunicação popular, destacamos os caminhos percorridos durante a realização da Oficina de Rádio Comunitária desenvolvida dentro do Projeto Comunicando Negritude.

Uma das finalidades da oficina era fomentar o desejo de criar e manter uma emissora de rádio comunitária no local. Para isso, a princípio, foi pensado um processo de formação para que, adiante, a própria comunidade pudesse implantar e gerir a emissora.

As rádios comunitárias apresentam-se como espaços para o posicionamento crítico de diversos estratos sociais frente às questões de uma comunidade, de um estado,

de um país e proporcionam o exercício da cidadania. Lílían Bahia (2008, p.28) considera a rádio comunitária de fundamental importância na reconfiguração da esfera pública, por possibilitar a abertura de “expressão e participação de setores marginalizados das novas tecnologias de comunicação e informação”. Nesse sentido também o veículo comunitário “representa um esforço de reconfiguração identitária que se confronta com a imagem negativa do [...] bairro periférico veiculada na grande mídia.” (SOUZA, 2007, p. 178). Numa comunidade como a Portelinha, na periferia de Goiana, caracterizada pela representatividade cultural de festas de terreiros de matriz africana e vilipendiada por demais bairros da cidade, a emissora comunitária aparece com potencial justamente para difundir as práticas culturais da comunidade e fortalecer a identidade de povos periféricos e com riquezas culturais próprias.

A prática radiofônica por membros da própria comunidade estimula a organização e a participação política deles, numa relação com o exercício da cidadania, uma vez que os meios de comunicação comunitários conforme atesta Peruzzo (2002) citada por Bahia (2008, p.95): “contribuem [...] duplamente para a construção da cidadania. Oferecem um potencial educativo enquanto processo e também pelo conteúdo das mensagens que transmitem.”

Outra contribuição de destaque dos veículos comunitários de comunicação é justamente o contraponto que oferecem em relação à mídia tradicional, em sua maioria, no Brasil, controlada por poucas famílias brancas, do eixo Rio-São Paulo, que ditam formas, gostos, costumes, esses que em nada se referem ao de demais grupos sociais.

Por se tratar o Terreiro Ilê Axé Oyá Oníra - onde está situado o Espaço Cultural Bodega da Yá - de um local dedicado à valorização da cultura de matriz africana, a intenção de um projeto de comunicação dentro da comunidade da Portelinha partiu do entendimento de que esse veículo de comunicação deveria contar com conteúdos voltados a essa temática, mais que, prioritariamente, tivesse o envolvimento das pessoas da comunidade na gestão e posterior manutenção da emissora, e que atraísse o interesse de jovens da cidade de Goiana, em participar de formações sobre comunicação comunitária e valorização da identidade local.

O Espaço Cultural Bodega da Yá já dispunha de equipamentos que poderiam servir para práticas de comunicação livre, mas, pela primeira vez, realizava uma formação para possivelmente colocar uma emissora no ar. Através de edital de fomento à cultura do Governo de Pernambuco, foi possível a aprovação e provimentos

financeiros para a realização das oficinas de rádio comunitária e para isso foi contratada uma radialista, professora em curso de comunicação no nível superior e um técnico em rádio para facilitar a transmissão de conteúdos. A oficina teve duração do fim de novembro de 2015 ao início de março de 2016 e um cronograma de aulas (uma vez por semana, aos sábados pela manhã) foi pensado contemplando desde questões mais teóricas sobre a história do rádio, movimento de rádios livres, redação e produção em rádio, quanto questões de ordem prática como a produção e edição *in loco* dos materiais pensados para serem produtos finais da oficina.

Uma constante preocupação durante as aulas era a de deixar muito clara a proposta da oficina de rádio e do Projeto Comunicando Negritude. Acima de tudo era importante que os alunos percebessem que a intenção no curso não era o de reproduzir conteúdos e formas de fazer da grande mídia, mais problematizá-los, fazer leituras críticas para que as nossas produções fossem aquelas mais voltadas aos contextos populares, que reforçassem a identidade da população da Portelinha, Goiana, Mata Norte de Pernambuco, e tivessem propostas originais contra hegemônicas servindo como peças-piloto para a programação de uma possível rádio na comunidade.

Após o término das aulas, foi realizado o evento no Espaço Cultural, na Portelinha, para a Mostra de Resultados do Projeto Comunicando Negritude com a já tradicional Sambada de Coco da Yá e outros grupos musicais convidados; sessão de curta metragens do Cineclube Iapô, de Goiana, e apresentação musical das crianças que se envolveram nas atividades da Oficina de Ritmos Afros do projeto. Entre uma atração e outra, os conteúdos produzidos na Oficina de Rádio Comunitária foram exibidos na festa que contou com a presença de muitos moradores da periferia de Goiana.

Atividade Cineclubista

Entre as linguagens artísticas que possibilitam o questionamento de realidades está a prática audiovisual. O público tem condições de refletir sobre as histórias que são mostradas nos filmes e comparar as situações com o mundo em que está inserido. Partindo desse entendimento, desde 2011 o Iapô Cineclube, formado por produtores culturais da cidade de Goiana, utilizam o Espaço Cultural Bodega da Yá para sessões de cinema e, nos projetos contemplados por leis de incentivo cultural, buscam articular

suas ações com as ações desenvolvidas no Espaço Cultural, desenvolvendo atividades cineclubistas para crianças e jovens da comunidade da Portelinha.

Dados da Federação Pernambucana de Cineclubes apontam a existência de 84 cineclubes distribuídos em 34 municípios do estado. Mais especificamente na Zona da Mata Norte, das 19 cidades que constituem a região, 11 possuem cineclubes, mas isso ainda representa uma incipiente produção e consumo audiovisual (FEPEC, 2013).

De todas as artes, o cinema é uma das que mais apresentam dificuldades de penetração entre as populações de baixa renda no Nordeste. Na Mata Norte de Pernambuco, essa realidade não é diferente.

Quando se descobre o potencial de um determinado grupo no fazer criativo, descobre-se também uma série de transformações capazes de reconfigurar toda uma comunidade, gerando empoderamento, autoestima e desenvolvimento em várias dimensões: cultural, social, econômica, o que relaciona a cultura ao desenvolvimento local. Nesse sentido, quando a iniciativa pública - através de órgãos do governo, por exemplo - se soma às iniciativas dos “pequenos” articuladores locais, produtores culturais, seja possibilitando formação, ou através de iniciativas mais perenes, como políticas públicas, as possibilidades de empreender projetos mais consolidados se fortalecem. Essa articulação entre o poder público e os atores sociais aponta para o desenvolvimento sustentável, conforme indica Bordenave (2008, p.1) citado por Tomás José Jane (2004, p.179 *apud* LIMA, 2010) uma articulação dos “esforços nas esferas do crescimento econômico, a equidade social, o uso racional dos recursos naturais e a governabilidade, com o objetivo de melhorar as condições de vida da população.”

A escolha pelos conteúdos audiovisuais disponibilizados para as mostras de cinema sempre partia do pressuposto de possibilitar o debate posterior à exibição sobre assuntos relacionados ao universo da população em questão; assim, temas como periferia, cultura afro, racismo, machismo, juventude sempre estão na pauta do Iapô Cineclubes. A partir do contato com as produções audiovisuais as crianças e jovens começaram a ter condições de refletir sobre a realidade em que estão inseridos, comparar realidades, se apropriar para reunir condições para a mudança.

Assessoria de imprensa do Espaço Cultural Bodega da Yá

À medida que a internet vai sendo desbravada com a participação cada vez mais significativa de grupos de contextos populares nas redes sociais, se oferece a oportunidade desses grupos historicamente aliçados socialmente se inserirem numa nova forma de sociabilidade contemporânea, em que eles mesmos postam seus conteúdos, filmam suas comunidades, discorrem sobre as questões que têm pertinência para suas localidades com menor dependência em relação aos grandes veículos de comunicação.

Ainda assim, com uma maior independência para a construção de seus próprios canais de comunicação (blogs, páginas ou perfis em redes sociais aplicativos de mensagens instantâneas), ainda é uma constante a necessidade de um trabalho específico de assessoria de imprensa para as atividades desenvolvidas no Espaço Cultural Bodega da Yá. O trabalho da assessoria de imprensa tem como um de seus objetivos facilitar o acesso dos grupos externos às realizações de uma empresa ou instituição, por meio de uma linguagem simples e mediada pelos meios de comunicação.

De maneira geral, o Espaço Cultural Bodega da Yá trabalha com assessoria de imprensa em atividades específicas, quando da realização de algum projeto financiado por editais, por exemplo, pois, nessas ocasiões, dispõe de condições de remunerar os profissionais que se dedicam a redigir releases, marcar entrevistas, conseguir espaços nos sites de notícias, jornais e revistas impressos e alimentar as redes sociais do centro de cultura. Por duas ocasiões a Bodega da Yá trabalhou com a assistência de assessoria de imprensa: em 2014, quando teve projeto cultural aprovado no Funcultura – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura de Pernambuco, do Governo do Estado, para manutenção das atividades desenvolvidas pelo espaço (aulas de ritmos, cineclube, sambadas de coco, mostra de fotografia); e em 2016, quando este mesmo fundo incentivou o Projeto Comunicando Negritude, que trabalhou com oficina de ritmos, oficina de rádio comunitária e mostras de cinema com temática afro.

Os veículos comunitários e locais são aqueles em que a abertura para as pautas do Espaço Cultural Bodega da Yá é maior, muitos espaços são obtidos para divulgar as ações da Bodega em emissoras da Mata Norte do estado, a exemplo da Rádio Nova de Goiana; Rádio Comunitária Alternativa FM, de Nazaré da Mata; Jornal Voz do Planalto, de Carpina; sites da região e até tv locais. Na capital, Recife, também existe um certo espaço na mídia, mas esse ainda é mais fácil de ocorrer em emissoras de rádio como Rádio Folha, Rádio Universitária de Recife, a extinta JC News e blogs de cultura.

Ainda percebe-se um certo distanciamento dos grandes veículos mais conhecidos do estado em relação às pautas sugeridas pela assessoria do Espaço Cultural Bodega da Yá; muitas redações da capital alegam que o foco de suas coberturas ‘precisa’ ser a capital, Recife, e assim as iniciativas culturais que promovem inclusão e desenvolvimento local acabam preteridas na cobertura da mídia da capital, que preferem noticiar o que a maioria dos grandes veículos divulgam (mesmo que fique repetitivo): shows de estrelas do *mainstream*, eventos com grandes aportes financeiros, ou aqueles projetos que são ‘bem vistos’ pelos colonistas sociais dos principais jornais do estado, muitas vezes amigos dos produtores de tais eventos.

Diante disso, percebe-se que trabalhar com assessoria de imprensa para contextos populares ainda é um desafio, não só pelo já descrito acima, mas também pela falta de penetração dos produtores do interior e fazedores de cultura dos contextos populares nos espaços onde circulam os formadores de opinião, pessoas de classe média, veículos que se preocupam em gerar audiência, mas do que realizar um jornalismo cultural propositivo e crítico.

Ainda assim, com todas as dificuldades, ainda é de interesse do Espaço Cultural a busca pelo pertencimento, pelo relacionamento com o massivo e pelo reconhecimento de suas ações por pessoas de outros contextos, pois também conta muito para a permanência de apoiadores financeiros a repercussão, a visibilidade que essas ações incentivadas alcançam.

Espaço Cultural Bodega da Yá: desenvolvimento local, expressão e comunicação e caminhos a percorrer

Nesta seção apontamos alguns resultados obtidos no que se refere ao trabalho realizado pelo Espaço Cultural Bodega da Yá e a relação com o desenvolvimento local e a comunicação.

Espaço Cultural Bodega da Yá e o Desenvolvimento local

Na Comunidade da Portelinha e na cidade de Goiana, o desenvolvimento de atividades culturais num espaço como a Bodega da Yá favoreceu o reconhecimento de toda uma comunidade. O trabalho cultural desenvolvido na Bodega da Yá chega a ser

conhecido até fora da cidade, embora ainda se constate preconceito em relação às atividades religiosas que lá são desenvolvidas.

Com certeza o Espaço Cultural [é mais conhecido do que o Terreiro]. Dá muito mais gente. E eu sou kêtú, e kêtú aqui em Goiana é uma coisa muito complicada, que aqui só dá mais umbanda. Agora o Espaço Cultural é bem mais procurado, bem mais visitado, até por turistas. Mas ainda tem preconceito. É de todos os lados, viu? Sou muito perseguida. Não só eu, mas também muitos babás e yalorixás. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Na comunidade, o trabalho com crianças, na oficina de ritmos, cativa não só os membros que participam mais diretamente das atividades, mas também os pais das crianças que percebem nas atividades uma ferramenta para a inclusão de crianças e uma forma de afastá-las de situações de risco.

Conheço vários que eram danadinhos, sapeca todo, desobediente, sem querer ir para escola e, graças a Deus, através das conversas, nossas brincadeiras, ensinamentos, ocupando o espaço livre dessa criança aqui dentro do espaço cultural, então essa criança mudou. A própria mãe conversou comigo ‘Mãe Nininha, mas olhe, meu filho tá outra pessoa. Mulher, não acabe essa brincadeira aí não, quando tiver, chame o meu filho’. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Apesar das dificuldades que persistem em relação ao respeito às atividades religiosas, o Espaço Cultural tem reconhecimento na Portelinha, inclusive para a realização de atividades de agentes externos, mas que podem gerar benefícios para a localidade.

Esse espaço não é só para o coco, eu emprestei esse espaço para ser um dia de saúde, teve aqui ginecologia, vacina, parceria com o povo. Então esse espaço não só serve para brincar o coco, serve para reuniões, para encontros, é uma parceria. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Relação com o massivo, reconversões

Com o objetivo de divulgar as ações do Espaço Cultural na cidade em que está inserido e obter reconhecimento na comunidade, os membros que fazem parte do centro de cultura buscam fazer algumas significações para se relacionarem com o massivo.

Sem dúvida, um dos caminhos que possibilitou e facilitou a realização de ações culturais na Bodega da Yá foram aprovações de projetos em editais de cultura, o que propiciava condições financeiras de o espaço contratar profissionais e desenvolver atividades junto às crianças e jovens da Portelinha, na periferia de Goiana. Para isso, foi necessário se apropriar de conhecimentos técnicos e estabelecer parcerias com a iniciativa pública para conseguir os apoios para a manutenção de projetos.

A partir da divulgação, repercussão conseguida com a aprovação de projetos em leis de incentivo cultural, outros espaços no massivo foram conquistados, tornaram-se mais frequentes também a participação da Mestra Coquista Dona Nininha em apresentações com seu grupo Coco da Yá, apresentações que antes ficavam restritas aos territórios de contextos populares e periféricos.

Com certeza melhorou muito. Fui chamada muitas vezes para vários lugares, graças a Deus, melhorou. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Mas há de se considerar que há também embates e tensões, pois nem sempre os próprios gestores da própria cidade reconhecem o trabalho e favorecem o relacionamento e a expressão da artista coquista, por exemplo:

Falando dos gestores: alguns reconhecem, outros não. É mais fácil em cidades vizinhas, com gestores vizinhos, do que com os nossos. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Comunicação e expressão

A assistência de uma assessoria de imprensa não é constante no Espaço Cultural Bodega da Yá, se dá apenas em projetos específicos que dispõem de apoios financeiros. De forma mais frequente, são os próprios produtores culturais ou Dona Nininha que acabam realizando as atividades de divulgação junto aos meios tradicionais de comunicação e/ou redes sociais. No que se refere ao relacionamento com a mídia para divulgar as atividades do Espaço Cultural Bodega da Yá e do trabalho da Mestra Coquista Dona Nininha, as inserções ainda ficam mais restritas aos canais de divulgação da própria cidade ou cidades próximas. O reconhecimento da comunidade também presta um bom auxílio nessa divulgação.



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

A comunidade também me ajuda, fica perguntando: ‘Dona Nininha, vai ter coco? Vai, meu filho’. E aquele que me perguntou já vai dizendo para o outro. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

A inserção em meios massivos de comunicação é sempre uma busca, mesmo que não seja frequente, alguns espaços já foram conquistados:

A Bodega da Yá e o Coco já saíram em revista de Nazaré da Mata, Tv Cultura já teve na minha casa. E outra TV que eu não me lembro bem o nome. Eu me sinto descontraída, à vontade nas entrevistas. Não tenho medo e nem vergonha, dá um frio na barriga quando aquelas câmeras começam em cima da gente, mas depois se acostuma. Adoro! (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Como novos espaços para a divulgação das ações aparecerem as redes sociais que vêm sendo utilizadas não só como meio para mostrar ao grande público o que é feito no Espaço Cultural, mas também para pautar veículos de comunicação e até para a realização de entrevistas. A Bodega da Yá tem página na rede social Facebook, administrada por produtor cultural que coordena os projetos do espaço cultural e Dona Nininha, além de perfil no Facebook também utiliza o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp.

Agora com essa tecnologia ficou tudo mais fácil. O zap [WhatsApp] mesmo é um dos meios que eu mais uso. O Facebook, o boca a boca. E esses meios por aí, rádio, meus amigos sempre divulgam o meu trabalho. (Mãe Nininha, depoimento à autora, 2017).

Conclusões

O popular representa correntes culturais variadas que reivindicam uma inter-comunicação massiva permanente. Para Canclini, “o popular não aparece, como o oposto ao massivo, mas como um modo de atuar nele.” (CANCLINI, *apud* ESCOSTEGUY, 2001).

Nas experiências comunicativas do Espaço Cultural Bodega da Yá, o que se verifica é que os agentes locais, de contextos populares, têm potencial para assumir um papel ativo tanto na recepção, como na produção de informações, se relacionando com as formas massivas de fazer comunicação, mas destacando sua identidade, o que favorece a autoestima e a tomada de decisões, que tanto colaboram para o desenvolvimento sustentável.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

As reconversões são feitas de maneira consciente ou inconsciente visando o pertencimento desses contextos na cultura massiva, algo que muitas vezes não se dá facilmente, mas é uma busca constante e que favorece o desenvolvimento de atividades de manutenção do Espaço Cultural Bodega da Yá.

Referências

BAHIA, Lílían Mourão. **Rádios comunitárias: mobilização social e cidadania na reconfiguração da esfera pública.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias.** Brasília: UNB, 1967.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro. **Metodologia Científica.** 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana.** Autêntica, Belo Horizonte, 2001, p. 117.

FEDERAÇÃO PERNAMBUCANA DE CINECLUBES. Disponível em: <<http://fepec.blogspot.com.br/>> Acesso em: 5 abr 2013.

FESTIVAL PERNAMBUCO NAÇÃO CULTURAL (2010: Recife, PE). **Educação patrimonial para a Mata Norte** / Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco. – 2. ed. – Recife: FUNDARPE, 2010. 103 p.:il.

LIMA, Ivanice. **De Saúba a Miro: duas gerações de artistas do mamulengo de carpina-pe.** XIV Congresso Brasileiro de Folclore. Vitória-ES, 2009.

_____, Ivanice Oliveira de. **Rádio Comunitária, Gênero e Capital Social: a experiência da Alternativa FM, emissora da Associação de Mulheres de Nazaré da Mata – Amunam.** Ivanice Oliveira de Lima – 2010. 134 p.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação.** São Paulo: Paulus, 2008. p.17.

MUNICÍPIOS SAUDÁVEIS. Goiana. Disponível em:<<http://www.municipiossaudaveis.pe.gov.br/>>. Acesso em: 31 mai.2016

SOUZA, Luciano Simões de. A educação pela comunicação como estratégia de inclusão social: o caso da Escola Interativa. IN: GONÇALVES, Luiz Alberto Oliveira; PINTO, Regina Pahim. (orgs). **Educação.** São Paulo: Contexto, 2007.