



Manifestações folkcomunicacionais como propulsoras de empoderamento social no Ponto de Cultura Estrela de Ouro, em Aliança-PE¹

Júnia Martins²

Resumo

Situado no município de Aliança, na zona rural pernambucana, o Estrela de Ouro foi o primeiro grupo contemplado como Ponto de Cultura no Nordeste (Programa Cultura Viva-MinC). Ainda que o Cultura Viva tenha descontinuado ações relativas aos Pontos de Cultura na gestão Dilma Rousseff, o PC Estrela de Ouro mantém suas atividades socioculturais, fomentando o espaço rural como zona efervescente em cultura popular. O presente artigo é a apresentação duma pesquisa dissertativa mais aprofundada, a qual propõe identificar, delinear e descrever manifestações de folkcomunicação do Estrela de Ouro, delineando circunstâncias possíveis de empoderamento social propulsionado a partir das manifestações pesquisadas. Teoricamente, o estudo de caso tem como base o tripé: 1. folkcomunicação; 2. empoderamento social; e 3. Pontos de Cultura; utilizando o método etnográfico.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Ponto de Cultura; Empoderamento Social; Programa Cultura Viva.

Introdução

Espaços da mídia têm sido, por vezes, preenchidos por conteúdos relacionados a tradições populares. Tal circunstância pode representar o estímulo à preservação de identidades ou mesmo a ressignificação de modos de agir, sentir e pensar de determinadas comunidades ou nações. Nesta assertiva, o folclore³ mediatizado incorpora valores externos,

¹ Artigo apresentado ao GT4: Folkcomunicação e Desenvolvimento.

² Aluna do Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas (PPGC-UFPB). Membro da Rede Folkcom e da Intercom. Pesquisadora do Grupecj (UFPB).

³ O folclore, segundo Luís da Câmara Cascudo (1986, p.15), é a “ciência da psicologia coletiva, cultura do geral no Homem, da tradição e do milênio na Atualidade, do heróico no quotidiano, é uma verdadeira História Normal do Povo” (In: **Contos Tradicionais do Brasil**. Belo Horizonte/ São Paulo: Itatiaia/ Edusp). Na definição da Carta do Folclore Brasileiro, elaborada no VIII Congresso Brasileiro de Folclore, em Salvador (1995), o folclore é compreendido como “o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições

ao passo que também difunde elementos simbólicos da cultura popular presentes no cotidiano de grupos específicos quase sempre alheios étnico, social e/ ou geograficamente.

A veiculação de manifestações da cultura popular pela mídia, contudo, ainda é tímida e, por vezes, de natureza estereotipada. Por outro lado, recentemente, no Brasil, políticas públicas federais desenvolveram programas de capacitação, formação de público e instrumentalização de grupos ou indivíduos mantenedores de práticas culturais populares e/ou folclóricas; com incentivo à difusão da produção cultural e artística, à autogestão, ao protagonismo social e à exaltação das singularidades identitárias. Um destes programas é o Cultura Viva (TURINO, 2010), criado em 2004, no governo Lula, tendo Gilberto Gil como Ministro da Cultura e abarcando os Pontos de Cultura (PC) como ação prioritária.

Pontos de Cultura são instituições reconhecidas jurídica e socialmente, que recebem apoio financeiro e técnico do Estado para desenvolverem atividades de impacto sociocultural em suas comunidades, fortalecendo e/ou ampliando ações preexistentes. A instituição submete seu projeto a edital público e, se contemplada, é conveniada ao Ministério da Cultura (MinC), recebendo o valor de R\$ 180 mil para ser investido, conforme projeto apresentado, num período de 3 anos. Do valor total recebido pela instituição, R\$ 50 mil é para aquisição de equipamentos audiovisuais. A gestão é compartilhada entre o Estado, a instituição e a comunidade. Enquanto o Estado atua como financiador e auxiliador técnico, o Ponto de Cultura decide quais atividades, públicos e colaboradores serão contemplados com o valor investido.

Todo PC, em sua práxis, convive com elementos ligados à comunicação social – produção audiovisual como finalidade ou como meio de registro e difusão das suas ações; provimento de atividades sócio-culturais para a comunidade em que atua, num intercâmbio contínuo de formação de sentidos; apropriação dos instrumentos de comunicação e suas técnicas, por parte de classes marginalizadas, para construção do seu próprio *medium*. Nestes campos de mediações, pode ser observado que a cultura popular se fundamenta como elemento norteador das ações comunicativas, o que fomenta o estudo do objeto aqui proposto – as manifestações folkcomunicacionais no Ponto de Cultura Estrela de Ouro.

Este artigo é, contudo, uma preliminar apresentação da pesquisa que dá corpo à dissertação, com tema homônimo, desenvolvida pela autora no Mestrado de Comunicação e Culturas Midiáticas da UFPB, na linha Mídia e Cotidiano; sob a orientação do professor Dr. Osvaldo Trigueiro.

1. Sobre o Ponto de Cultura Estrela de Ouro

O Estrela de Ouro, contemplado como Ponto de Cultura em 2004, é um dos primeiros PCs do Brasil e o primeiro do Nordeste; está situado na Zona da Mata pernambucana, com sede no Sítio Chã de Camará, em Aliança-PE. Tem como carro-chefe o Maracatu Rural Estrela de Ouro, fundado pelo Mestre Batista, em 1966, inspirado no Maracatu Nação Cambinda-Nova, idealizado por seu avô (SILVA, 2008).

Após tornar-se Ponto de Cultura, em 2004, outras manifestações da cultura popular puderam ser subsidiadas: Cavalo-Marinho, Coco Popular de Aliança, Ciranda Rosas de Ouro, Boi de Camará, além da criação da Biblioteca Mestre Batista e do Festival Canavial. Neste Festival, artistas e bandas de diversos gêneros e Estados fazem apresentações itinerantes na Zona da Mata, contribuindo para a troca de experiências entre distintas comunidades socioculturais. Jorge Mautner e a Velha Guarda da Mangueira são alguns dos que já se apresentaram junto a maracatus, cirandas e cavalos-marinheiros locais.

Para melhor desenvolver as atividades, o Estrela de Ouro estabeleceu parceria com a Associação Reviva, de Recife. A partir de então, outros parceiros chegaram – o Conselho Estadual dos Bibliotecários, a Prefeitura de Aliança e o Governo do Estado de Pernambuco. O Sítio Chã de Camará passou a ser Ponto de Mídia Livre (prêmio concedido a instituições que apoiam ou desenvolvem iniciativas de mídias livres); além de ser reconhecido pela Biblioteca Nacional e pelo Ministério da Educação como Ponto de Leitura, recebendo um kit com 2.000 livros, um computador, estantes e *pufs*. A aprovação no edital Agente Cultura Viva permitiu que 25 jovens da região ganhassem uma bolsa do governo federal e participassem de oficinas de leitura, teatro, reforço escolar. Com o edital Ação Griô, mestres da tradição oral, caboclos e percussionistas do PC foram remunerados para ministrar oficinas nas escolas da Rede Municipal de Aliança, transmitindo seus saberes aos mais jovens.

Ainda com recursos do Programa Cultura Viva, o PC Estrela de Ouro adquiriu novos figurinos e instrumentos musicais, comprou equipamentos audiovisuais e montou o Estúdio Multimídia Mestre Zé Duda. Ali, cocos, maracatus e caboclinhos gravaram seus primeiros discos; documentários também foram realizados a partir do olhar dos próprios protagonistas – os artistas locais. Os Prêmios ASAS, Estórias de Ponto, Culturas Populares, Pontos de Valor, Pontinho de Cultura, Ponto de Memória e Patrimônio Vivo da Cultura Popular de Pernambuco somam outras grandes conquistas refletoras da efervescência e importância

culturais daquele lugar. Entre eles, se destaca, todavia, a condecoração com a Ordem do Mérito Cultural, a comenda mais importante da cultura brasileira, recebida em 2009.

O investimento nas manifestações da cultura popular do Estrela de Ouro vem ao encontro da afirmação identitária da comunidade, do resgate das tradições locais, do aumento da autoestima e beneficiamento da qualidade de vida. Segundo o coordenador geral do PC Estrela de Ouro, Lourenço Batista, além da capacitação de crianças, jovens e adultos; a comunidade se fortaleceu, propiciando ainda a contenção do êxodo rural. Tais fatores, acompanhados pela autogestão e potencialização dos atributos socioculturais dos moradores e demais sujeitos abrangidos pelo projeto, podem ser vislumbrados como empoderamento⁴ social, no sentido de que reforçam positivamente a dignidade, a imagem social individual e coletiva, a prática cidadã e o desenvolvimento local.

Neste contexto, pretende-se detectar e analisar não somente as manifestações culturais apresentadas pelo PC Estrela de Ouro, como também as estratégias folkcomunicacionais que lhes são inerentes, que tenham possivelmente canalizado empoderamento social.

2. Fundamentação teórica

Teoricamente, o presente estudo tem como base o tripé: 1. folkcomunicação; 2. empoderamento social; e 3. políticas públicas culturais (neste caso, o modelo dos Pontos de Cultura).

Para tratar da primeira questão, é preciso nortear conceitos básicos vinculados à teoria da Folkcomunicação, desde sua gênese até os conteúdos atualizados por autores contemporâneos. Também é necessário situar o papel do ativista midiático, julgando suas

⁴ O termo empoderamento é traduzido pelos hispano-americanos como *empoderamiento*; entendido como resgate do poder político pela sociedade. É bastante conhecido em sua versão inglesa, *empowerment*, que significa empoderar, dar poder a alguém (sujeito passivo) para realizar algo. Contudo, no conceito de Paulo Freire, é desconsiderado o empoderamento nesse sentido, ele acredita que o poder, enquanto potência, é intrínseco a todo ser humano (sujeito ativo) e não transferido. Para Freire, o empoderamento é o despertar deste poder em forma de reflexão, tomada de consciência e ação prática; uma aprendizagem transformadora, no abandono à postura meramente reativa ou receptiva. “Estes, que oprimem, exploram e violentam, em razão de seu poder, não podem ter, neste poder, a força de libertação dos oprimidos nem de si mesmos. Só o poder que nasce da debilidade dos oprimidos será suficientemente forte para libertar a ambos. Por isso é que o poder dos opressores, quando se pretende amenizar ante a debilidade dos oprimidos, não apenas quase sempre se expressa em falsa generosidade, como jamais a ultrapassa”. (In: FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, p.17) – grifo da autora.

estratégias e importância nas relações estabelecidas entre o PC Estrela de Ouro, a mídia e a comunidade.

No segundo ponto, buscar-se-á embasamento teórico na sociologia, como tentativa de subsidiar critérios que reflitam empoderamento social. Numa visão preliminar, acredita-se que estes critérios permeiem o desenvolvimento local da comunidade, o fortalecimento da identidade individual e coletiva, da memória e da autoestima propiciados, direta ou indiretamente, pelas manifestações de cultura popular inscritas no PC Estrela de Ouro.

Já em relação às políticas públicas, a intenção é fazer um estudo criterioso quanto ao papel do Estado no fomento às mesmas, perpassando pela ausência e/ou instabilidade deste tipo de política no Brasil. A descrição do modelo dos Pontos de Cultura e identificação dos seus prováveis conflitos também encontram lugar neste íterim.

O entrelaçar teórico destes três pontos aliado à experiência prática da pesquisadora – por meio da convivência no Sítio Chã de Camará – são os sedimentos para as reflexões basilares da pesquisa.

2.1 A comunidade como espaço folkcomunicação e de ativismo midiático

O cotidiano na sociedade contemporânea é multifacetado, fluído em informações, pluralizado em possibilidades de relações socioculturais reforçadas especialmente pelo processo da globalização. Este ambiente imperado por tecnologias, símbolos, discursos e identidades cada vez mais híbridas (HALL, 2005), é absorvido pela mídia em seus diversos conteúdos e formatos, constituindo, desta maneira, um quadro rico para pesquisas em comunicação e cultura.

Muito antes do advento e expansão da internet, desse quadro de ‘aldeia global’, o brasileiro Luiz Beltrão notou peculiaridades nas relações grupais e dispersas, dialógicas no cotidiano do homem comum, periférico à grande mídia. Notou a formação de grupos por propósitos afins e o seu aperfeiçoamento no processo de comunicação com vistas a interesses imediatos:

Os grupos constitutivos da sociedade ora estão organizados com uma missão específica a cumprir e interesses definidos a salvaguardar (...); ora são informais, ligados apenas espiritualmente por certas idéias filosóficas, interesses gerais e experiências comuns à espécie humana. (...) Há, entretanto, na sociedade contemporânea, não obstante características próprias e os conflitos de interesses imediatos de cada grupo, uma unidade mental, decorrente da própria natureza humana dos seus componentes e de um universal consenso. Os grupos acham-se,

assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum: adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só se conseguem mediante a comunicação. (BELTRÃO, 2001, p.53).

Beltrão percebeu também que o dia-a-dia destes grupos era repleto de informações – elaboradas, reelaboradas, codificadas e transmitidas por linguagens e canais próprios: é desta observação que nasce o termo folkcomunicação, em 1967, quando Beltrão antecipa, por exemplo, a importância de situações que mais tarde viriam a ser conceituadas como mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009). Luiz Beltrão (2001, p.79) então define a folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”; valorando situações comunicacionais periféricas – do ex-voto à conversa informal em torno da mesa do bar, da literatura de cordel a outras tantas manifestações de cultura popular tangentes à comunicação.

Após a construção do conceito beltraniano de folkcomunicação, estudiosos aprofundaram seu significado e taxionomia (MARQUES DE MELO, 2008, 2010; MARQUES DE MELO, TRIGUEIRO, 2008) e também cunharam novos horizontes nessa área de estudo, como o destrinchar do termo *folkmidia* (BENJAMIN, 2000); a atualização de aspectos teóricos e metodológicos em ambiente globalizado (SCHMIDT, 2006; MACIEL et. al., 2011); o comportamento do ativista midiático no campo folkcomunicacional (TRIGUEIRO, 2008). Este último, o ativista midiático, se destaca como “armazenador de estoque do capital social e cultural, ambos articulados ou desarticulados conforme as relações e obrigações com outros grupos e sociedades” (TRIGUEIRO, 2008, p.25). Tem função semelhante à exercida pelo intelectual preconizado por Gramsci (1982), representante orgânico, influente e mediador do conteúdo de determinado grupo social; porém com desempenho reatualizado no contexto da midiatização.

Acredita-se que, no Ponto de Cultura Estrela de Ouro, o papel do(s) ativista(s) midiático(s) tem sido fundamental para a transformação de um espaço rural pacato em um lugar fervilhante em fazeres da cultura popular; este é um dos olhares aqui investigados. O ativista midiático é responsável pela negociação de sentidos que envolve tanto a apropriação do popular pelas mídias, quanto a apropriação de elementos da grande mídia pelo popular, contudo, ele não precisa ser dotado, necessariamente, de alto grau econômico ou de escolaridade. Na presente pesquisa, parte-se da afirmativa gramsciana de que todo homem é intelectual, embora nem todos atuem funcionalmente como intelectuais na sociedade. A partir

deste pressuposto, entende-se que o sujeito componente de classe marginalizada é capaz de produzir, absorver, converter informações e criar mecanismos particulares para canalização destas. Assim sendo, mesmo pequenos grupos estabelecem sua impressão e relevância na tessitura do cotidiano, dando a este uma eficácia simbólica.

A criação dos próprios canais ou meios de comunicação, em busca de uma participação na construção da cidadania, tem sido uma ação cada vez mais recorrente nos dias de hoje. Ainda que diante de conflitos, que vão desde a ordem social à jurídica, “entidades e grupos dos movimentos populares passaram a ocupar espaços nos grandes veículos, para transmitir suas mensagens e os programas por eles produzidos, e mesmo a deter a posse de canais de comunicação como jornais e rádios de alcance local ou até regional.” (PERUZZO, 1998, p.129). Neste sentido, a folkcomunicação adita valor comunicativo não somente a conteúdos veiculados em meios tradicionais, mas também àqueles aparentemente banais – como as grafitegens nos muros, a linguagem popular, os grafitos em banheiros públicos, os objetos e cartas destinados aos santos em agradecimento ou pedido de graças etc.. Soma-se a estes, formas folclóricas como mitos, ritos, danças, costumes e tradições que alimentam, dia-a-dia, o mosaico cultural de indivíduos e grupos, assim como dos *mass media*, tecendo um enlace entre a mídia e o folclore. (MARQUES DE MELO, 2010).

Trazendo à luz o grupo abordado, o PC Estrela de Ouro, grifa-se que o mesmo é constituído, em sua maioria, por pessoas de camadas socialmente desfavorecidas. Percebe-se que a cultura popular ali se inscreve como núcleo gravitacional, em torno do qual convergem os afazeres, as histórias dos antepassados e, por vezes, a renda de indivíduos de diferentes idades, religiões e etnias; circunstância que remonta o significado do termo ‘comunidade’, do *religare*, em meio à fragmentação das relações sociais atuais.

Para transcorrer sobre o viés agregador do Ponto de Cultura Estrela de Ouro, é imprescindível, portanto, passar pelo conceito de comunidade – ela existe em meio ao espaço global desterritorializado ou trata-se apenas de um ideal? Para tanto, recorrer-se-á aos estudos de Cicilia Peruzzo e Marcelo Volpato (2009), que vinculam a comunidade mais à noção de pertencimento e à construção de identidade que às características físicas e geográficas; ao pensamento de Milton Santos (2006), no que concerne o lugar e a região enquanto naturezas de um espaço cada vez mais híbrido; e às alusões de Zygmunt Bauman (2003), na afirmação de que a comunidade não passa de um tipo de mundo longe do alcance.

Em nível didático, a comunidade, sempre que citada neste projeto de pesquisa, toma a limitação apriorística que circunscreve o lugar e as pessoas envolvidas no projeto do PC

Estrela de Ouro; um recorte dentro duma região – neste exemplo, um lugar específico que germina, sedia e difunde atividades da cultura popular.

Ao situar um lugar ou região como recorte de uma totalidade, toma-se estes como subespaços pelos quais parte da funcionalidade do mundo pode ser notada empiricamente. Ver o local no global (e vice-versa) vem da quase impossibilidade de se encontrar um sítio totalmente isolado; os lugares e seus sujeitos dialogam com outros lugares e sujeitos, outras fronteiras e culturas, numa expansividade contínua de troca de ideias e formação de sentidos. Não seria esta situação uma ilustração básica do processo de comunicação? E seria equivocado dizer que o PC Estrela de Ouro chega a outros espaços, utilizando especialmente manifestações da cultura popular como ponte para a comunicação? Provavelmente não.

É também a cultura popular que se faz como forma agregadora identitária, unindo o Estrela de Ouro a outros Pontos de Cultura – integrando-o em redes construídas por interesses ou identidades comuns, fortalecendo o agir coletivo e potencializando suas ações.

2.2 Políticas públicas culturais e redes de empoderamento social

Si entendemos por cultura (más que el mundo de los libros y las bellas artes) el conjunto de procesos simbólicos a través de los cuales se comprende, reproduce y transforma la estructura social... Lo que debíamos investigar centralmente para conocer las relaciones entre cultura transnacional y culturas populares es de qué modo los cambios político-económicos se combinan con la reformulación de las políticas culturales para promover una nueva cultura política, un nuevo sentido de la vida social. (CANCLÍNI, RONCAGLIOLO, 1989, p. 29).

Para analisar as políticas públicas de cultura atuais e diferenciar suas diretrizes a fim de entendê-las como inovadoras, deve-se recorrer à descrição histórica de modelos anteriores de gestão. Na presente pesquisa, a abordagem deste viés ficará por conta dos estudos de Albino Rubim, que discorre sobre as “tristes tradições e enormes desafios” das políticas culturais no Brasil (RUBIM, BARBALHO, 2007, p. 11). Para ele, “falar em políticas culturais implica, dentre outros requisitos, em, pelo menos: intervenções conjuntas e sistemáticas; atores coletivos e metas.” (RUBIM, BARBALHO, 2007, p. 13). Neste âmbito, convém perscrutar a função do Estado no espaço social, perpassando seu papel diante das duas esferas coexistentes na sociedade: o mundo da vida e o sistema – a primeira, de caráter simbólico; a segunda, material. (HABERMAS, 1994)

Segundo o criador da política pública Pontos de Cultura, o historiador Celio Turino, a inovação do respectivo projeto está, entre outros fatores, na percepção do Estado em investir

numa economia criativa que vincule o material ao simbólico; na aplicação efetiva da gestão compartilhada e transformadora, com o objetivo de

estabelecer novos parâmetros de gestão e democracia entre Estado e Sociedade. No lugar de impor uma programação cultural ou chamar os grupos culturais para dizerem o que querem (ou necessitam), perguntamos como querem. Ao invés de entender a cultura como produto, ela é reconhecida como processo. (TURINO, 2010, p. 63)

Reconhecer a cultura como processo intermitente e essencial ao humano passa obrigatoriamente pelas constantes do simbólico e da materialidade. Mas mesmo esta materialidade deve ser sensível, pois atua na construção, reconfiguração e interpretação de bens intangíveis. No PC Estrela de Ouro, estas constantes são o elo que une a lógica instrumental à lógica da linguagem; elo presente nas rodas de leitura, nas cirandas, no brincar do maracatu, nas gravações de discos e filmes, nas apresentações dos brincantes durante o carnaval etc.. Pode-se dizer que existe uma apropriação das técnicas e das tecnologias para a produção e difusão de valores simbólicos. Esta difusão certamente encontra eco na formação de redes, as quais propiciam ações compartilhadas, distribuição de produtos culturais, capacitação coletiva, geração de trabalho e renda.

A formação de redes é um dos fatores catalisadores das atividades dos Pontos de Cultura, desde as cadeias menores, os chamados Pontões de Cultura (agrupamento de dois ou mais PC's visando ações conjuntas), até a Rede Nacional dos Pontos de Cultura, pela qual instituições de distintos lugares do país intercambiam profissionais, informações e projetos, estimulam a difusão da cultura brasileira; promovem a autogestão e o partilhar de conhecimento.

A Rede Nacional dos Pontos de Cultura, representada pela Comissão Nacional dos Pontos de Cultura (CNPdC) se autoafirma como “um movimento autônomo que cobra do Estado e, ao mesmo tempo, contribui com ele, abrindo canais de diálogo para avançar nas políticas públicas; com destaque para o Programa Cultura Viva, Mais Cultura e Sistema Nacional de Cultura” (CNPdC)⁵. A cultura popular é o principal conteúdo desta Rede, compondo assim, “formas solidárias que têm uma expressão econômica e política”. (SANTOS, 2006)⁶. O agrupamento de sujeitos provenientes de variados gêneros culturais, etnias e regiões, também incita a diversidade desta cadeia.

⁵ Ver referência completa.

⁶ Ver referência completa.

No Sítio Chã de Camará, encontram-se gerações de brincantes do maracatu, crianças, jovens, mestres do saber oral, trabalhadores rurais, universitários, professores, pesquisadores – nota-se a aproximação de diferentes perfis, tendo a cultura popular e suas manifestações folclóricas como elementos magnéticos. Tal circunstância corrobora o pensamento de que:

O folclore adquire valor comercial e reconhecimento internacional enquanto produto, atraindo turistas, estudiosos e consumidores de vários perfis. Mas, principalmente, adquire valor enquanto processo comunicacional, percebendo-se como meio de mobilização e identificação de grupos locais no contexto globalizado. (SCHMIDT, 2006, p.12)

A potencialidade das ações executadas por todos estes sujeitos presentes no Chã de Camará ficou mais evidente, todavia, após o convênio com o MinC, o qual, juntamente com outras parcerias, possibilitou a criação e a expansão de projetos e, a partir destes, a viabilização de canais de protagonismo social individual e coletivo. Esta possibilidade de empoderamento social adjudicado a grupos periféricos, que trazem manifestações da cultura popular como principal meio de expressão, sucumbe num dos pontos centrais da dissertação. Os outros pontos podem ser refletidos nas indagações: É possível o Estado empoderar? No Estrela de Ouro, como fundamentar este empoderamento?

Numa resposta preliminar, pode-se dizer que ao Estado estão relacionados modos de produção de poder social (SANTOS, 1999). Assim, para o exercício pleno dos direitos sociais e culturais do humano, é preciso que haja uma “política de reconhecimento que proteja a integridade do indivíduo nos contextos da vida em que sua identidade se forma” (HABERMAS, 1994, p. 131). Considerando que a formação da identidade passa irreversivelmente pelo cerne da cultura, esta deveria se consumir em um dos eixos protegidos pelo Estado.

Já quanto à prática do empoderamento – vulgarmente nominando “prática” como o processo silencioso de poder adquirido e emanado –, esta talvez encontre um bom exemplo no Estrela de Ouro. Ali se têm ex-canavieiros que hoje são reconhecidos como mestres do saber oral. Antes do Ponto de Cultura, eles trabalhavam no corte de cana nas lavouras, sob o escaldar do sol da Zona da Mata; hoje, são professores que levam às crianças de escolas públicas, aprendizagens de uma vida inteira – histórias da labuta no campo, do surgimento do maracatu na região, de personagens folclóricos que sitiam a memória daquelas terras de canavial. Um olhar sensível sobre este exemplo permite apontar o empoderamento, entre outros aspectos, na valorização da memória, da história oral, do protagonismo de sujeitos

periféricos na construção de enredos e espaços dialógicos cotidianos. Um olhar que remete umbilicalmente à Teoria da Folkcomunicação.

3. Processos metodológicos

Destaca-se como objetivo primeiro desta pesquisa o mapeamento de ações folkcomunicacionais manifestadas pelo Ponto de Cultura Estrela de Ouro e a análise, a partir delas, de possível empoderamento social da comunidade onde o Ponto se situa. O perscrutar deste objetivo abrange – 1. A identificação, delimitação e descrição das manifestações de folkcomunicação do Ponto de Cultura Estrela de Ouro; 2. A localização das formas de ativismo midiático e seus agentes codificadores; 3. O delineamento das circunstâncias possíveis de empoderamento social propulsionado a partir das manifestações pesquisadas.

O método considerado é o etnográfico, o qual “fornece informações sobre o comportamento de pessoas em grupos, organizações e comunidades e também sobre como essas pessoas entendem seu próprio comportamento.” (GIDDENS, 2012, p. 49). Na etnografia, o pesquisador normalmente convive com o grupo pesquisado, em busca de “uma compreensão maior não apenas daquele grupo, mas de processos sociais que transcendem a situação em estudo.” (GIDDENS, 2012, p. 49).

Na intenção de proporcionar maior familiaridade com as teias estabelecidas entre o sujeito/ator e as manifestações folkcomunicacionais, será utilizada, contanto, a pesquisa exploratória acompanhada por observação assistemática (permitida por visitas periódicas da pesquisadora ao Sítio Chã de Camará). Segundo Gil (1999), a pesquisa de objetivo exploratório envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Com vistas nestes critérios, será efetuada pesquisa de campo, tendo a descrição dos fenômenos, registro fotográfico e gravação de entrevistas (história oral) como principais instrumentos. Entre as questões prioritárias, serão observadas: 1. A relação do Ponto de Cultura Estrela de Ouro com outros grupos/instituições/indivíduos; 2. A integração e interação entre indivíduos de diferentes faixas etárias; 3. O estímulo à autonomia, à memória e à solidariedade; 4. O desenvolvimento local.

Na primeira fase, a de observação, serão mapeadas as manifestações folkcomunicacionais; em seguida, será feito o delineamento dos agentes codificadores e possíveis ativistas midiáticos. A fase posterior concentrará as gravações de entrevistas com

os indivíduos selecionados. As possibilidades de empoderamento social gerado a partir das manifestações pesquisadas, por fim, serão analisadas sob a perspectiva interpretativa, a qual é apoiada nos resultados alcançados nos estudos dos materiais/conteúdos coletados, na fundamentação teórica e na experiência pessoal do investigador. (TRIVIÑOS, 1992).

Embora seja uma pesquisa com abordagem qualitativa, números divulgados pelo IPEA (BARBOSA, ARAÚJO, 2010; BARBOSA, CALABRE, 2011) servirão de respaldo para complementação dos dados. Os resultados da análise serão compreendidos, por sua vez, não como textos finalizadores e/ou determinantes, e sim como percepções sobre o problema. A tentativa é buscar a compreensão do grupo, das trocas simbólicas e das interações sociais nele envolvidas.

Considerações finais

A universidade deve estar atenta aos processos e impactos socioculturais situados ao longo da história, mas também àqueles emergentes, trazendo para o ambiente científico o estudo dos objetos que lhes são pertinentes. Sob o emblema *Cultura Viva Comunitária*, o modelo do *Punto de Cultura* foi oficialmente adotado pela Argentina, Costa Rica e Peru. No âmbito municipal, já vigora em Medellín, Bogotá e Lima. Tem sido estudado para implantação no Uruguai, Paraguai, México e Bolívia; todavia, no Brasil, país criador do projeto, as pesquisas acadêmicas sobre a relevância do modelo e desta expansão ainda são incipientes.

Atualmente, existem cerca de 3.500 Pontos de Cultura pulverizados por todo o território nacional. Juntos, até 2010, eles atingiram cerca de 8,4 milhões de brasileiros espalhados por 1.122 municípios⁷. Muitos destes PCs, porém, foram surpreendidos com a nova política do MinC na gestão Dilma Rousseff; que evita a abertura de novos editais de conveniamento e a renovação deste com os Pontos já existentes. Mas isto não diminui os dados concretos, já divulgados, de que se trata de uma política pública cultural inovadora, capaz de empoderar grupos periféricos. Pesquisa divulgada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) estima que em cada PC trabalhem, em média, onze pessoas diretamente, sendo sete delas com remuneração. Acrescenta ainda que 83% dos Pontos de Cultura têm outros parceiros financeiros além do MinC (BARBOSA, ARAÚJO, 2010).

⁷ Números da pesquisa do IPEA (2010) divulgada em <http://culturadigital.br/teia2010/2010/03/27/1105>.

A continuidade das atividades dos Pontos, ainda que sem apoio do governo federal, sugere a continuidade do envolvimento de comunidades periféricas em atividades lúdicas, artísticas e sociais; atividades estas veiculadas e compartilhadas em vídeo, áudio, ambientes virtuais e espaços dialógicos cotidianos. Tais espaços se consubstanciam como ricos em intercâmbios comunicativos e culturais, especialmente no que se refere à difusão de ideias, experimentos e saberes da cultura popular, reforçando o relacionamento do indivíduo com um meio social mais amplo a partir das suas próprias raízes e olhar.

Enquanto *locus* concentrador de atividades folkcomunicacionais, o Ponto de Cultura Estrela de Ouro se mostra como cenário adequado para balizar a pesquisa aqui proposta, numa interface prática e teórica entre a comunicação, a cultura popular e a vida cotidiana; revelando-se, nesse contexto, como temática que agrega valor à área da Folkcomunicação e desenvolvimento.

6. Referências

BARBOSA, Frederico; ARAÚJO, Herton Ellery. **Cultura Viva: Avaliação do Programa Arte, Educação e Cidadania**. Brasília: IPEA, 2010.

BARBOSA, Frederico; CALABRE, Lia. **Pontos de Cultura: olhares sobre o Programa Cultura Viva**. Brasília: IPEA, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2003.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora UFPB, 2000.

CANCLINI, Néstor García; Roncagliolo, Rafael (Orgs). **Cultura transnacional y culturas populares**. São Paulo: ECA/USP, 1989.

COMISSÃO NACIONAL DOS PONTOS DE CULTURA (CNPdC). **História**: ser atores todo o tempo. Disponível em: <http://pontosdecultura.org.br/a-comissao/historia>. Acesso em 12/02/2013.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HABERMAS, Jürgen. Lutas pelo reconhecimento no estado democrático constitucional. In: GUTMANN, Amy (Org.). **Multiculturalismo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994, p. 125-164.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

MACIEL, Betania; MELO, José Marques de.; LIMA, Maria Érica (Orgs.). **Território da Folkcomunicação**. Natal: UFRN, Departamento de Comunicação Social, 2011.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Mídia e folclore**: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá / São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá / Cátedra Unesco-Umesp, 2010.

MARQUES DE MELO, José; TRIGUEIRO, Osvaldo. **Luiz Beltrão**: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia; VOLPATO, Marcelo. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferenças. **Libero**: São Paulo, 2009, v. 12, n. 24, p. 139-152. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6790/6132>. Acesso em 20/02/2013.

RUBIM, Antonio Albino; BARBALHO, Alexandre (Orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Pela mão de Alice**: o Estado e o político na pós-modernidade. Porto: Edições Afrontamento, 1999.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2006. (Col. Milton Santos, v. 1).

_____: entrevista. In: **Encontro com Milton Santos**: o mundo global visto do lado de cá. [Filme-Documentário]. Direção de Silvio Tendler, 2006. Disponível em: http://youtu.be/UUB5DW_mnM. Acesso em 20/02/2013.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SILVA, Severino Vicente da. **Maracatu Estrela de Ouro de Aliança**: a saga de uma tradição. Recife: Editora Associação Reviva, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1992.

TURINO, Celio. **Pontos de Cultura**: o Brasil de baixo para cima. São Paulo: Editora Anita, 2010.