

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia

Sonia Regina Soares da Cunha

A mídia dos outros somos nós
A experiência audiovisual do Ponto de Cultura *Cinema para Todos*

Natal-RN
PpgEM-UFRN
2012

Sonia Regina Soares da Cunha

A mídia dos outros somos nós
A experiência audiovisual do Ponto de Cultura *Cinema para Todos*

Dissertação apresentada como exigência parcial para a obtenção do grau de Mestre em Estudos da Mídia (Linha de Pesquisa Práticas Sociais) do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima

Natal-RN
PpgEM-UFRN
2012

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Cunha, Sonia Regina Soares da.

A mídia dos outros somos nós: a experiência audiovisual do Ponto de Cultura *Cinema para Todos* / Sonia Regina Soares da Cunha. – 2012.
125 f.: il.

Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, Natal, 2012.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria Érica de Oliveira Lima.

1. Comunicação. 2. Cultura 3. Audiovisual. 4. Mediação. 5. Ponto de cultura. I. Lima, Maria Érica de Oliveira. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

RN/BSE-CCHLA

CDU 316.774

Sonia Regina Soares da Cunha

A mídia dos outros somos nós
A experiência audiovisual do Ponto de Cultura *Cinema para Todos*

Dissertação apresentada como exigência parcial para a obtenção do grau de Mestre em Estudos da Mídia (Linha de Pesquisa Práticas Sociais) do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima

Aprovada em: 27 de fevereiro de 2012

Banca Examinadora

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Orientadora)
Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Profa. Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira (Examinadora Externa)
Instituição: Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso (Examinadora Interna)
Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Natal-RN
PpgEM-UFRN
2012

*Ao meu filho Ricardo,
criador criativo do inimaginável,
que representa a força jovem que move o mundo.*

AGRADECIMENTOS

Obrigada, Senhor, pela saúde, lucidez e coragem para enfrentar as dificuldades, transpor os obstáculos e vencer. Obrigada, prof. dra. Maria Érica de Oliveira Lima pelo carinho, incentivo e valiosa orientação; e por seu intermédio agradeço o apoio recebido dos professores do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PpgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), extensivo aos docentes de outros programas e de outras universidades com os quais tive a oportunidade de me relacionar durante esta jornada. Agradeço também aos colegas do PPGEM/UFRN, bem como aos universitários da UFRN com os quais mantive e mantenho laços fraternais. Agradecimentos especiais a todos os entrevistados pelo interesse e disponibilização de tempo e informações para este estudo. Obrigada, documentaristas e curta-metragistas independentes do Rio Grande do Norte e do Brasil, pela imprescindível motivação inspiracional para este trabalho.

Agradeço ao CAPES pelo apoio financeiro. Agradeço aos meus familiares, em especial minha mãe, Maria, a querida “vó Laedi”, ao Leon Abravanel Junior, e aos meus filhos Leonzinho, Marjourie e Ricardinho.

Agradecer é mais do que uma norma social transmitida pelas relações sociais. Quando agradecemos as pessoas expressamos nosso reconhecimento por aquilo que foi substancial no relacionamento que mantemos, consciente e inconsciente. Durante a trajetória para a realização desta pesquisa foram inúmeras as contribuições de diversas naturezas e instituições, as quais fortaleceram decisivamente a composição da estrutura investigativa, conceitual e metodológica deste estudo acadêmico. Desta forma, árdua é a tarefa de abarcar todos os reconhecimentos, imprescindíveis e de diversas fontes, em situações específicas que aludem a uma percepção de expectativas relacionais e dinâmicas de poder. Portanto, sinceramente, muito obrigada a todos.

RESUMO

CUNHA, Sonia Regina Soares da. A mídia dos outros somos nós: a experiência audiovisual do Ponto de Cultura *Cinema para Todos*. 2012. 125 páginas. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2012.

Esta pesquisa tem como objetivo identificar o processo de apropriação do recurso audiovisual (vídeo digital) para a produção coletiva simbólica (prática videográfica participativa que expressa a cultura popular) num contexto sociocultural onde estão as minorias. Para tanto, baseamos este estudo na experiência dos integrantes das oficinas de formação em cinema e vídeo ministradas pelo Ponto de Cultura *Cinema para Todos*, localizado em Natal, RN. Ponto de Cultura (PC) é o projeto estruturante do *Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva* do Ministério da Cultura (MinC). Em 2010, o PC *Cinema para Todos* desenvolveu três oficinas de cinema e vídeo nos municípios norte-rio-grandenses de Açu, Lajes e São Gonçalo do Amarante, dentro de um projeto de política pública de inclusão sociocultural. Estas três oficinas compõem o recorte empírico desta investigação. Para fundamentar a análise deste estudo investigativo consideramos que os espaços das oficinas são locais de práticas sociais embrionárias, pressupondo-se que sejam reveladores do desenvolvimento das modificações das ações que geram novas práticas. Nesse contexto sociocultural, os agentes comunitários assumem o papel de interlocutores e processam as mediações comunicativas da cultura onde as lógicas de produção passam da ação (uso do vídeo digital) para a prática cultural midiática (vídeo auto etnográfico). A estratégia metodológica de estudo de caso foi considerada adequada para a observação do objeto, por se tratar de um fenômeno da contemporaneidade, estar inserido em um contexto da vida real e proporcionar pouco ou nenhum controle sobre os eventos. A observação participante e a entrevista também se aliaram ao estudo de caso. Contribuíram para o suporte teórico analítico desta investigação a noção de *mediação* formulada por Jesús Martín-Barbero e o conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu. Foi possível identificar que a nova forma de comunicar reflete a mudança tecnológica cultural vivenciada pelo grupo social. Os vídeos auto etnográficos revelam uma experimentação alegórica da mídia hegemônica, pois ao mesmo tempo em que se apropriam da linguagem, reelaboram a estética, sem revisar a história, mas se propondo a recontá-la com detalhes pitorescos e esquecidos da cultura popular.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura. Audiovisual. Mediação. Ponto de Cultura.

ABSTRACT

CUNHA, Sonia Regina Soares da. *We are your media: the audiovisual experience of Ponto de Cultura Cinema para Todos*. 2012. Thesis Master. 125 pages. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

This research aims to identify the process of appropriation of audio visual (in digital video) for collective symbolic production (participatory video practice that expresses popular culture) in a socio-cultural context where the minorities are. Therefore, we based this study on the students' experience of the film and video workshops held by *Cinema para Todos* (Culture Point *Cine for All*), in Natal, RN. Culture Point is the basis of the project *Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva* (National Program of Culture, Education and Citizenship - Living Culture) of the Brazilian Ministry of Culture. In 2010, the *Cine for All* developed three film and video workshops in the state of Rio Grande do Norte (Northeastern of Brazil), in the municipalities of Açu, Lajes and São Gonçalo do Amarante, within a public policy project of socio-cultural inclusion. These three workshops are the focus of this empirical investigation. To support the analysis of this research we consider that the spaces of workshops are sites of the social practices origin, assuming they show the development of the changes of actions that generate new practices. In this socio-cultural context the students as interlocutors process the communicative culture mediation, where come from the logics of action (using digital video) to become a mediatic practice (video auto ethnographic). With the overall goal set and the field of investigative action delimited we considered the methodology of case study suitable for the observation of the object, because it is a phenomenon of modernity, occurring in a context of real life and with little or no control over events. Participant observation and interviews was also applied to this case study. The analytical theoretical support comes from the notion of *mediation* by Jesús Martín-Barbero and the concept of *habitus* by Pierre Bourdieu. The research found that a new way of communicating has been developing by this social group, and this reflects the technological change experienced by them. The auto ethnographic videos, short movies, reveal an allegorical trial of the mainstream media, because while they use the mainstream format, they rework the aesthetic, but without revising the history, in fact they proposing to retell the history of themselves full of colorful details and with richness of their forgotten popular culture.

Keywords: Communication. Culture. Audiovisual. Mediation. Culture Point.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1 – Interfaces do Ponto de Cultura..... | 22 |
| Gráfico 2 – Números do Incentivo à Cultura (em R\$)..... | 23 |
| Gráfico 3 – Política Pública Cultural (Brasil)..... | 26 |
| Gráfico 4 – Direitos Culturais..... | 33 |
| Gráfico 5 – Atividades Desenvolvidas PCs RN..... | 37 |
| Gráfico 6 – (1) Multiculturalidade..... | 40 |
| Gráfico 7 – (2) Produção e Reprodução da Sociedade..... | 41 |
| Gráfico 8 – (3) Conformação..... | 41 |
| Gráfico 9 – (4) Dramatização dos Conflitos Sociais..... | 42 |
| Gráfico 10 – Mediações Comunicativas da Cultura..... | 49 |
| Gráfico 11 – Matrizes Culturais e Formatos Industriais..... | 51 |
| Gráfico 12 – Socialidade e Institucionalidade..... | 52 |
| Gráfico 13 – Ritualidade..... | 53 |
| Gráfico 14 – Transformações dos Espaços e Tempos..... | 54 |
| Gráfico 15 – <i>Habitus</i> | 57 |
| Gráfico 16 – Faixa Etária dos Entrevistados..... | 104 |
| Gráfico 17 – Formação Escolar dos Entrevistados..... | 105 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----|
| Tabela 1 – Relação dos Pontos de Cultura do RN..... | 35 |
| Tabela 2 – Rede do Audiovisual do RN..... | 92 |
| Tabela 3 - Proposta de Ação 2012 Rede Audiovisual do RN..... | 93 |
| Tabela 4 - Total de Habitantes (2010)..... | 103 |
| Tabela 5 – Equipamentos Culturais..... | 103 |
| Tabela 6 – Produção Videográfica das Oficinas..... | 110 |

LISTA DE FOTOS

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Foto 1 – Capa da Cartilha do FPC..... | 31 |
| Foto 2 – Oficina em Açú..... | 106 |
| Foto 3 – Oficina em Lajes..... | 107 |
| Foto 4 – Reunião dos Alunos..... | 108 |
| Foto 5 – Cinema na Praça..... | 115 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 1. POR UMA CULTURA VIVA QUE REVIVA A CRIAÇÃO CULTURAL..... | 20 |
| 1.1 Políticas públicas culturais..... | 22 |
| 1.2 Pesquisar é um exercício de des(en)cobrir..... | 24 |
| 1.3 Cultura de cidadania..... | 25 |
| 1.4 Tarará, Mutretas, Olhares: a luta por uma política cultural potiguar..... | 29 |
| 1.5 Diversidade cultural: alteridade singular..... | 34 |
| 1.6 Eufemização etnográfica audiovisual..... | 39 |
| 2. DA MEDIAÇÃO CULTURAL COMUNICATIVA PARA A MEDIÇÃO COMUNICATIVA DA CULTURA..... | 46 |
| 2.1 Cartografia das mediações..... | 48 |
| 2.2 Articulação dos movimentos sociais..... | 50 |
| 2.3 Fluxos de informação vs migrações culturais..... | 53 |
| 2.4 Pré-visão paradoxal, a <i>doxa</i> do oprimido..... | 55 |
| 2.5 Engajar, ligar e compartilhar..... | 56 |
| 2.6 Midiativismo..... | 60 |
| 2.7 Cinema e vídeo: a hibridação da prática..... | 65 |
| 2.8 Vídeo auto etnográfico..... | 68 |
| 2.9 Cinema de periferia..... | 70 |
| 2.10 Cinema do sertão..... | 72 |
| 2.11 Agente comunitário, interlocutor, narrador da cultura popular..... | 73 |
| 2.12 A perda da aura e o ganho da net..... | 75 |
| 3. PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL DO RN..... | 80 |
| 3.1 Quem conta pontos, aumenta encontros..... | 83 |
| 3.2 Cinecartografia potiguar..... | 84 |
| 3.3 Documentaristas e curta-metragistas..... | 86 |
| 3.4 Cineclubismo..... | 89 |
| 3.5 Rede de Economia Criativa do Audiovisual do RN..... | 89 |
| 4. METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS..... | 97 |
| 5. CONCLUSÃO..... | 116 |
| 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 121 |

INTRODUÇÃO

Se toda a investigação revela o espírito do investigador, quer seja ousado, tímido, caprichoso, dedicado, enfim, este trabalho irá revelar minha angústia apressada, com a incerteza esperançosa de querer aproveitar cada minuto deste momento histórico da humanidade. Vibro com cada transformação tecnológica, social, cultural, comunicacional. A opção pelo jornalismo foi pensada e decidida e a escolha pelo audiovisual, determinada e única. Mais difícil foi deixar a estabilidade financeira, social e profissional proporcionada pela carreira consolidada em uma emissora de rede aberta nacional para enveredar pelo caminho da pesquisa comunicacional, e descobrir que para pesquisar é preciso trabalhar, muito, pelo, para e sobre o objeto.

Esta investigação foi desenvolvida no Rio Grande do Norte, onde moro atualmente, pois sou paulistana. Ter optado por deixar São Paulo para trabalhar em uma emissora de TV a Cabo em Mossoró, no oeste potiguar, foi decisivo para a estruturação deste projeto de investigação. Se Michel De Certeau nos idos de 1978 queria saber o quê as pessoas faziam com as imagens da TV, minha pergunta em 2005 era: quais imagens os jovens podem fazer na TV?

Não se tratava de ‘uma câmera na mão e uma ideia na cabeça’, e sim de um projeto de produção televisiva utilizando-se a infraestrutura técnica e os recursos humanos da emissora de TV Cabo Mossoró (TCM) (câmeras, ilhas de edição e um espaço na programação para exibição do vídeo), mas com conteúdo pautado única e exclusivamente pelos alunos das escolas públicas da região mossoroense. O projeto *Minha Escola na TV* saiu do papel, ganhou a telinha e o coração do público, e os jovens ganharam mais do que visibilidade, foram reconhecidos e premiados nacionalmente em 2006 e 2007 pela Associação Brasileira das Operadoras Independentes de TV por Assinatura e Internet (NEOTV), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA), entre outros.

Em 2008, li sobre os Pontos de Cultura do Ministério da Cultura, e como um dos objetivos do projeto era a implementação do recurso audiovisual como instrumento para a preservação da cultura popular decidi investigar o objeto. Mudei para a capital do Rio Grande do Norte, Natal, e em 2009, enquanto procurava um Ponto de Cultura para voluntariar como educadora audiovisual me inscrevi no curso de Mestrado em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PpgEM/UFRN).

Foi nas aulas de cultura popular com a Dra. Maria Érica Lima, orientadora deste trabalho investigativo, que visualizei claramente o processo de mediação sociocultural da comunicação alternativa produzida no interior do semiárido nordestino. Definia-se assim, a base da construção da problemática que teve como pergunta orientativa da investigação: como ocorre o processo de apropriação do recurso audiovisual para a produção coletiva simbólica pelo aluno da oficina de cinema e vídeo do Ponto de Cultura *Cinema para Todos*?

Ponto de Cultura (PC) é o projeto estruturante do *Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva*, sancionado pelo governo federal em julho de 2004. O projeto dos Pontos de Cultura (PCs) visa promover a produção e difusão da cultura popular em todo o território nacional, e é através dele que as ações culturais são dinamizadas tanto interna, como externamente. O projeto também previa a implementação de estúdios digitais de produção audiovisual nos PCs (conectados à Internet e com a utilização de *software* livre para edição não-linear dos vídeos), transformando-os assim, em centros de produção de vídeos sobre a cultura popular do local, para o registro audiovisual da memória cultural, e ao mesmo tempo, espaços socioeducativos que oportunizam uma formação crítica cultural através de encontros e debates sobre a cultura produzida e veiculada pela mídia hegemônica.

Até abril de 2010, a Secretaria de Cidadania Cultural (SCC/MinC), responsável pela coordenação do programa *Cultura Viva*, contava com uma rede de 2,5 mil PCs em 1.122 cidades brasileiras. No Rio Grande do Norte temos 52 PCs que trabalham com diversos segmentos da cultura, entre eles, o teatro, a música, literatura, audiovisual (BRASIL, 2010).

O PC *Cinema para Todos*, do Instituto de Técnicas Cinematográficas (ITEC), é coordenado pelo cineasta Carlos Alberto Tourinho Ramos, que também é presidente de honra da Associação de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC-RN). O PC ministra oficinas de cinema e vídeo tanto para a sociedade civil, como para outros PCs e Casas de Cultura, e entre os filmes (documentários e curtas de ficção) produzidos pelos alunos se destacam: *Capoeira dos Negros, E Eu com Isso?* (1º Lugar na Mostra de Vídeo Potiguar do FestNatal 2010), *O Quarto, Cartas na Mesa, Rua Chile, Um Crime Uma Lição*.

Em 2010, o PC *Cinema para Todos* desenvolveu três oficinas de cinema e vídeo nos municípios norte-rio-grandenses de Açu, Lajes e São Gonçalo do Amarante, dentro de um projeto de política pública de inclusão sociocultural, do panorama da Cultura Digital do Ministério da Cultura. Estas três oficinas compõem o recorte empírico desta investigação. Os espaços das oficinas de cinema e vídeo digital foram observados como locais de práticas sociais embrionárias, que mostram o desenvolvimento das modificações das ações que geram novas práticas sociais, culturais e comunicacionais; bem como registram e dão visibilidade às

ações e criações dos integrantes. Espaço onde as lógicas de produção passam da ação (uso do vídeo digital) para a prática cultural midiática (vídeo auto etnográfico).

Catharine Russell¹ (1999) foi quem utilizou o termo vídeo auto etnográfico no livro *Experimental ethnography: the work of film in the age of video*² para nomear uma série de filmes³. A categoria auto etnográfica foi aplicada pela primeira vez por Mary Louise Pratt⁴ (1999) configurando-a como uma resposta etnográfica, ou uma proposta de diálogo auto etnográfica, dos colonizados aos textos etnográficos produzidos pelos colonizadores (PRATT, 1999). Assim, considero que os vídeos produzidos nas oficinas do PC são auto etnográficos porque revelam uma experimentação alegórica da mídia hegemônica, ao mesmo tempo em que se apropriam da linguagem, reelaboram a estética, sem revisar a história, mas se propondo a recontá-la com detalhes pitorescos e esquecidos da cultura popular. Bem ao estilo do que Russell nos sugere, ou seja, como a prática cinematográfica foi forjada na cultura colonial, o vídeo auto etnográfico pode retrabalhar a memória e a tradição como formas fantásticas do desejo cultural, ao invés de simplesmente designá-las como lugares de autenticidade (RUSSELL, 1999).

Com o objetivo geral definido e o campo da ação investigativa delimitado considerei a estratégia metodológica de estudo de caso adequada para a observação do objeto, por se tratar de um fenômeno da contemporaneidade, estar inserido em um contexto da vida real e proporcionar pouco controle sobre os eventos (YIN, 2010). A observação participante e a entrevista também se aliaram ao estudo de caso.

Contribuíram para o suporte teórico analítico desta investigação a noção de *mediação* formulada por Jesús Martín-Barbero (2004), o conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu (2008) e a teoria de Nestor García Canclini (1997) sobre a cultura como processo social que possibilita uma análise de perspectiva mais abrangente do processo comunicativo através de quatro instâncias: *Eufemização* (dramatização dos conflitos sociais); *Multiculturalidade* (organização da identidade); *Simbólica* (produção e reprodução da sociedade); e *Conformação* (consenso e hegemonia).

¹ Filósofa e escritora especialista em cinema.

² *O filme Etnográfico Experimental na era do vídeo*. (Trad. autora)

³ *Sans Soleil* (Chris Marker, 1982); *Why is Yellow the Middle of the Rainbow?* (Kidlat Tahimik, 1981-1993); *It Wasn't Love* (Sadie Benning, 1991); *Weather Diary 3* (George Kuchar, 1988); *Journey to Lithuania* (Jonas Mekas, 1972).

⁴ O termo foi utilizado pela primeira vez no livro *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*, publicado em 1992, nos Estados Unidos. A primeira edição do livro em português, publicada no Brasil, foi em 1999, pela Universidade do Sagrado Coração de Jesus, em Bauru, SP, com o título *Olhos do Império: Relatos de viagem e transculturação*. Pratt é professora de Língua Portuguesa, Espanhola e Literatura da Universidade de Nova Iorque.

No primeiro capítulo *Por uma cultura viva que reviva a criação cultural* traço o perfil do objeto contextualizando-o como parte de uma política pública cultural do Brasil, voltado para inclusão sociocultural. Assim como os outros PCs que integram a rede do Cultura Viva o PC *Cinema para Todos*, não tem um regime de funcionamento básico e não tem uma estrutura definida; e justamente por abranger uma gama de expressões culturais, os PCs não possuem um modelo único, nem de instalações físicas, nem de programação ou atividade: Capoeira, Cordel, Roteiros, Dança, Leitura, Cineclube, Programas de Rádio, Desenho, Música e Produção de Vídeo, estão entre as muitas atividades desenvolvidas. Para dar conta do desenvolvimento e execução dos projetos culturais os PCs recebem apoio financeiro do Ministério da Cultura.

Tarefa complicada trabalhar com cultura popular num país carente de uma política pública cultural eficiente, por isso destaco algumas leis que foram elaboradas tendo a cultura como objetivo principal. Se nacionalmente, a política pública cultural é frágil, o mesmo ocorre no estado do Rio Grande do Norte. Os diversos segmentos culturais do estado organizaram o *Fórum da Cultura Potiguar* em fevereiro de 2011, e desenvolveram uma cartilha na qual propõe aos governos estadual e municipal uma série de diretrizes para a cultura do Rio Grande do Norte. A questão do direito cultural também é abordada, precisamente porque é um direito pouco conhecido, mas fundamental para o exercício da cidadania cultural.

No segundo capítulo *Da mediação cultural comunicativa à mediação comunicativa da cultura* elaboro uma leitura analítica sobre os mapas das mediações desde o primeiro livro *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, onde Martín-Barbero introduz a teoria das mediações socioculturais da comunicação: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. No final dos anos 1990, Martín-Barbero refaz o que ele chama de *mapa noturno das mediações* e introduz as mediações comunicativas da cultura, trabalhando sobre dois grandes eixos: a) diacrônico – entre as Matrizes Culturais (MC) e Formatos Industriais (FI); e b) sincrônico – entre as Lógicas de Produção (LP) e as Competências de Recepção ou Consumo (CR). As mediações que resultam destes tensionamentos são: *Tecnicidade* (FI e LP) – a constituição de novas práticas e a sedimentação de saberes podem ser analisadas a partir do regime dessa mediação; *Socialidade* (MC e CR) – essa mediação caracteriza as relações cotidianas através da multiplicidade de modos e sentidos nos quais a coletividade se faz e se desfruta a polissemia da interação social. É o que dá o sentido da comunicação. Mas a comunicação só é duradoura se tomar forma, proposta pela *Ritualidade* (FI e CR), repetição e inovação, que produzem a permanente

reconstrução do nexu simbólico. E por fim, a *Institucionalidade* (MC e LP) é a comunicação feita pelo Estado (que hoje está ao lado dos interesses privados), no sentido de manter a ordem dominante, em contraponto aos discursos dos sujeitos que buscam reconhecimento social (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Incansável pesquisador Martín-Barbero atualiza o conceito das mediações e em 2009 apresentou um novo mapa onde são as transformações de Tempos (T) e de Espaços (E) a partir dos Fluxos Virtuais (FV) das imagens, da informação, do Norte para o Sul, e das Migrações (M) que estão acontecendo do Sul para o Norte. As mediações que resultam são: entre (FV) e (E) – *Ritualidade*; entre (E) e (M) – *Cognitividade*; entre (M) e (T) – *Identidade*; e entre (T) e (FV) *Tecnicidade*.

Como este estudo trabalha na linha de pesquisa das Práticas Sociais dos Estudos da Mídia, justifica-se a descrição do processo de construção de uma prática social (composta por hábitos, regras, códigos e modos de agir socialmente), através da conceituação do *habitus* (Bourdieu, 2008). Assim, ao mesmo tempo em que busco registrar os detalhes desse fenômeno contemporâneo de criação cultural através do recurso audiovisual, concretizado na prática comunicacional alternativa; vou traçando brevemente em paralelo, algumas linhas da evolução da prática social cinema, da perda da ‘aura’ com a fotografia (BENJAMIN, 1994), até a hibridação da prática cinema e vídeo, com o advento da tecnologia digital.

Sem incentivar a fetichização da tecnologia digital faz-se necessário reconhecer sua contribuição para o avanço midiático. Portanto, menciono que, graças ao digital muitos estúdios cinematográficos nos Estados Unidos e Europa estão recuperando cópias de filmes antigos, revelando novas formas de captação e propondo novas linguagens para o cinema. O vídeo digital também se tornou aliado dos movimentos sociais de midiativistas (*Indymedia Center, Primavera Árabe, Occupy*) permitindo aos ativistas rapidez na captação das imagens e velocidade na distribuição pelas redes sociais da internet, além de revelar uma *videoarte* engajada com uma estética renovada e inspirada nas revoluções sociais, talvez uma releitura dos experimentos da *vanguarda*.

De uma maneira menos contundente, mas nem por isso menos importante, a apropriação do recurso audiovisual através do suporte técnico do vídeo digital permitiu aos integrantes das oficinas de cinema e vídeo no interior do Rio Grande do Norte dramatizar os conflitos sociais da própria comunidade e produzir vídeos auto etnográficos, que oportunizam debates públicos informais sobre as questões práticas do cotidiano, e também, abrem espaço para a expansão de uma criatividade imaginativa, cognitivamente desperta pelo contacto com referenciais éticos e estéticos dessa produção coletiva enriquecida pela temática sertaneja.

Sertão que ganha vida nas produções participativas das oficinas, mas que também se transformou em uma mina de ouro para a mídia hegemônica, que vislumbra na temática sertaneja um rico filão para a produção de filmes e novelas, como *Cordel Encantado* (Globo) que uniu a monarquia europeia e o cangaço nordestino da literatura de cordel, numa trama televisiva de produção requintada, tecnologia moderna e estética do cinema.

O pesquisador *folkcomunicação* Osvaldo Meira Trigueiro (2008) investiga essa apropriação da mídia hegemônica e destaca algumas festas da cultura popular nordestina que já se tornaram produtos *folkmediáticos* como por exemplo, os festejos juninos de várias cidades do Nordeste que são transmitidos em horário nobre, em rede nacional, da televisão aberta, bem como o carnaval do Rio de Janeiro e São Paulo, e as festas de boiadeiros no interior de São Paulo e Amazonas.

Devo destacar que realizo uma apropriação de uma categoria proposta por Trigueiro para nomear o produtor de vídeo das oficinas como *agente comunitário, interlocutor* (TRIGUEIRO, 2008), ou seja, o agente social capaz de desenvolver uma habilidade técnica (uso do recurso audiovisual) para manter preservada a narrativa da cultura popular através de uma produção comunicacional coletiva cuja representação social advém de um exercício auto etnográfico capaz de recuperar a cultura oral para recontá-la através da linguagem audiovisual.

Esse *agente comunitário* produz uma inversão do eixo cognitivo ao propor uma nova estética fílmica que deixa o *lugar comum* da temática nordestinos-fugindo-da-seca, para promover a narrativa da preservação do bem simbólico coletivo, mantido pela oralidade poética, persistente e apaixonada dos cantadores de repente, dos cordelistas e até mesmo das donas de casa que se sentam no fim da tarde em cadeiras nas calçadas repassando a vida cotidiana e recontando detalhes da própria cultura popular.

No terceiro capítulo *Patrimônio cultural imaterial do RN* embarco em uma viagem por terras potiguares para mostrar um pouco da cinecartografia potiguar, festas populares e suas redes sociais como a Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC-RN), que com dez anos de atuação no estado, iniciou em 2011 um processo de reestruturação com a participação dos universitários dos cursos de comunicação social do estado e jovens produtores cinematográficos procedentes das oficinas de cinema e vídeo.

No quarto capítulo *Metodologia e Análise dos Dados* elaboro a abordagem sobre as inquietações, pressupostos e achados que articularam a estruturação do objeto de estudo com o planejamento metodológico e a análise dos dados encontrados. A revisão de literatura

compõe a estrutura da investigação de tal maneira que através da imbricação da análise hermenêutica e dos dados coletados empiricamente torna-se possível acompanhar e relatar os caminhos das mediações vivenciadas pelos sujeitos. Essa aproximação dialética entre as teorias e a busca investigativa possibilitou apresentar as interpretações de forma fundamentada.

A escolha do objeto de investigação justifica-se pela dimensão da prática comunicativa alternativa (vídeo digital participativo que expressa a cultura popular), dentro de um contexto sociocultural onde estão as minorias. Assim, o estudo busca revelar como a nova forma de comunicar do grupo social refletiu a mudança tecnológica e cultural vivenciada por eles; bem como eles vivenciam esse processo de inclusão social, cultural e comunicacional que ocorre tanto no sentido horizontal (a partir de um Ponto de Cultura para outro Ponto de Cultura), como na vertical (a partir do Ponto de Cultura para a rede nacional dos Pontos de Cultura). Procuo oferecer também uma compilação dos dados teóricos (de Pierre Bourdieu e de Jesús Martín-Barbero) estruturantes do embasamento conceitual da linha de pesquisas em Práticas Sociais (2010.1) do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN).

A abordagem interdisciplinar desta investigação percorreu os caminhos das diversas ciências que compõem o conjunto das Ciências Sociais revelando interpretações a partir de outros ângulos, como Linguística (Pratt), Filosófica (Russell), Multimidiática (Akoumianakis), oferecendo-as como pistas aos futuros pesquisadores da comunicação e estudos da mídia.

A ideia deste trabalho é iluminar um ponto da história da mídia participativa auto etnográfica do Rio Grande do Norte, sem esgotar ou fechar o assunto. Almejo continuar traçando as latitudes e longitudes desta cinecartografia potiguar, porque a mídia dos outros somos nós.

Capítulo 1. POR UMA CULTURA VIVA QUE REVIVA A CRIAÇÃO CULTURAL

A sociedade mundializada passa hoje por uma série de transformações que vão desde a utilização de células tronco-embrionárias em projetos de pesquisa sobre genoma humano, evolução da Tecnologia da Informação, nanotecnologia, enfim, uma era de descobertas revolucionárias que provocam mudanças culturais e sociais no cotidiano das pessoas, conhecida como a era da “revolução do conhecimento” (CHICHILNISKY, 1998, p.39). Nesta nova sociedade, cidadão, artista, produtor e consumidor cada um por si ou todos em um só confrontam as indústrias de produção e distribuição. É o indivíduo quem decide, direta e democraticamente, através das muitas e diferentes esferas colaborativas e participativas. O avanço tecnológico no campo da Informação e Comunicação permite o fluxo contínuo de ideias e conhecimento de uma maneira nunca antes imaginada, provocando a queda de barreiras geográficas e tecnológicas.

Esses avanços também contribuíram para a criação de novas formas de linguagem, percepção, sensibilidade e socialidade, provocando não apenas um redirecionamento nas identidades dos meios de comunicação em sua dimensão social - como o caso da TV e do computador – mas também, nos processos de constituição e exercício da cidadania e novas formas de participação. Impulsionadas pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, pela associação entre as indústrias da cultura, da informação e do entretenimento e, especialmente, pela crescente mundialização e desregulamentação dos mercados, as transformações no campo da produção da comunicação e cultura se dão em meio a profundas contradições, notadamente entre os países latino-americanos.

As Ciências Sociais apontam para o surgimento, desde os anos de 1980, de movimentos sociais mais claramente envolvidos com as questões culturais, que começaram a ser identificados como novos movimentos socioculturais. O antropólogo e especialista em Comunicações, Jesús Martín-Barbero (2004) desenvolveu e coordenou várias pesquisas

comunicacionais na América Latina e considera que os movimentos sociais também colaboram para outras formas de mediação sociocultural e comunicacional, principalmente quando estes atores sociais adotam estratégias coletivas de mobilização e engajamento vinculadas à comunicação e cultura.

Se focarmos essas transformações nas práticas sociais midiáticas, podemos considerar importante observar como tais movimentos se sustentam em verdadeiras redes interpessoais da vida cotidiana. Configuram novos vínculos interorganizacionais, político-culturais e institucionais com outros movimentos e com múltiplos atores e espaços, o que permite que se expandam para muito além das próprias comunidades.

No Brasil, o Partido dos Trabalhadores (PT) ao assumir a Presidência da República, em 2003, implantou uma nova política cultural, promoveu a reestruturação do Ministério da Cultura (MinC), e instituiu, na gestão do cantor e compositor Gilberto Gil, programas como o “Cultura Viva”, “Mais Cultura”, “Vale Cultura” e o “Cinema Perto de Você”, cujos objetivos principais são o de oferecer à população, principalmente aos jovens das áreas pobres do Brasil, oportunidades para se expressar e divulgar suas criações artísticas culturais.

Dentre os programas mencionados o mais abrangente, do ponto de vista da produção e difusão da cultura popular em todo o território nacional, é o “Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva”, sancionado pelo governo federal através da Portaria nº 156, em julho de 2004. O eixo estruturante do Cultura Viva e que lhe trouxe maior visibilidade é o Projeto dos Pontos de Cultura, pois é através deles que as ações culturais são dinamizadas tanto interna, como externamente, conforme explica o pesquisador Frederico A. Barbosa da Silva (BRASIL, MinC, 2007, p. 122):

O programa visa ampliar e estimular manifestações que acontecem em todas as regiões do país, envolvendo comunidades carentes na produção cultural. Dessa forma, os Pontos de Cultura pretendem solucionar aqueles problemas apresentados, dotando as comunidades com espaços culturais, permanentes ou provisórios (itinerantes), por meio da disponibilização de infra-estrutura física, técnica e operacional necessária à realização de atividades, no intuito de proporcionar ao público e aos artistas ambientes adequados para o florescimento das capacidades criativas e de fruição. [...] O Ponto de Cultura é constituído por inúmeras interfaces, consideradas no momento da operacionalização do programa.

A figura a seguir ilustra essas interfaces. O Ponto de Cultura (PC) pode ser compreendido como o espaço de convergência entre o Poder Público, a comunidade e a sociedade civil.

GRÁFICO 1 INTERFACES DO PONTO DE CULTURA



Elaboração: CUNHA, 2011

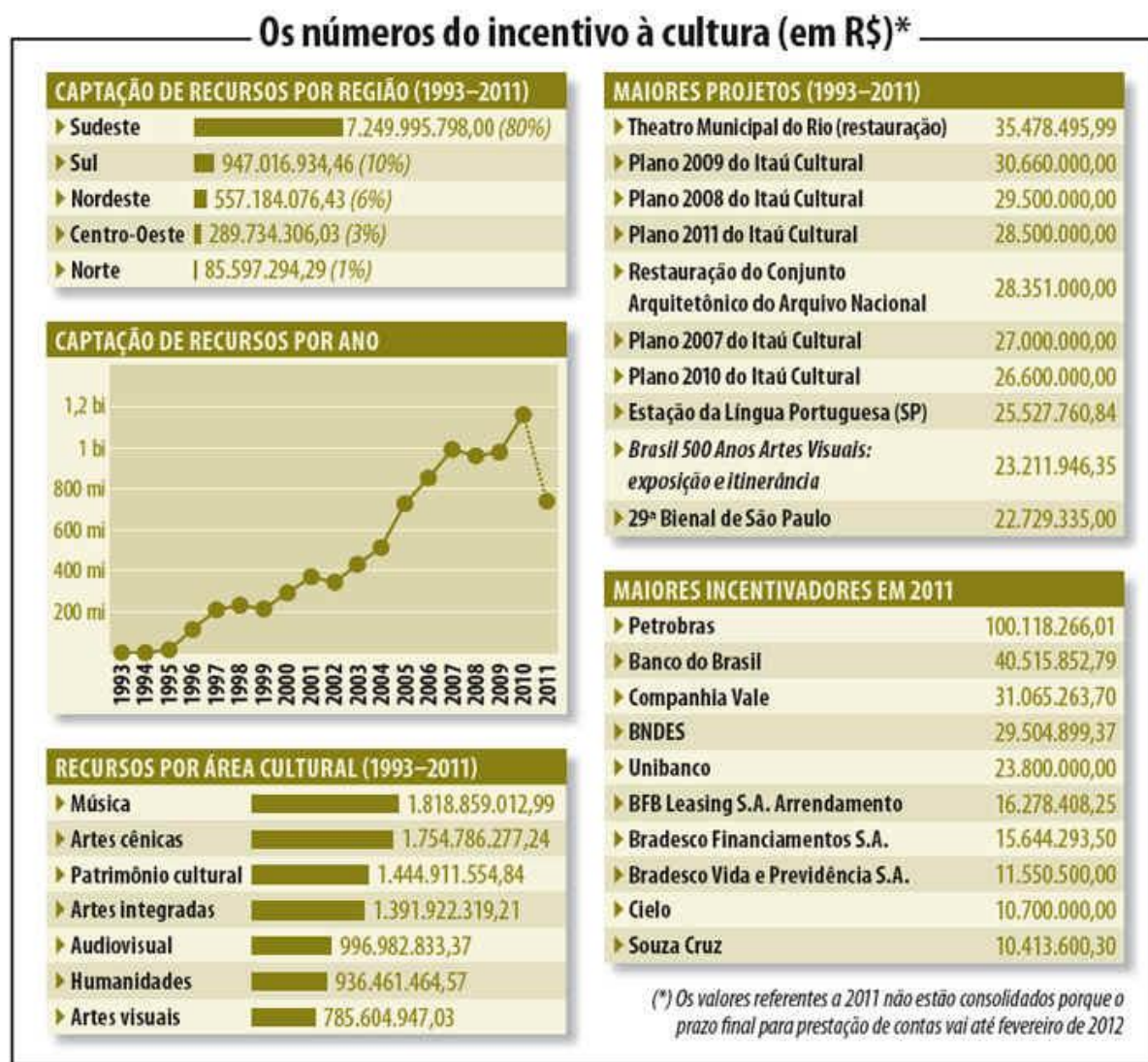
1.1 Políticas públicas culturais

O Projeto Ponto de Cultura, do “Cultura Viva” permitiu também, a implantação da primeira política pública para a Cultura Digital no Brasil, através da Ação Cultura Digital, que previa a implementação de estúdios digitais de produção audiovisual, (conectados à Internet e com a utilização de *software* livre) nos PCs, transformando-os assim, em centros de produção de vídeos sobre a cultura popular do local, para o registro audiovisual da memória cultural, e ao mesmo tempo, espaços socioeducativos que oportunizam uma formação crítica cultural através de encontros e debates sobre a cultura produzida e veiculada pela mídia hegemônica.

Até abril de 2010, a Secretaria de Cidadania Cultural (SCC/MinC), responsável pela coordenação do programa “Cultura Viva”, contava com uma rede de 2,5 mil PCs em 1.122 cidades brasileiras. De acordo com dados do Ministério da Cultura, até 2009, foram investidos R\$ 365,7 milhões em 8.987 iniciativas em todo o Brasil. Destes investimentos, R\$ 65 milhões foram para a criação de 1.084 novos Pontos de Cultura (BRASIL, 2011). Parece muito, mas ainda não chega a um décimo dos investimentos em cultura no Brasil, nos últimos vinte anos, que privilegiaram em grande parte o eixo Rio-São Paulo, onde estão os artistas de maior projeção, principalmente os famosos que atuam na mídia hegemônica, em detrimento dos artistas regionais que trabalham com manifestações de cultura popular. Segundo dados do Jornal do Senado (2011), em vinte anos, a *Lei Federal de Incentivo à Cultura* (Lei 8313/91), conhecida como *Lei Rouanet*, captou R\$ 9,129 bilhões, via abatimento de até 6% do Imposto de Renda. Desse montante, o eixo Rio-São Paulo (Sudeste) recebeu 80% da verba, enquanto o

Sul, Nordeste, Centro-Oeste e Norte, ficaram com 10%, 6%, 3% e 1%, respectivamente, conforme gráfico abaixo.

GRÁFICO 2 NÚMEROS DO INCENTIVO À CULTURA



Fonte: Ministério da Cultura

Fonte: Ministério da Cultura (2011)

Com o objetivo de promover mais equilíbrio na distribuição dos recursos, os parlamentares aprovaram em 2010, o Projeto de Lei 6722 (Procultura) que prevê 20% da renúncia fiscal para o *Fundo Nacional de Cultura*, dando ao governo federal total autonomia para decidir onde aplicar a verba.

1.2 Pesquisar é um exercício de des(en)cobrir⁵

Toda pesquisa tem uma motivação particular gerada pela “apreensão intuitiva *uno intuitu*”, como definiu o sociólogo Pierre Bourdieu (2004), é aquilo que move o pesquisador para interrogar uma situação com a qual ele se depara no mundo da vida, para que as relações significantes, as propriedades principais, sem necessariamente fragmentá-las, se tornem conhecidas posteriormente, através do trabalho analítico. Assim, nossa apreensão intuitiva, como pesquisadora dos Estudos da Mídia, na linha de Práticas Sociais, e como educadora em oficinas de vídeo, motivou-nos para buscar compreender como o jovem integrante dos PCs no Rio Grande do Norte, mais especificamente como o jovem participante das oficinas de cinema e vídeo do PC *Cinema para Todos*, localizado em Natal/RN, se apropria do recurso audiovisual, e com o conteúdo da cultura popular local, através das categorias de mediação socioculturais e comunicacionais promove mudanças nas relações cotidianas, na práxis comunicativa do grupo, como resultado do uso coletivo da comunicação alternativa.

Em 2010, o PC *Cinema para Todos* desenvolveu três oficinas de cinema e vídeo nos municípios norte-rio-grandenses de Açu, Lajes e São Gonçalo do Amarante, dentro de um projeto de política pública de inclusão sociocultural, do panorama da Cultura Digital do Ministério da Cultura. Estas três oficinas compõem o recorte empírico desta investigação. Os espaços das oficinas de cinema e vídeo digital foram observados como locais de práticas sociais embrionárias, que mostram o desenvolvimento das modificações das ações que geram novas práticas sociais, culturais e comunicacionais; bem como registram e dão visibilidade às ações e criações dos integrantes.

Assim, consideramos inicialmente, que a experiência de produção de cinema e vídeo digital vivenciada pelo jovem, a partir das oficinas realizadas pelo PC *Cinema para Todos* (Natal/RN), é parte de um processo de inclusão (sociocultural) através da prática midiática (audiovisual), e que se configura como processo comunicativo (vídeo digital participativo que expressa a cultura popular), pautado por meios técnicos (interação tecnossocial) e relacionado com a cultura popular manifestada na ambiência do espaço do PC através do envolvimento coletivo e colaborativo.

A mediação tecnológica, ou seja, a utilização da tecnologia, principalmente aquela que trabalha de forma computadorizada, denominada por Martín-Barbero (2005) de “tecnologia intelectual”, força a transmutação do estatuto da tecnologia, que passa de “signo do domínio

⁵ Frase escrita pelos editores na apresentação do livro “O que pesquisar quer dizer”, de Juremir Machado da Silva.

sobre a natureza a mediador universal do saber (e de operação) tanto técnica, como esteticamente” (MARTÍN-BARBERO, 2005, p.10).

Um ponto importante desta proposta metodológica de Martín-Barbero (2004) é a possibilidade de se analisar o objeto através da mediação pelo regime de *Tecnicidade*⁶, vertente esta que ele oferece ao investigador como possibilidade de análise e crítica vinculando-se criativamente a criação cultural e a experimentação tecnológica, e que por sua vez possibilita o surgimento de um novo parâmetro para se avaliar e validar a própria técnica, pela capacidade de comunicar. Capacidade esta, que aliada à criatividade, ainda segundo Martín-Barbero, faz com que a humanidade rompa com “a fatalidade destrutiva da revolução tecnológica, cuja prioridade é militar, e cujo caráter depredador ameaça destruir o nosso planeta” (MARTÍN-BARBERO, 2005, p.10).

Com o objetivo geral definido e o campo da ação investigativa delimitado considerei a estratégia metodológica de estudo de caso adequada para a observação do objeto, por se tratar de um fenômeno da contemporaneidade, estar inserido em um contexto da vida real e proporcionar pouco controle sobre os eventos (YIN, 2010). A observação participante e a entrevista também se aliaram ao estudo de caso.

1.3 Cultura de cidadania

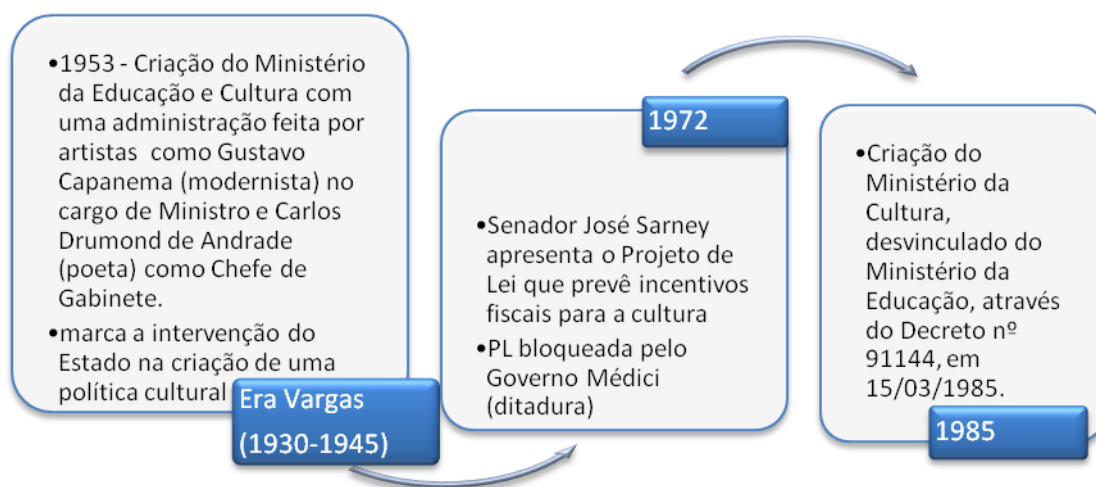
No Brasil, o processo de construção dos direitos culturais e do princípio da cidadania cultural, recebeu um novo impulso com a elaboração da Constituição de 1988 e, em seguida, pela PEC 306-A, que instituiu o Plano Nacional de Cultura. Três anos antes, o Ministério da Cultura (MinC) havia sido desvinculado do Ministério da Educação, através do Decreto nº 91144/85.

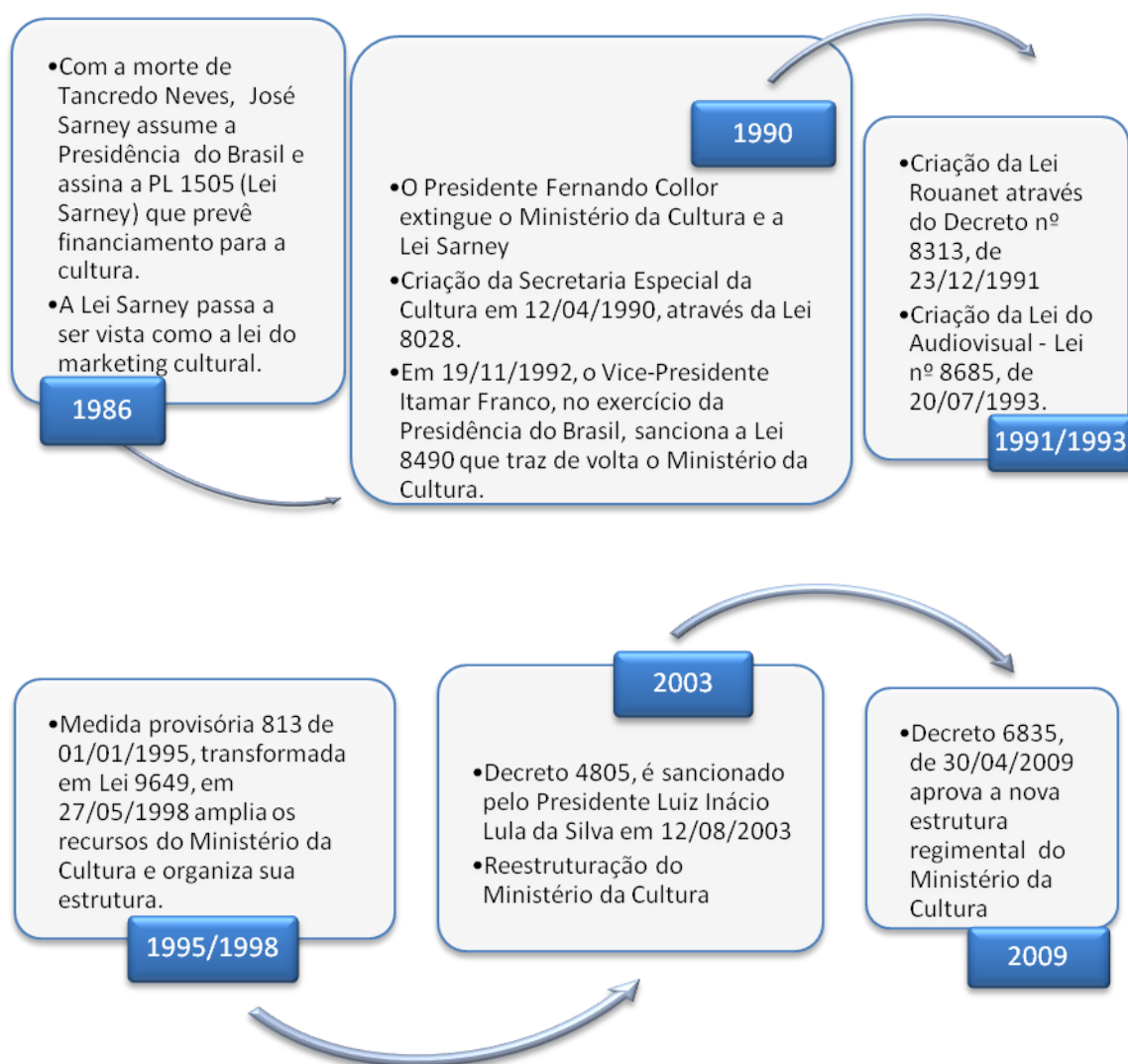
Um passo importante para o reconhecimento da cultura como elemento fundamental na construção da identidade do brasileiro, e também, como fator de propulsão econômica através da geração de empregos e renda, momento que está registrado nas páginas da história do Ministério da Cultura (Minc): “Reconhecia-se, assim, a autonomia e a importância desta área fundamental”, a cultura, “até então tratada em conjunto com a educação” (BRASIL, 2011).

⁶ “Tecnicidade – eu adoto essa palavra não por esnobismo, mas sim porque um antropólogo francês, André Leroi-Gourhan, contemporâneo de Marcel Mauss, forja a ideia de que a técnica entre os ‘povos primitivos’ também é sistema, não apenas um conjunto de ferramentas. Eu ligo tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.14).

As ilustrações a seguir, elaboradas a partir de dados do Ministério da Cultura (BRASIL, 2011) revelam alguns momentos da política pública cultural do Brasil. Destacamos que, em virtude das limitações da nossa pesquisa, deixamos de mencionar algumas políticas públicas; salientamos também, que este estudo não tem por objetivo traçar um comparativo entre as políticas culturais implantadas por diferentes governos em diferentes períodos da história do Brasil.

GRÁFICO 3 POLÍTICA PÚBLICA CULTURAL BRASIL





Fonte: MinC Brasil Elaboração: CUNHA, 2011

A formulação de políticas públicas baseadas nas demandas da sociedade, principalmente com referência ao desenvolvimento e fomento das atividades culturais, vem sendo implementada através do Conselho Nacional de Política Cultural do Ministério da Cultura (CNPC/MinC), órgão criado em 24/08/2005, e formado por membros do: 1) Plenário; 2) Comitê de Integração de Políticas Culturais; 3) Colegiados Setoriais; 4) Comissões Temáticas e Grupos de Trabalho; e 5) Conferência Nacional de Cultura. Os Planos Setoriais do CNPC tratam das seguintes áreas: 1) Artes Visuais; 2) Circo; 3) Dança; 4) Música; 5) Teatro; 6) Culturas Populares; 7) Culturas Indígenas; 8) Livro e Leitura; e 9) Museus.

No setor do Audiovisual, o Cinema ganhou uma Agência Nacional do Cinema Brasileiro (ANCINE) no biênio 2001/2002, subordinada ao Ministério do Desenvolvimento,

Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e transferida para o Ministério da Cultura pelo Decreto nº 4858, de 13/10/2003. Desde 1990, quando foi extinta a Empresa Brasileira de Filmes (EMBRAFILME), a indústria cinematográfica brasileira não contava com financiamento público. Em 1993, algumas produções (apesar do tempo de produção muito demorado) conseguiram aumentar a oferta de filmes brasileiros em exibição no mercado nacional através da utilização de incentivos fiscais (Lei do Audiovisual). A produção participativa (curtas e documentários), que diferente da indústria cultural cinematográfica não tem garantias de faturamento e de distribuição no mercado, está vinculada à Secretaria do Audiovisual (SAV). Segundo o organizador do livro “Políticas Culturais no Governo Lula”, Canelas Rubim (2010) a atuação do atual Ministério da Cultura revela um diferencial em relação ao passado, ao dar atenção e apoio às culturas indígenas, culturas populares, de afirmação sexual, digital e midiática audiovisual.

São exemplos desta atuação: a tentativa de transformar a ANCINE em ANCINAV; o projeto DOC-TV, que associa o Ministério à rede pública de televisão para produzir e exibir documentários em todo o País; o projeto Revelando Brasil; os editais para jogos eletrônicos; o apoio às paradas e à cultura gay e outras manifestações identitárias; os seminários nacionais de culturas populares; o debate sobre televisão pública etc. (RUBIM, 2010, p.16-17).

Com relação à política cultural para a prática midiática audiovisual, principalmente aquela que é produzida pela sociedade civil, de forma independente, o Plano Nacional de Cultura diz que

- Meta 43: 100% das Unidades da Federação (UF) com um núcleo de produção digital audiovisual e um núcleo de arte tecnológica e inovação;
- Meta 44: Participação da produção audiovisual independente brasileira na programação dos canais de televisão, na seguinte proporção: 25% nos canais da TV aberta; 20% nos canais da TV por assinatura (BRASIL, 2011, p.13).

O trabalho colaborativo implantado pelo governo federal em 2003, em parceria com os estados, municípios e sociedade civil, mostrou-se efetivo para o fortalecimento da política cultural, pois permitiu a aprovação pelo Congresso Nacional da Emenda Constitucional nº 48 em 2005, e finalmente a aprovação do Plano Nacional de Cultura (PNC) para 2020, regulamentado pela Lei nº. 12343, de 02/12/2010 (BRASIL, 2011).

Diante do exposto consideramos que o PNC abarca um planejamento para a cultura brasileira necessário, esperado e que demandará um esforço conjunto entre sociedade, governo e iniciativa privada, para que nos próximos dez anos, realmente sejam concretizadas

as 53 metas que vão desde o reconhecimento e a promoção da diversidade cultural; criação e fruição; circulação, difusão e consumo; educação e produção de conhecimento; ampliação e qualificação de espaços culturais; fortalecimento institucional e articulação federativa; participação social; desenvolvimento sustentável da cultura; e fomento e financiamento. Entretanto, é preciso viabilizar e capacitar recursos humanos para uma gestão administrativa honesta, eficaz e eficiente, e recursos orçamentários que possibilitem a continuidade da execução dos projetos e o planejamento e elaboração de novos; a fim de que o Ministério da Cultura supere a tradição de instabilidade que marca sua história.

1.4 Tarará, Mutretas, Olhares⁷: a luta por uma política cultural potiguar

No Rio Grande do Norte, a sociedade civil organizou em fevereiro de 2011, o *Fórum Potiguar de Cultura*, uma mobilização inédita no estado, que contou com a participação de centenas de representantes de diversos segmentos que tangenciam ações e atividades culturais, tanto na capital como no interior. O debate resultou em uma cartilha publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (SEBRAE/RN), sob o título “Cartilha de Diretrizes para a Cultura do Rio Grande do Norte”, cujo conteúdo reúne todas as diretrizes dos diversos setores de produção cultural potiguar; bem como apresenta os resultados do encontro de discussões de mais de quatro mil agentes culturais de todo o Estado durante a *II Conferência Estadual de Cultura (II CEC 2010)*.

Como representante do Setor Audiovisual do Rio Grande do Norte tivemos a incumbência de coordenar os trabalhos do segmento, cujas diretrizes relatamos a seguir, bem apresentamos uma ilustração da capa do livro que traz uma foto do auditório do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) no momento do debate.

⁷ Tarará, Mutretas e Olhares são nomes de Pontos de Cultura do Rio Grande do Norte.

Diretrizes para uma Política Cultural do Rio Grande do Norte

Setor Audiovisual

- Promover a exibição da produção audiovisual independente através de novas frentes, ou seja, pela TV aberta, pelos canais da TV por assinatura, pela TV pública.
- Promover ações para aprovação da PL 116. Promover ações para implantação do projeto ‘Curta em todas as telas’, da ABD-Nacional.
- Investir e capacitar o profissional que se inicia na área, bem como, investir e atualizar os profissionais, promovendo o desenvolvimento da Economia da Cultura Audiovisual. Trabalhar para a inserção do Audiovisual como ferramenta pedagógica (PCN). Instituição do Selo de Apoio à Cultura Audiovisual.
- Registro da memória audiovisual, permitindo o acesso do público às obras cinematográficas e videográficas potiguares. (Criação e instalação do Museu da Imagem e Som do Estado do RN).
- Promover a formação de público para a produção audiovisual.
- Democratizar a gestão das políticas públicas através da criação de Conselhos Gestores Fiscais, com dotação de recursos e manutenção das organizações sociais e populares e suas entidades representativas (possibilitando obtenção de recursos para a realização de reuniões, mostras, congressos etc.) (CUNHA, 2011, p.12).

FOTO 1 CAPA LIVRO COM FOTO REUNIÃO FPC



FOTO: CANINDÉ SOARES (CAPA - FOTO DA REUNIÃO DO FÓRUM)

Durante este levantamento histórico/conceitual observamos que, apesar do avanço em algumas áreas, ainda há uma grande distância entre aquilo que a política pública cultural, sancionada através das leis determina, e as experiências vivenciadas pelos atores sociais, principalmente no Nordeste, e em particular no Rio Grande do Norte, pois durante o período

de coleta de dados para este estudo (2010/2011.1) não havia um Fundo Estadual para a Cultura, regulamentado pela Secretaria do Estado da Cultura.⁸

Quando o jovem do PC exerce a prática social e simbólica do processo de criação cultural, ele atua em um espaço único de sua territorialidade, onde expressa sua identidade étnica, e portanto, deve ter respeitado seu direito cultural, bem como o direito de seus pares em sua pluralidade criativa, bem como suas diferenças sociais. A filósofa brasileira Marilena Chauí (2006) considera essencial o trabalho de criação que leva à cidadania cultural, que por sua vez está intrinsecamente conectada com o exercício da democracia cultural e, num movimento inverso, também nos confirma que “a democracia propicia uma cultura de cidadania” (CHAUÍ, 2006, p.140). Segundo o historiador e cientista político Bernardo Mata-Machado (2007), os direitos culturais são:

direito autoral, direito à participação na vida cultural – que engloba os direitos à livre criação, livre fruição (ou acesso), livre difusão e livre participação nas decisões de política cultural – o direito à identidade cultural (ou de proteção do patrimônio cultural) e o direito/dever de cooperação internacional (MATA-MACHADO, 2007, p.4).

Internacionalmente, os direitos culturais fazem parte da *Declaração Universal dos Direitos Humanos* (1948), no artigo XXVII que afirma:

1. Todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir das artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios.
2. Todo ser humano tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica literária ou artística da qual seja autor (ONU, 2000, p.13).

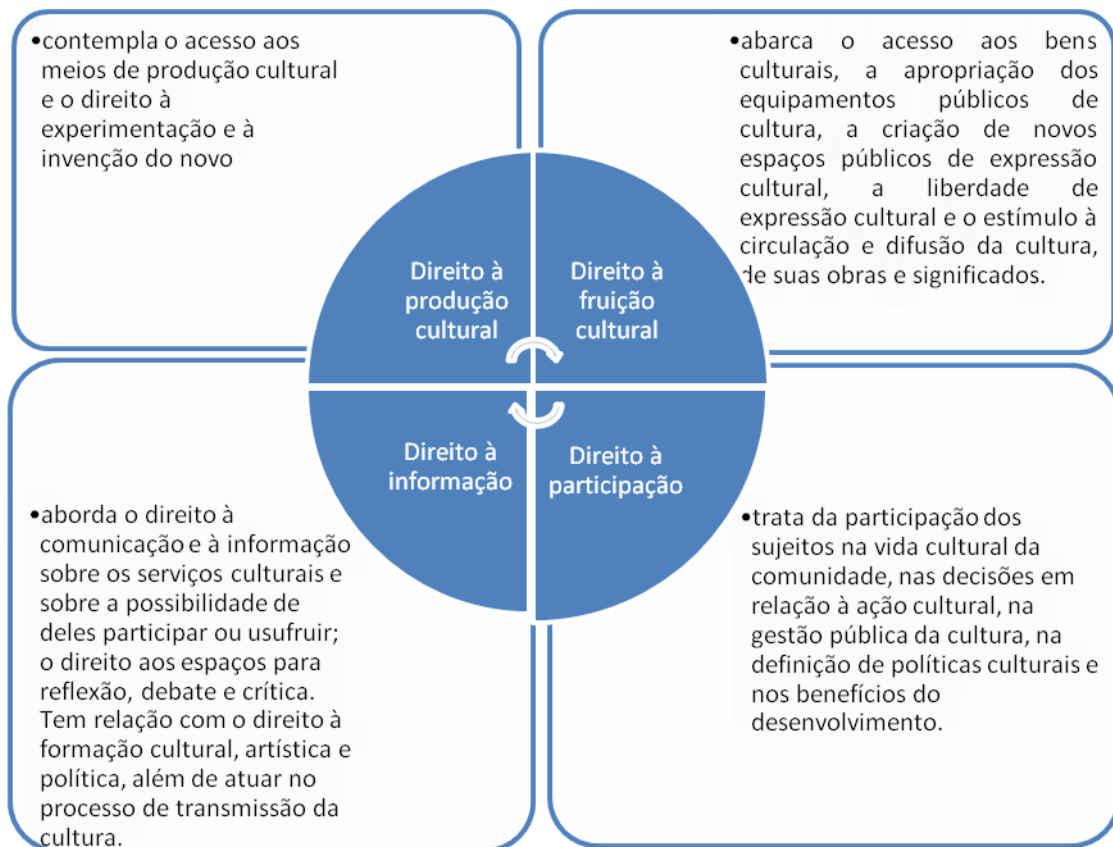
Em 1966, os Estados membros da Organizações das Nações Unidas (ONU) assinaram o *Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais*. Em 2001, a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) adotou a *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. O Artigo 215 da Constituição Brasileira de 1988 garante a todos o pleno exercício dos direitos culturais. No artigo 5 estão assegurados os

⁸ O atual governo do Estado do RN instituiu em 2011, uma Secretaria Extraordinária da Cultura. Em 29 de dezembro de 2011, foi instituído o Fundo Estadual para a Cultura através da Lei 460.

direitos do autor, e finalmente, a educação também aparece como direito cultural (Art. 205 a 214).

Com o intuito de contribuir para ampliar o conhecimento sobre o tema, e também, como forma de ampliar a divulgação das pesquisas acadêmicas que abordam a questão do Direito à Cultura, realizadas no Brasil, apresentamos quatro de suas dimensões, contempladas pela cidadania cultural, descritas por Luana Villutis (2009) e dispostas em um gráfico ilustrativo, que elaboramos com o objetivo de destacar as particularidades de cada uma destas dimensões:

GRÁFICO 4 DIREITOS CULTURAIS



Fonte: VILUTIS, 2009. Elaboração: CUNHA, 2011

Com referência à questão da cidadania cultural vale destacar que o pesquisador acadêmico Bruno Fuser (2009) considera importante que se debata sobre as iniciativas em defesa da cidadania cultural, e avança na conceituação explicando que a ação cultural pode ser

compreendida como “ação sociocultural”, com a qual concordamos pois “visa colocar um indivíduo, grupo ou comunidade em condições de expressar-se nos diferentes aspectos da vida social” (FUSER, 2009, p.93).

1.5 Diversidade cultural: alteridade singular

Como vimos a ação cultural dentro de um Ponto de Cultura pode ser considerada também uma ação sociocultural, já que dentro da ambiência do PC todos os participantes estão submetidos à influência cultural dos educadores, e da mesma forma influenciam-se reciprocamente, uns os outros. Consideração esta, que reforça a relação entre exercício da democracia, cultura e cidadania, especialmente na ambiência do Ponto de Cultura, tanto interna como externamente, pois o princípio da democracia é o da participação de todos.

Além disso, a multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos, como os dos Pontos de Cultura, sem espaço definido e sem regras pré-estabelecidas, por exemplo, encontram para se expressar, vem modificando o conceito de diversidade cultural, que durante muito tempo foi compreendido como “a heterogeneidade radical entre culturas, cada uma enraizada em um território específico, dotadas de um centro e de fronteiras nítidas” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.60). Na América Latina e no mundo muitas etnias minoritárias foram dizimadas em nome de integrações nacionais progressistas, nomeando-se um múltiplo cultural dentro de uma única forma. *A unidade na diversidade*⁹ reduz o múltiplo ao um, como se todas as minorias étnicas fossem iguais. A diversidade cultural deve ser ampla como a própria cultura de forma a abrigar desorganizadamente as diferentes ordens singulares de manifestação cultural.

Acreditamos que a definição de Ponto de Cultura (PC) atualiza esta afirmação, pois nosso objeto de estudo, o PC *Cinema para Todos*, não tem um regime de funcionamento básico e não tem uma estrutura definida, assim como os outros PCs; e justamente por

⁹ Esse slogan da "unidade na diversidade" já foi amplamente denunciado por encobrir uma concepção de redução do múltiplo ao um, ou "tolerar" a diversidade nos limites de um projeto mais amplo de integração nacional. Pierre Clastres exemplifica essa idéia: "Admite-se que o etnocídio é a supressão das diferenças culturais julgadas inferiores e más, é a aplicação de um princípio de identificação, de um projeto de redução do outro ao mesmo (índio amazônico suprimido como outro e reduzido ao mesmo como cidadão brasileiro). Em outros termos, o etnocídio desemboca na dissolução do múltiplo no Um." (parênteses no original, CLASTRES *apud* TESTA, 1982:57).

abranger uma gama de expressões culturais, os PCs não possuem um modelo único, nem de instalações físicas, nem de programação ou atividade: Capoeira, Cordel, Roteiros, Dança, Leitura, Cineclube, Programas de Rádio, Desenho, Música e Produção de Vídeo, estão entre as muitas atividades desenvolvidas. Para dar conta do desenvolvimento e execução dos projetos culturais os PCs recebem um apoio financeiro do Ministério da Cultura.

Quando firmado o convênio com o MinC, o Ponto de Cultura recebe a quantia de R\$ 185 mil, em cinco parcelas semestrais, para investir conforme projeto apresentado. Parte do incentivo recebido na primeira parcela, no valor mínimo de R\$ 20 mil, para aquisição de equipamento multimídia em software livre (os programas serão oferecidos pela coordenação), composto por microcomputador, mini estúdio para gravar CD, câmera digital, ilha de edição e o que mais for importante para o Ponto de Cultura (BRASIL, 2011, Ponto de Cultura).

No Rio Grande do Norte, o primeiro edital para abertura de Pontos de Cultura, com o apoio do Governo do Estado, em parceria com o Ministério da Cultura, aconteceu em 2008, através da Fundação José Augusto.

Foram selecionados 52 PCs (veja relação abaixo), dos 127 projetos inscritos, de 47 municípios de todo o estado. Cada PC assinou um contrato para desenvolver iniciativas que impulsionassem a realização de ações envolvendo Arte e Educação, Cidadania, Cultura e Economia Solidária.

TABELA 1 RELAÇÃO PONTOS DE CULTURA DO RN

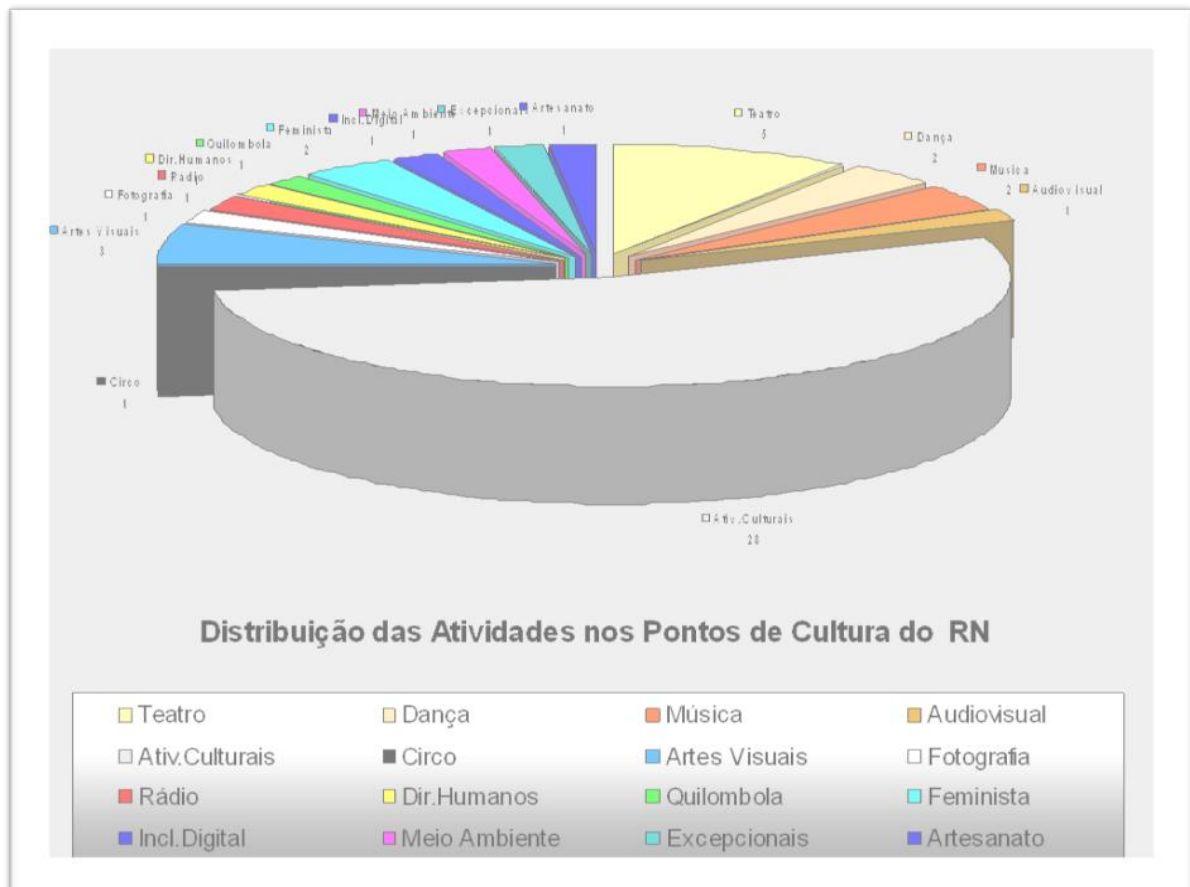
| Pontos de Cultura do Rio Grande do Norte |
|---|
| ASSOCIAÇÃO GRUPO DE TEATRO FACETAS, MUTRETAS E OUTRAS HISTÓRIAS |
| ASSOCIAÇÃO DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E CULTURA – CAJUPIRANGA |
| EPAC - ESCOLA POTIGUAR DAS ARTES DO CIRCO |
| ORGANIZAÇÃO FEMINISTA BANDEIRA LILÁS |
| ASSOCIAÇÃO REPÚBLICA DAS ARTES |
| INSTITUTO EDUCANTE |
| GRUPO DE TEATRO CLOWNS DE SHAKESPEARE |
| ARTES E TRAQUINAGENS |
| INSTITUTO CULTURAL CHICO ANTONIO: NA PANCADA DO GANZÁ |
| FUNDAÇÃO POTIGUAR |
| ASSOCIAÇÃO DE PAIS E AMIGOS DOS EXCEPCIONAIS |

| |
|---|
| ASSOCIAÇÃO POTIGUAR DE APOIO A JUVENTUDE DO MEIO POPULAR-ILEAÔ |
| ASSOCIAÇÃO GIRA DANÇA |
| ITEC - INSTITUTO TÉCNICO DE ESTUDOS CINEMATOGRAFICOS |
| COMPANHIA ESCARCÉU DE TEATRO |
| OLHARES |
| TROTAMUNDOS CIA DE ARTE |
| ASSOCIAÇÃO CULTURAL DO BOM PASTOR |
| ASSOCIAÇÃO GRUPO MUT. LUIS GOMES |
| CENTRO FEMINISTA 08 DE MARÇO |
| COLETIVO DE DIREITOS HUMANOS, ECOLOGIA, CULTURA E CIDADANIA – CDHEC |
| ASSOCIAÇÃO DE JOVENS, AÇÃO E CIDADANIA - AJAC |
| CENARTE - CENTRO DE ESTUDOS, PESQUISA E AÇÃO CULTURAL |
| EDUCAPIPA |
| GRUPO O PESSOAL DO TARARÁ |
| POSSE DE HIP HOP |
| AMBIENTAR |
| MAJOR SALES |
| MOVACI |
| BOA VISTA DOS NEGROS |
| AMUSIC |
| AMOR |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE JANDUÍS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE GROSSOS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE CURRAIS NOVOS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE GOIANINHA |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE PARELHAS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE CRUZETA |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE FLORÂNIA |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE CAICÓ |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE SÃO JOSÉ DE CAMPESTRE |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE MARTINS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE JAMARIZAL |

| |
|--|
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE CARAÚBAS |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE MACAÍBA |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE NOVA CRUZ |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE SERRA NEGRA DO NORTE |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE JARDIM DO SERIDÓ |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE LAJES |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE SANTA CRUZ |
| ASSOCIAÇÃO AMIGOS DA CASA DE CULTURA DE VIÇOSA |
| ESPAÇO CULTURAL CLETO DE SOUZA - CAMPO GRANDE |
| Fonte: FJA, 2011 Elaboração: CUNHA, 2011 |

A distribuição das atividades culturais nos Pontos de Cultura do Rio Grande do Norte vai desde oficinas de audiovisual (cinema e vídeo digital), artesanato, teatro, dança, música, oficinas sobre direitos humanos, sociais e culturais, entre outras, conforme podemos observar no gráfico a seguir elaborado a partir de dados do MinC (2009).

GRÁFICO 5 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PCS RN (FONTE: MINC ELABORAÇÃO: CUNHA, 2011)



Em 2010, a maioria dos representantes dos 52 Pontos de Cultura do RN informou (via online, na Lista Virtual de PCs/RN, mantida no site *Google Grupos*) que suas produções de vídeos eram realizadas informalmente e sem regularidade. Segundo alguns coordenadores faltava uma finalização mais profissional do material gravado, outros também informaram que não tinham formação em edição de vídeo, bem como desconheciam as técnicas necessárias para uma maior utilização dos recursos audiovisuais. Desta forma, constatamos que, a maioria das produções gravadas, ainda estava em processo de edição, ou reservada para exibição apenas nos espaços comunitários dos PCs onde haviam sido produzidas.

A exceção foi o PC *Cinema para Todos*, do Instituto de Técnicas Cinematográficas (ITEC), coordenado pelo cineasta Carlos Alberto Tourinho Ramos, que é o presidente de honra da Associação de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC-RN). O PC ministra oficinas de cinema e vídeo tanto para a sociedade civil, como para outros PCs e Casas de Cultura, e entre os filmes (documentários e curtas de ficção) produzidos pelos alunos podemos destacar: *Capoeira dos Negros, E Eu com Isso?* (1º Lugar na Mostra de Vídeo Potiguar do FestNatal 2010), *O Quarto, Cartas na Mesa, Rua Chile, Um Crime Uma Lição*. Em julho de 2011, o PC *Cinema para Todos* foi o único do Rio Grande do Norte selecionado, com mais 19 PCs de todo o Brasil, num concurso nacional promovido pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) através do Pontão de Cultura (PC Laboratório Cultura Viva da UFRJ), para produzir quatro documentários sobre os PCs de cada estado selecionado, para exibição pela emissora pública do governo federal, a TV Brasil.

Definida a ambiência do nosso objeto de estudo, o PC *Cinema para Todos*, utilizaremos então, a caracterização descrita por Muniz Sodré (2009) de *ethos* midiático, para designar o espaço da produção cultural midiática feita pelos participantes das oficinas de cinema e vídeo, onde as lógicas de produção passam da ação (uso do vídeo digital) para a prática cultural midiática (vídeo auto etnográfico).

Encontrar uma definição para categorizar essa produção audiovisual demandou uma análise mais profunda do material, no sentido do conteúdo, embora uma análise semiológica das produções não seja o objetivo primeiro desta investigação.

A produção em vídeo tanto aquela que é realizada por profissionais, como a produção independente, recebe várias denominações dentro do universo audiovisual, muitas delas ainda sem proposições acadêmicas de categorização e sem regulamentação formal, em virtude do processo de transição de estruturação e consolidação, principalmente quando se trata de

definir o produto resultante da tecnologia digital, pois a cada dia novos suportes para captação e edição de imagens chegam ao mercado possibilitando novas experimentações entre os recursos e as linguagens.

Assim, a primeira pista para a denominação de vídeo auto etnográfico foi dada pelo próprio conteúdo dos filmes, relacionado com temas sociais e culturais, característica própria do filme etnográfico. Embora numa primeira instância, o filme etnográfico esteja ligado ao sentido do registro, estudo e preservação de sociedades primitivas, lugares exóticos ou até costumes e celebrações de povos indígenas; realizadores como Jean Rouch (2003) utilizam o filme etnográfico para analisar o próprio cotidiano, através de vivências dos agentes sociais na sociedade contemporânea.

O filme etnográfico feito a partir das cenas da vida cotidiana através de uma filmagem quase direta faz um *paralelo intersubjetivo, improvisatório* e de qualidades dramatúrgicas extraídas de ambos os aspectos (cultura e comunicação), sinalizando a intersecção do social com o cinema (ROUCH, 2003). A segunda veio de um estudo desenvolvido pela pesquisadora comunicacional Ivana Bentes (2010) ao se referir aos vídeos produzidos pelos jovens da favela do Pereirão no Rio de Janeiro, como auto etnográficos. E finalmente, a terceira e definitiva, do autor que nos auxilia na compreensão das mediações processadas durante o processo de apropriação do recurso audiovisual pelos agentes sociais nas oficinas de cinema e vídeo investigadas, Jesús Martín-Barbero, para quem “a etnografia da produção [comunicacional e cultural] nos revela hoje a profunda imbricação entre operação e expressão, entre as rotinas do trabalho e as energias da transformação” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.233).

1.6 Eufemização etnográfica audiovisual

O vídeo auto etnográfico produzido pelos integrantes das oficinas é a leitura dramatizada do próprio cotidiano, das aflições vivenciadas nas relações sociais, das lutas para sobreviver na violência da periferia e dos momentos de confraternização familiar e social. A *eufemização dos conflitos sociais* é uma das tendências contemporâneas descritas pelo antropólogo Nestor Garcia Canclini para analisar os objetos que transitam entre a cultura e comunicação. Ao se apropriar do recurso audiovisual o agente social produz com recursos da

cultura popular, uma forma comunicacional para expressar o coletivo, propondo um debate informal, na busca de uma solução para as questões que envolvem o cotidiano dessa comunidade.

A questão da representação social, através da cultura, é estudada e analisada em várias obras de Garcia Canclini. No livro “Consumidores e cidadãos” (1997), Canclini destaca, entre outros pontos, que na América Latina grande parte da produção cultural (arte e literatura), consumida internamente, utiliza como base a representação da tradição, o imaginário e a identidade nacional. Canclini também reflete sobre a “cultura como um processo social” dinâmico, e adverte que uma análise da comunicação a partir da perspectiva cultural requer uma observação mais ampla, que poderia ser orientada a partir de quatro tendências contemporâneas (gráfico ilustrativo a seguir), as quais nos possibilitam uma análise que transite entre a cultura e a comunicação. A *Eufemização* (dramatização dos conflitos sociais) como explicamos anteriormente é uma delas; as outras três são *Multiculturalidade* (organização da identidade); *Simbólica* (produção e reprodução da sociedade); e *Conformação* (consenso e hegemonia) (CANCLINI, 1997).

Gráfico 6 (1)

Multiculturalidade

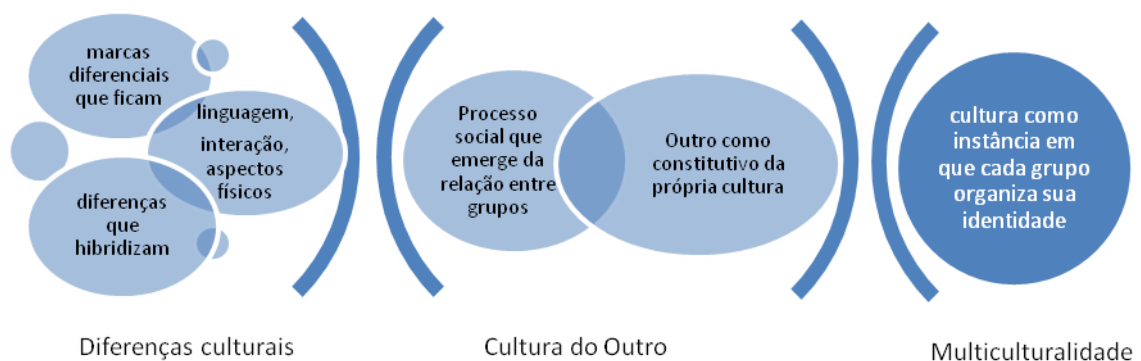


Gráfico 7 (2) Produção e Reprodução da
Sociedade

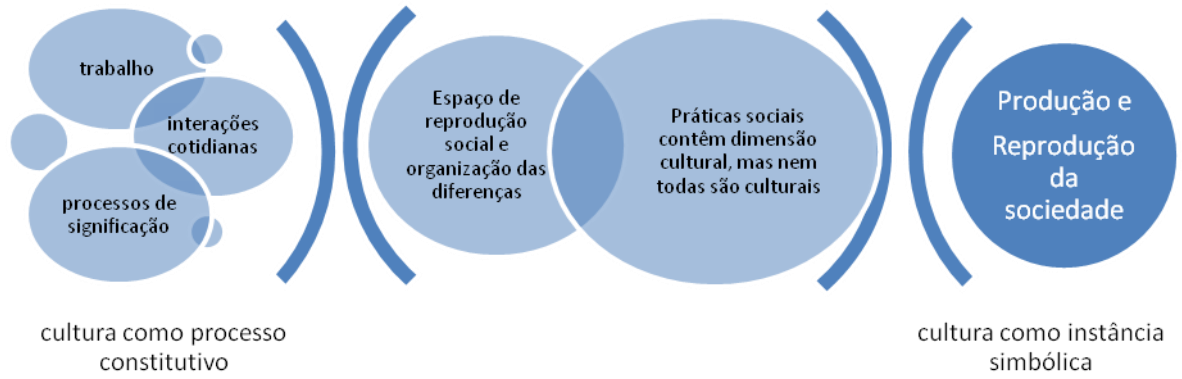


GRÁFICO 8 (3) CONFORMAÇÃO

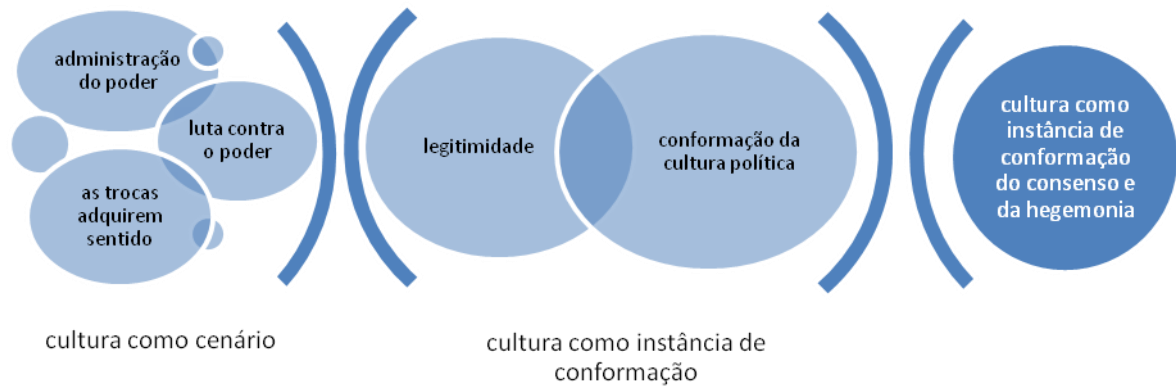


GRÁFICO 9 (4) DRAMATIZAÇÃO DOS CONFLITOS SOCIAIS



Fonte: CANCLINI, Elaboração: CUNHA, 2011

Em seu estudo sobre a mídia regional a pesquisadora comunicacional Maria Érica de Oliveira Lima (2010) referencia Canclini (1997) e ressalta “o exemplo de bens da cultura cearense, como o forró, sendo organizado para a identidade regional” (LIMA, 2010, p.63). Identidade que se cristaliza ao longo da história através da “comunicação simbólica entre os seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, com base na produção (e seu complemento o consumo), experiência e poder” (CASTELLS, 2006, p.52). Comunicação simbólica apresentada como vídeo auto etnográfico, representação social dos agentes e para as quais eles recorrem às habilidades corporais e cognitivas, fundamentais para produzir interpretações sobre o mundo da vida. “Não há *ethos* sem um ambiente cognitivo que o dinamize, sem uma unidade dinâmica de identificações do grupo, que é o seu modo de relacionamento com a singularidade própria, isto é, a cultura” (SODRÉ, 2001, p.45-46). Cultura que segundo o autor é “um modo de relacionamento com o real, visível numa variedade de repertórios (representações, ideias, mitos, saberes) circulantes na vida social” (SODRÉ, 2009, p.132). Definição que a nosso ver complementa a de Raymond Williams (1992) que caracteriza a cultura como o “sistema de significações mediante o qual necessariamente (se bem que entre outros meios) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” (WILLIAMS, 1992, p.13).

Cultura também adotada como ‘moeda de negociação’ quando enquadrada na ‘diversidade cultural’ conforme explica George Yúdice (2004) ao definir que a análise do significado dos efeitos dos fenômenos culturais nas condições de existência dos atores sociais reforça o papel da cultura como recurso que possibilita o desenvolvimento econômico, e assim as tradições culturais podem ser compreendidas como um bem coletivo a ser mantido e preservado, da mesma forma como mantemos e preservamos a biodiversidade da natureza.

Cultura é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e a sociedade disciplinar [...] são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica, de tal forma que o gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – em “cultura” e seus resultados – tornam-se prioritários (YÚDICE, 2004, p.13-14).

Entretanto, a diversidade e singularidade dos bens culturais também podem dificultar a avaliação da qualidade do produto cultural por parte do consumidor, já que ele desconhece as táticas da mídia hegemônica, ou seja, das organizações de comunicação para ‘criar apelos do consumo cultural’. Os meios de comunicação (rádio, TV, jornal, cinema, internet etc.) estão no centro das mediações em disputa, não de forma única, e justamente por isso, esta mudança não pode ser entendida através de uma simples ‘lógica midiática’; assim, o conceito de mediação ampliado para o campo da cultura, permite que se analise o objeto na intersecção da mídia apropriada e transformada e as mudanças distintivas derivadas dessa mediação na ambiência sociocultural. Como os significados institucionalizados e tecnológicos da comunicação midiática se tornaram integrais para muitos contextos diferentes da vida humana, a própria mídia não é uma instância neutra da mediação.

Roger Silverstone (2005) pesquisou o efeito da mídia sobre os mais variados momentos da vida cotidiana, tanto em público quando estamos com outras pessoas, como quando estamos sozinhos em privacidade. Sem descartar o valor da pesquisa do excepcional (cobertura midiática sobre a Guerra do Golfo, grandes desastres da natureza etc.), o autor adverte que estas análises sobre aquilo que é divulgado pela mídia hegemônica podem gerar interpretações equivocadas, e que, a observação dos processos midiáticos através das práticas do cotidiano, como por exemplo, a criação cultural produzida pelos alunos da oficina de cinema e vídeo é plena de significados reveladores das transformações que os agentes fazem das apropriações das obras midiáticas.

É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum. E é aqui, no que passa por senso comum, que devemos fundamentar o estudo da mídia. [...] A mídia depende do senso comum. Ela o reproduz, recorre a ele, mas também o explora e distorce (SILVERSTONE, 2005, p.20).

Concordamos com a reflexão feita por Renato Ortiz (2006) de que ao analisarmos a prática midiática desenvolvida no PC, envolvendo a ambiência cultural de uma comunidade específica, devemos levar em conta a mudança a perspectiva da esfera cultural na sociedade contemporânea, ou seja, a de que a esfera de cultura hoje é “um lugar de poder”, enquanto antes ela era vista como “espaço de ação política”. Ortiz (2006) nos adverte que o mundo vive hoje, sob a cultura dos padrões¹⁰ determinados hegemonicamente, padrões que são bens econômicos, já que as “forças simbólicas determinam os que falam e os que escutam” (ORTIZ, 2006, p.29).

No caso deste estudo assinalamos que o padrão adotado pelo jovem que atua no campo da mídia alternativa, (quanto à edição do material gravado) produzida no PC, é o do software de código aberto, desenvolvido em universidades públicas do Brasil por engenheiros de programação e que pode ser baixado gratuitamente através de sites na internet; postura diferente daquela adotada pela mídia hegemônica que opera com programas adquiridos de indústrias globalizadas e cujo *copyright* permite que rodem apenas nos computadores autorizados. A decisão sobre um determinado padrão como escolha coletiva pode apontar o caminho da representação social e do mecanismo pelo qual o grupo social impõe seus valores. As práticas sociais derivam de representações que projetam a forma como o agente se posiciona no mundo. Ao desafiar o poder hegemônico para utilizar o software de código aberto o produtor da mídia alternativa com conteúdo da cultura popular impõe o valor do coletivo.

Em seu estudo crítico sobre a cultura popular na Idade Média, desenvolvido nos anos 1940, Mikhail Bakhtin nos alerta para o lado debochado da cultura popular como um espaço representativo da resistência e desafio, e explica que cada cultura compartilha o seu padrão, e

¹⁰ “Os padrões são convenções, protocolos para operar uma máquina, procedimentos para coordenar determinadas ações; as redes são sistemas de conexões, como a rede elétrica com seus cabos ou a telefônica com seus sinais, capazes de articular um ponto do espaço a uma totalidade interconectada (ORTIZ, 2006, p.28).

que este compartilhamento é fundamental para que a cultura continue viva através da comunicação, portanto são os indivíduos que através da troca contínua de comunicação e interação que fomentam a cultura popular, de acordo com a realidade histórica, processo que não ocorre com o poder dominante. “O poder dominante e a verdade dominante não se veem no espelho do tempo, assim como também não veem o seu ponto de partida, seus limites e fins” (BAKHTIN, 1999, p.185).

Dos anos de 1950 a 1970, o cinema latino, em especial o cinema mexicano explorou o lado cômico das personagens para relatar as lutas sociais, como por exemplo, através de Cantinflas. No Brasil, o cinema brasileiro utilizou a figura debochada de Mazzaropi para representar o cenário político e social, espaço simbólico vivenciado entre o urbano e rural, pela sociedade da época. Joaquim Pedro de Andrade, um dos representantes do Cinema Novo Brasileiro, recicla as matrizes culturais do Brasil, com o filme *Macunaíma*¹¹, ao revelar uma cultura popular híbrida, do anti-herói, *sem nenhum caráter*. Este deslocamento do discurso historiográfico para o espaço de produção cultural foi denominado pelo historiador Roger Chartier de *mundo de representações*. “As lutas por representação têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo se impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social” (CHARTIER, 1990, p.17).

No próximo capítulo vamos trabalhar os conceitos que dialogam com nosso objeto de investigação; buscaremos analisar as possibilidades advindas do uso da tecnologia, não no sentido instrumental, mas também, como intermediadora da experiência comunicativa, produzida experimentalmente, pelo agente social motivado no sentido de mobilizar-se em prol de uma ação cultural coletiva, baseada no recurso audiovisual, através do suporte câmera de vídeo digital.

¹¹ O filme foi baseado no livro *Macunaíma* escrito em 1928 por Mário de Andrade.

Capítulo 2. DA MEDIAÇÃO CULTURAL COMUNICATIVA À MEDIAÇÃO COMUNICATIVA DA CULTURA

Como vimos no capítulo anterior nosso estudo avalia empiricamente a apropriação do recurso audiovisual pelos integrantes das oficinas de cinema e vídeo do PC *Cinema para Todos*, localizado em Natal/RN, associando cultura popular, inclusão social e cultural, e tecnologia, em direção a uma produção comunicacional alternativa coletiva simbólica, a qual ultrapassa a lógica fetichista da mercadoria midiática, e ao cruzar essa lógica de produção hegemônica, recorre aos significados disponibilizados pela interação coletiva capaz de produzir os próprios valores técnicos, estéticos e cognitivos.

Nossa hipótese, ou no dizer de Pierre Bourdieu (2004) nosso “juízo de valor sobre a realidade” centrou-se especialmente, na experiência comunicativa audiovisual, prática midiática alternativa, como lugar do nosso tempo, onde ocorre um processo de construção de representação. Como suporte teórico analítico recorreremos à noção de mediação, chave metodológica elaborada pelo pesquisador da comunicação e da mídia na América Latina, Jesús Martín-Barbero.

No Brasil, desde o final dos anos 1980, os pesquisadores da Comunicação Social e da Mídia passaram a analisar criticamente as questões da área sob uma nova perspectiva, a de que as práticas cotidianas e as mediações culturais eram as constituintes primeiras, e não os meios de comunicação, na busca da compreensão dos efeitos e influências entre a mídia e os grupos sociais. A Teoria das Mediações¹² compilada por Jesús Martín-Barbero introduzia o conceito de mediação, através de três categorias: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural.

Faz-se necessário, [...] esclarecer o movimento que, dissolvendo pseudo-objetos teóricos e implodindo as inércias ideológicas, vem se desenvolvendo na América Latina nos últimos anos: a investigação sobre os processos de constituição do massivo a partir das transformações nas culturas subalternas.

¹² Publicada no Brasil no livro com o título *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Neste estudo trabalhamos com a tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides, Rio de Janeiro, UFRJ, 2009.

Sobrecarregada tanto pelos processos de transnacionalização quanto pela emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas, *a comunicação* está se convertendo num espaço estratégico a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva. Assim, o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 261).

Antes desse trabalho de Martín-Barbero a maioria dos estudos investigativos na área comunicacional trabalhava com a noção da lógica da produção, ou seja, a partir do emissor, os meios de comunicação de massa. Alguns pesquisadores se orientavam pela tradição americana enquanto outros preferiam a perspectiva da escola de Frankfurt¹³. Com a disseminação entre os acadêmicos brasileiros da nova proposta de Martín-Barbero da análise através das mediações, a maioria dos pesquisadores passou então, a focalizar a recepção que os agentes sociais faziam dos meios, ou seja a relação da mídia com a audiência.

Essa mudança de eixo investigativo provocou uma interpretação de que as mediações descritas por Martín-Barbero estariam relacionadas apenas com os estudos de recepção, como escreveram Wesley Pereira Grijó (2011), Nilda Jacks e Daiane Menezes (2006). “A Colômbia [...] é reconhecida através da figura de Jesús Martín-Barbero como o país de onde irradiou a teoria das mediações, grande contribuição para a fermentação dos estudos de recepção em todo o continente e fora dele” (JACKS e MENEZES, 2006, p.9). Consideramos que nosso estudo não contempla uma polêmica sobre o tema, entretanto consideramos necessário trazer para o contexto deste estudo a ideia defendida pela pesquisadora científica Veneza V. Mayora Ronsini (2008, 2010), com a qual concordamos e que pretendemos trabalhar nossa análise, que é a de que a perspectiva das mediações proposta por Martín-Barbero abre caminhos para que se pesquise o processo de comunicação, tanto a partir da produção, como da recepção, e de ambos.

Partindo da concepção das mediações, consegue-se transpor os estudos da comunicação para outro patamar. Eles são transferidos do espaço restrito dos meios para o amplo espaço da cultura e mostram que as mediações têm uma relação direta com o processo de comunicação, uma vez que esse não se estabelece de maneira linear e simétrica. [...] Dentro desse recém descoberto universo, as mediações passam a ser compreendidas fundamentalmente como um conjunto de fatores estruturantes, que organizam e reorganizam a

¹³ Sobre o assunto ver *Histórias das teorias da comunicação* de Armand e Michèle Mattelart, editado pela Loyola, SP, 2009.

percepção e a apropriação da realidade, por parte do agora e mais do que nunca ativo receptor. Então, se as mediações denotam um ponto que articula produção e recepção, logo, a cultura se situa também num contexto sócio histórico que é englobado pelas mediações (RONSINI e SANTI, 2008, p.53).

2.1 Cartografia das mediações

No final dos anos 1990, Martín-Barbero amplia o mapa das mediações e apresenta o livro *Ofício de Cartógrafo*, no qual o autor se autodenomina de cronista das travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Um livro que, segundo ele, tem por objetivo “opor-se, em alguma medida, à crescente tendência ao autismo tecnicista e à hegemonia gerencial que parecem estar se apoderando dos estudos de comunicação na América Latina” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p.4). Se na primeira proposta Martín-Barbero dirigiu a pesquisa para as mediações sociais e culturais dos meios; nesta segunda proposta Martín-Barbero chama a atenção do pesquisador para uma análise mais ampla envolvendo as mediações anteriores, a cultura e a comunicação, através das mediações comunicacionais. Assim, aprofundando a base teórica do conceito de mediação, Martín-Barbero (2001) avança mais além das mediações socioculturais para as mediações comunicacionais, trabalhando sobre dois grandes eixos: a) diacrônico¹⁴ – entre as Matrizes Culturais (MC) e Formatos Industriais (FI); e b) sincrônico¹⁵ – entre as Lógicas de Produção (LP) e as Competências de Recepção ou Consumo (CR).

As mediações que resultam destes tensionamentos são: a *Institucionalidade*, a *Tecnicidade*, a *Ritualidade* e a *Socialidade*. A constituição de novas práticas e a sedimentação de saberes podem ser analisadas a partir do regime de mediação caracterizado como *Tecnicidade* (FI e LP). A mediação pelo regime da *Socialidade* (MC e CR) caracteriza as relações cotidianas através da multiplicidade de modos e sentidos nos quais a coletividade se faz e se desfruta a polissemia da interação social. É o que dá o sentido da comunicação. Mas a comunicação só é duradoura se tomar forma, temos então a *Ritualidade* (FI e CR), repetição e inovação, produz a permanente reconstrução do nexos simbólico. A *Institucionalidade* (MC e LP) regula os discursos da *doxa*, no sentido de manter a ordem dominante, em contraponto

¹⁴ Diacrônico: relativo ao estudo do desenvolvimento de um fenômeno através do tempo, histórico de longa duração, é o eixo das sucessividades.

¹⁵ Sincrônico: analisa os eventos ou fenômeno de um particular período, sem considerar os antecedentes históricos, é o eixo das simultaneidades.

aos discursos dos sujeitos que buscam reconhecimento social. Se na socialidade a comunicação é fim, na institucionalidade ela é meio (MARTÍN-BARBERO, 2004). A partir dos dados da obra de Martin-Barbero (2004) elaboramos o gráfico a seguir:

GRÁFICO 10 MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA



Fonte: MARTÍN-BARBERO, 2004 Elaboração: CUNHA, 2011

Muitos teóricos recorreram ao esquema dos eixos diacrônico e sincrônico para tornar visível a explicação dos conceitos postulados, como por exemplo, Ferdinand De Saussure, no início dos anos 1900, na França, introduziu-o como procedimento metodológico de análise linguística¹⁶. De Saussure considerava importante o estudo sincrônico, porque o indivíduo utiliza a língua como comunicação e interação, e não consegue apreender imediatamente o

¹⁶ Sobre o assunto ver o livro *Curso de linguística geral*, de Ferdinand De Saussure, publicado pela Cultrix, SP, 1969.

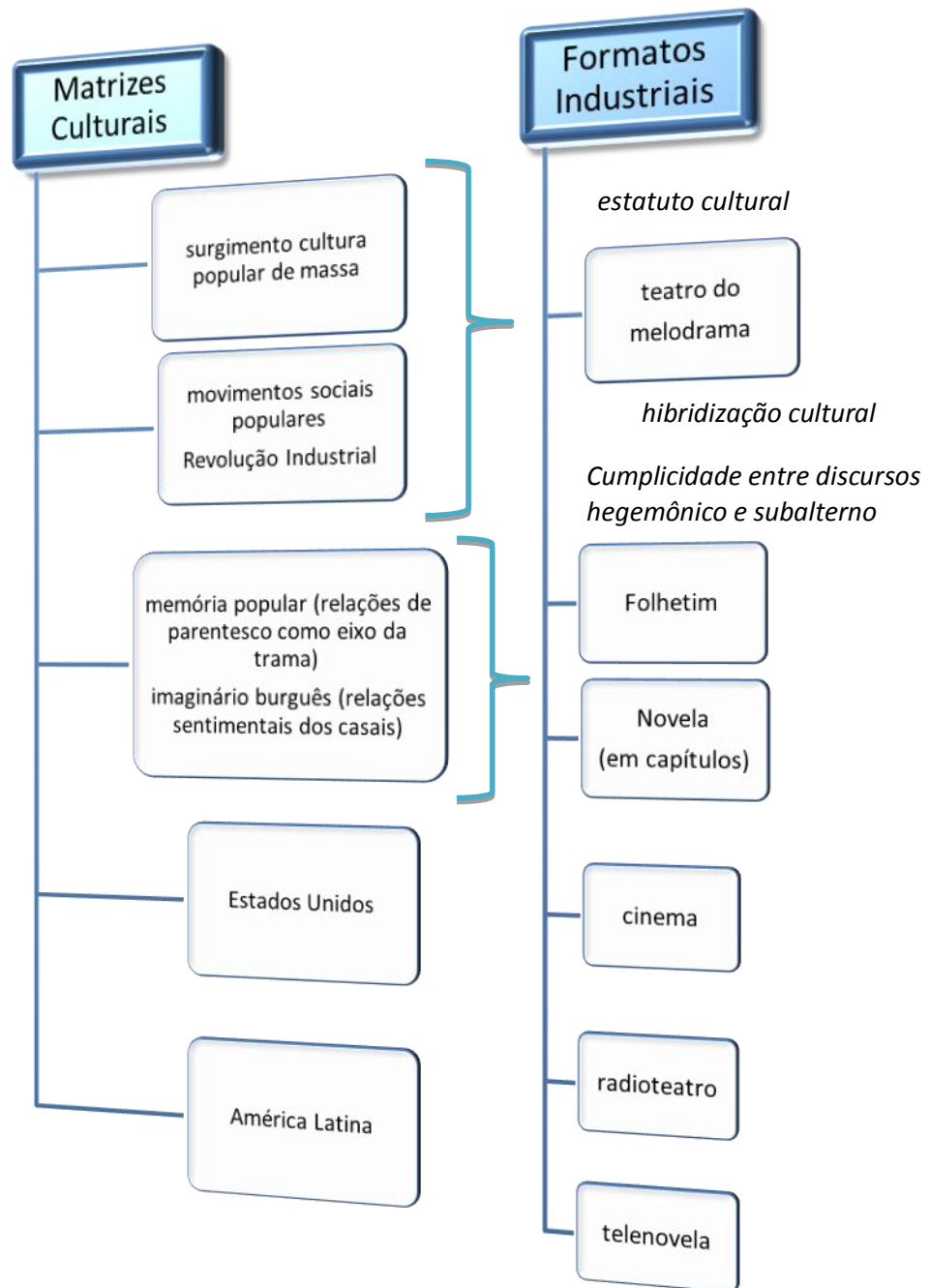
encadeamento dos acontecimentos linguísticos através do tempo. A análise linguística através do eixo diacrônico permitia o estudo tanto do ponto de vista da história externa (relações existentes entre os fatores socioculturais e a evolução da língua), quanto interna (evolução estrutural fonológica e morfossintática da língua). Pierre Bourdieu, nos anos 1960, utilizou-o como instrumento de análise da distinção social, onde o mapa bidimensional destaca no eixo sincrônico a evolução do capital cultural versus o capital econômico para descrever entre outros pontos, o grau de conhecimento da cultura pelos membros das diferentes classes sociais¹⁷. E podemos citar também, o método da “Análise sincrônica versus diacrônica para os estudos da Cultura Popular”, desenvolvido por Tim Lally, no início dos anos 1980, e publicado no livro “5000 anos de Cultura Popular”, pela Universidade do Estado de Ohio, nos Estados Unidos. Na época Lally (1980) argumentava que a teoria da cultura popular precisava ser melhor desenvolvida, assim o novo paradigma permitiria que se analisasse a cultura popular como uma expressão de uma dada sociedade no que concerne às suas necessidades de lazer e cultura, bem como em relação às oportunidades de cultura que eram oferecidas; e a partir daí distinguir os graus de popularidade (aceitação cultural) ao longo de dois eixos: o sincrônico e o diacrônico. O eixo sincrônico incidia sobre a popularidade de um texto cultural ou outro objeto de análise da cultura popular, em um determinado, limitado e específico período de tempo e espaço na história; enquanto o eixo diacrônico permitia a análise dentro de um contexto cultural e temporal mais amplo da história.

2.2 A articulação dos movimentos sociais

A articulação entre as Matrizes Culturais (MC) e Formatos Industriais (FI), permite ao observador analisar “a história das mudanças na articulação dos movimentos sociais e discursos públicos, e destes com os modos de produção do público que agenciam as formas hegemônicas de comunicação coletiva” (MARTÍN-BARBERO, 2009, P.16). Para exemplificar esta relação entre as Matrizes Culturais (MC) e os Formatos Industriais (FI) elaboramos o gráfico a seguir:

¹⁷ Sobre o assunto ver cap.6 *A boa vontade cultural*, do livro *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*, de Pierre Bourdieu, editado pela Edusp, SP e Zouk, RS, em 2008.

GRÁFICO 11 MATRIZES CULTURAIS E FORMATOS INDUSTRIAIS

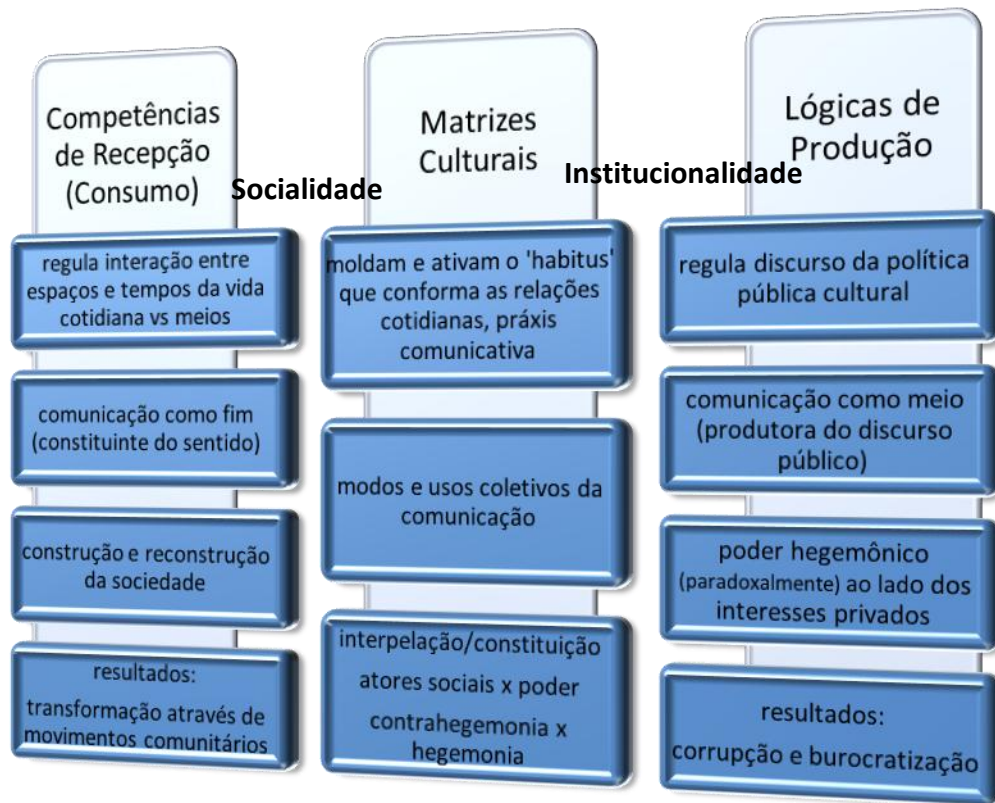


Fonte: MARTÍN-BARBERO, 2004 Elaboração: CUNHA, 2011

Estas mediações comunicacionais “tornam-se o lugar antropológico da mutação cultural que introduz a espessura comunicacional do social,” reconfigurando assim, “as relações entre sociedade, cultura e política” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.20). No gráfico a seguir podemos observar as principais características das categorias de mediações *Socialidade*

– entre Matrizes Culturais (MC) e Competências de Recepção/Consumo (CR); e *Institucionalidade* – entre Matrizes Culturais (MC) e Lógicas de Produção (LP).

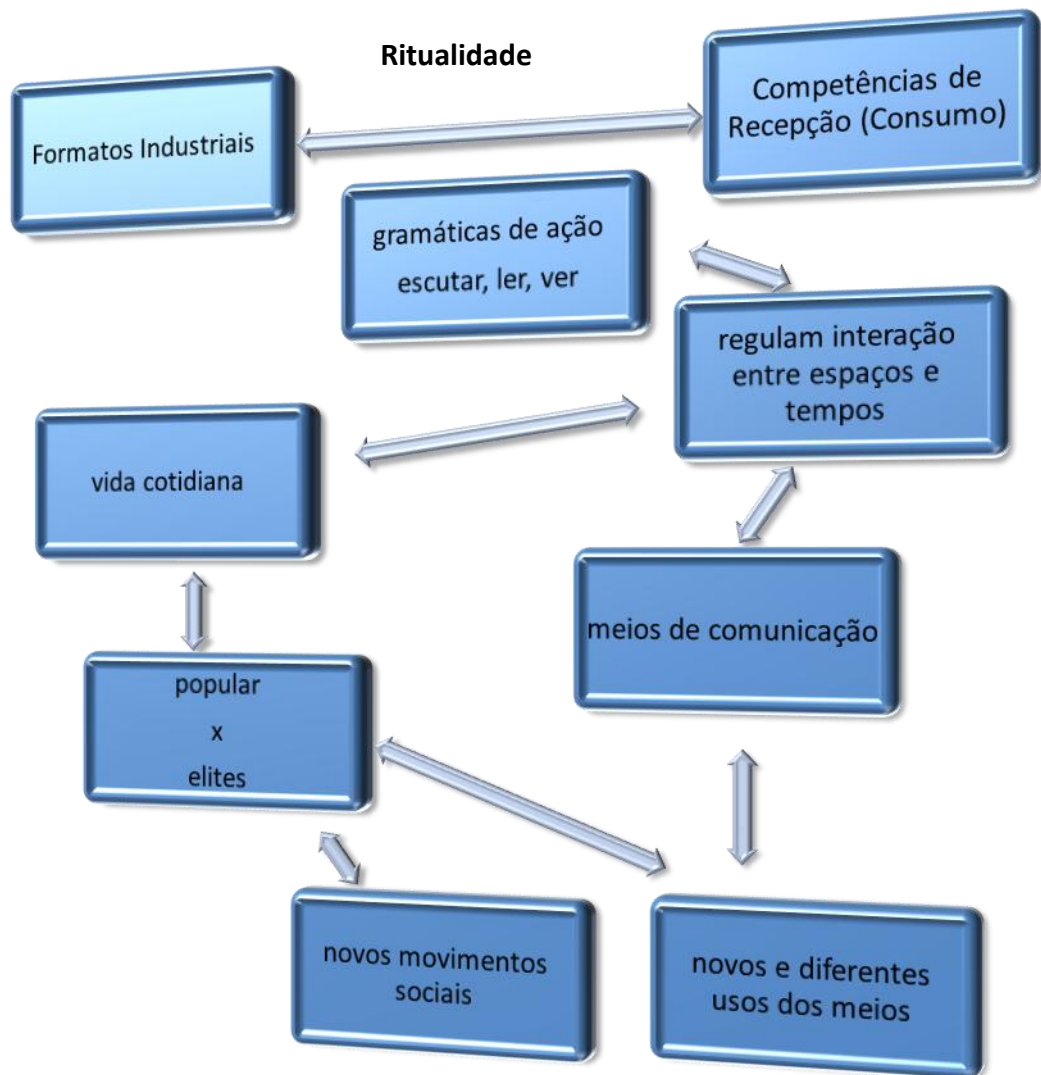
GRÁFICO 12 SOCIALIDADE E INSTITUCIONALIDADE



Fonte: MARTIN-BARBERO, 2009 Elaboração: CUNHA, 2011.

Como observamos no gráfico acima as Competências de Recepção/Consumo (CR) regulam a interação entre espaços e tempos da vida cotidiana e os meios de comunicação, e através do regime de mediação *Socialidade* ocorrido com as Matrizes Culturais (MC) podemos analisar os modos e usos coletivos da comunicação, entre outras ações. É através da *Socialidade* que a sociedade desvela o movimento de desconstrução e construção sobre si própria. Mas, para analisar o processo de estabelecimento e estruturação das novas maneiras de estar junto, que impulsiona a formação identitária é preciso estudar o processo de *Ritualidade* possibilitado pela mediação entre os Formatos Industriais (FI) e as Competências de Recepção/Consumo (CR), como mostra o gráfico a seguir.

GRÁFICO 13 RITUALIDADE



Fonte: MARTÍN-BARBERO, 2004 Elaboração: CUNHA, 2011

2.3 Fluxos de informação vs migrações culturais

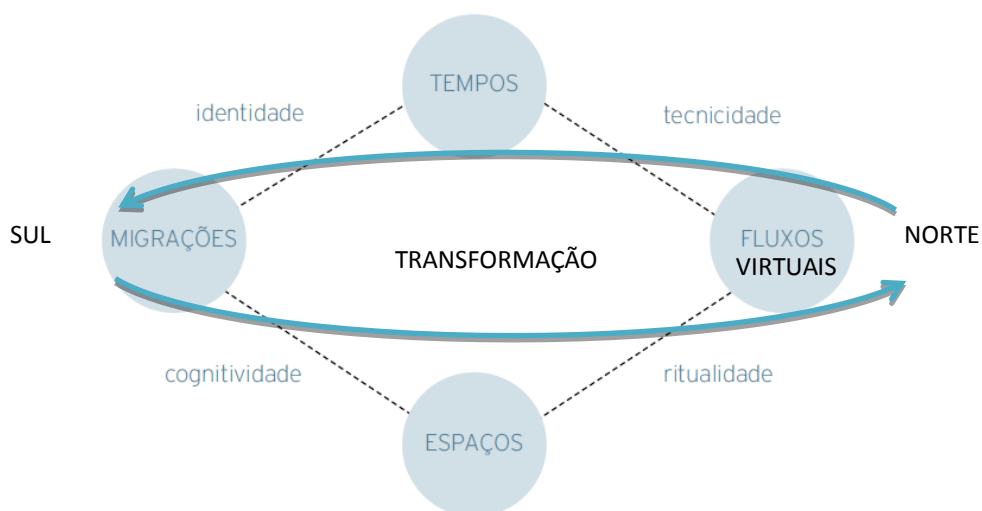
Vamos nos deter um pouco mais na compreensão dos novos usos dos meios e na formação de novos movimentos sociais, pois os Pontos de Cultura (PCs) emergiram no seio dos grupos sociais periféricos organizados em associações culturais e organizações comunitárias. São os ritos diferentes do popular e das elites que enraizados e manifestados

através da memória étnica, classe, gênero, hábitos familiares; e evoluídos e adaptados através do gosto, da educação possibilitam o surgimento dos novos movimentos sociais, principalmente entre os jovens, que se reúnem e formam laços através de uma empatia cognitiva e expressiva estruturada nos caminhos velozes traçados pela nova linguagem tecnológica.

Nesse espaço de construção e reconstrução (Martín-Barbero, 2004) podemos observar como se elaboram as novas maneiras de estar junto, como por exemplo os movimentos musicais (*rock, rap*), onde coletivamente vão se recriando e reimaginando novos modos de convivência, novas identidades e os novos usos para os meios de comunicação (midiativismo, mídia alternativa, mídia tática). E, principalmente, as novas formas de se identificar, de existir no mundo virtual, de ganhar visibilidade nas redes sociais do mundo virtual, através da comunicação mediada por computador (CMC) com um tempo e espaço distintos do tempo e espaço do mundo da vida. Por exemplo, a sala de aula que fica na tela do computador, onde o aluno chega para a aula no instante em que acessa o site da escola para estudar a matéria e fazer os exercícios.

As mudanças do tempo e do espaço fizeram com que Martín-Barbero desenhasse um novo mapa das mediações. Nesta nova composição de transformação midiática e social que vive o mundo, os fluxos virtuais se medeiam com as compressões dos espaços virtuais e produzem a ritualidade, como vemos no gráfico a seguir:

GRÁFICO 14 TRANSFORMAÇÕES DE ESPAÇOS E TEMPOS



Fonte: MARTÍN-BARBERO, 2009. Elaboração: CUNHA, 2011.

As mediações passam a ser transformação do tempo e transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações de população, como jamais visto. De outro, os fluxos virtuais. Temos que pensá-los conjuntamente. Os fluxos de imagens, a informação, vão de norte ao sul, as migrações vão do sul ao norte. E há a compressão do tempo, a compressão do espaço e é aí que eu recomponho as duas mediações fundamentais hoje: a identidade e a tecnicidade. [...] Ponho a ritualidade ao lado de cognitividade. Retiro dele as duas mediações que eram mais sociais, institucionalidade e socialidade, para colocar a transformação (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.14).

Se o mapa anterior remetia a ritualidade às condições sociais do gosto, posses e hábitos culturais (MARTÍN-BARBERO, 2009) como se dará a mediação da ritualidade na imbricação dos espaços comprimidos e dos fluxos virtuais das imagens e informação? Enquanto aguardamos as novas interpretações que Martín-Barbero nos oferecerá em seu próximo livro *Sentidos da técnica e figuras do sensível*¹⁸ podemos considerar para efeito deste nosso estudo investigativo alguns processos de construção da ritualidade a partir das reflexões de Pierre Bourdieu (1996).

2.4 Pré-visão paradoxal, a *doxa* do oprimido

Para o sociólogo Pierre Bourdieu a *ação performativa* do rito tem o poder de se inscrever como disposição duradoura no *habitus* (BOURDIEU, 2009, p.87):

sistemas de *disposições* duráveis e transponíveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, ou seja, como princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas ao seu objetivo sem supor a intenção consciente de fins e o domínio expresso das operações necessárias para alcançá-los, objetivamente “reguladas” e “regulares” sem em nada ser o produto da obediência a algumas regras e, sendo tudo isso, coletivamente orquestradas sem ser o produto da ação organizadora de um maestro.

¹⁸ Ainda sem previsão de lançamento no Brasil.

Como é que isto funciona na prática? Complexamente. Duradouramente. Muitas vezes por mais uma geração. O estatuto da prática social cinema levou trinta anos para se estabelecer (BOURDIEU, 1996). Mas, vamos tentar interpretar o processo de construção de uma prática, recorrendo ao campo sociocultural da oficina de cinema e vídeo. Nessa ambiência social e cultural o agente segue o rito de instituição (como se fosse uma escola), rito socialmente legitimado por uma ação performativa e que tem o poder de se inscrever na *hexis* corporal (habilidade, hábito) desse e de outros agentes que estão sob a influência do rito.

O professor da oficina tem o reconhecimento do Ministério da Cultura, como Ponto de Cultura instituído e formalizado, e para tanto ele está legitimado pelo discurso dominante (poder simbólico). Para Bourdieu (1996), o ato performativo é aquele reconhecido institucionalmente, portanto, se uma fala ou ato está destituído desse reconhecimento social, ele por si só é inócuo e não tem poder. A partir dessa inscrição os agentes desenvolvem relações para demonstrar quem eles são e o que eles têm, *capital simbólico* (BOURDIEU, 1996, p.85). O grupo social sustenta essa diferença, embora tacitamente e quase sem demonstrar, entre os que dominam e os que são dominados.

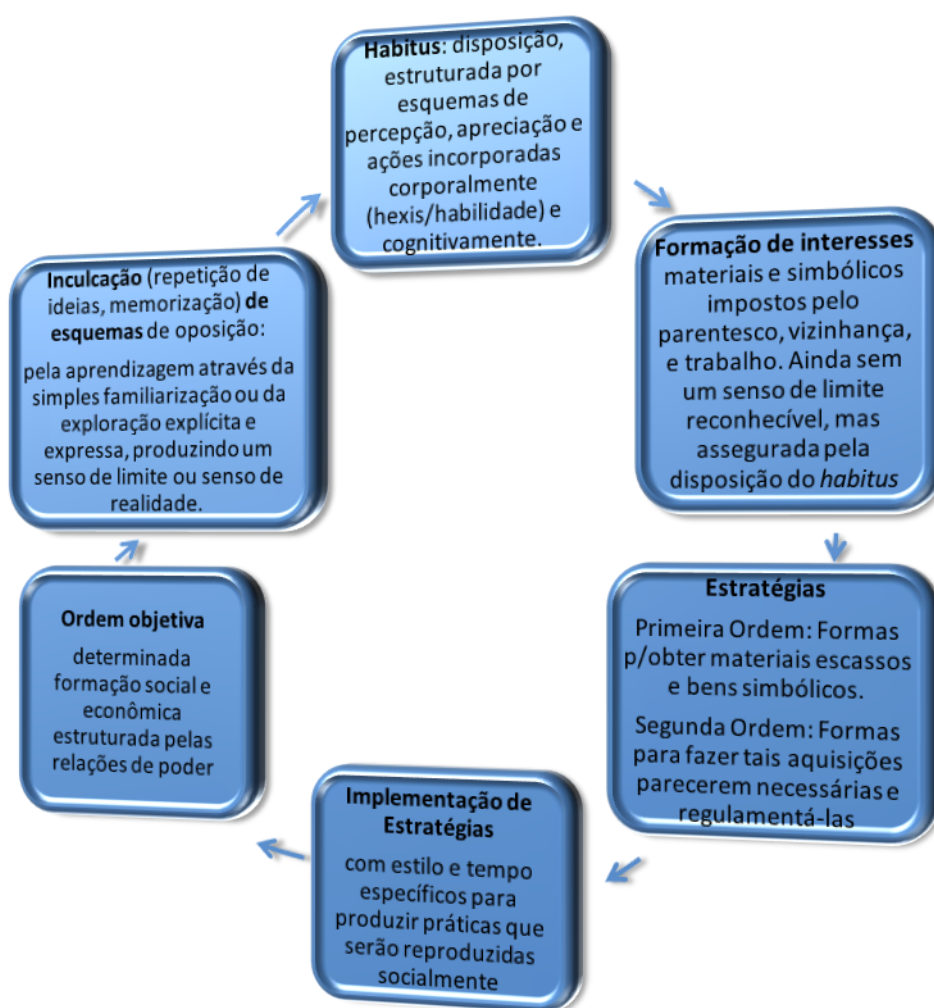
Outro fator importante é a *doxa*, tão duradouro quanto a *hexis*. Enquanto a *hexis* é habilidade corporal, a *doxa* é cognitiva. A *doxa*, mantida pelos *ortodoxos*, é o acordo fundamental que serve de base para toda a compreensão da ordem social, é a visão da realidade a partir do discurso dominante. Em contraposição aos *ortodoxos* estão os agentes que contestam a representação de realidade do discurso dominante. Bourdieu (1996) explica que eles são considerados *subversivos*, *heréticos*¹⁹ porque querem romper com a *doxa*, e imprimir um novo senso comum com recurso de novas práticas que legitimadas e reconhecidas através de manifestação pública coletiva como enunciado performativo de um grupo social e, assim atinge o *status* de *pré-visão paradoxal*²⁰ (BOURDIEU,1996). Nessa estrutura da luta entre as classes sempre o dominante vai tentar desmobilizar a força do coletivo e minimizar a importância do discurso herético.

2.5 Engajar, ligar e compartilhar

¹⁹Heresia, uma visão alternativa daqueles dominados que, desvinculando-se da visão dominante, conseguem vislumbrar uma ordem social diferente, mais justa (BOURDIEU, 1996, p. 118).

²⁰*Pré-visão paradoxal* pode ser considerada uma utopia, programa ou projeto que visa subverter a ordem. A performance representativa tem poder nessa subversão política, já que ela anuncia uma subversão cognitiva, da compreensão da ordem das coisas, uma conversão da visão de mundo (BOURDIEU, 1996, p.118).

O processo de estruturação de uma prática de tal forma que haja continuidade e aceitação por parte do grupo social, fazendo com que a prática se torne parte do cotidiano como produto da inserção dos indivíduos nos diferentes espaços sociais, pode ser compreendido através do ciclo do *habitus*, princípio gerador de práticas e representações. Resumidamente, podemos considerar que o ciclo que leva uma sociedade a adotar uma prática vai da disposição estruturada por esquemas de percepção, passa pela formação de interesses, configura-se através das estratégias, sofre o processo de implementação, segue uma ordem objetiva determinada pela formação social e econômica estruturada pelas relações de poder, até se tornar repetitiva através do aprendizado ou pela exploração, como podemos observar no gráfico a seguir.

GRÁFICO 15 *HABITUS*

Sobre a questão de Bourdieu encarar as práticas como determinadas, e ao mesmo tempo livres, o sociólogo Moisés de Lemos Martins (2011) considera o ponto de vista de Jaques Bouveresse (2003), lembro que “Leibniz não via nenhuma contradição no facto de uma acção poder ser completamente determinada e ao mesmo tempo perfeitamente livre” (MARTINS, 2011, p.63).

No dizer de Bourdieu, Martins reflete, o agente ocupa realmente posições determinadas em virtude da estrutura lógica estruturada pelas forças sociais, entretanto, “o conhecimento da natureza e do modo de funcionamento das instituições e dos mecanismos que governam os fenômenos culturais [...] dá aos actores uma possibilidade real para modificarem as suas atitudes e as suas práticas” (MARTINS, 2011, p.64)

Para Demosthenes Akoumianakis (2009) a prática social é uma "sabedoria coletiva (composta por hábitos, regras, códigos e modos de agir socialmente) através da qual a comunidade negocia os significados e articula o *sensu comum*" (AKOUMIANAKIS, 2009, p.2). O autor adverte que ao se estudar a formação e/ou execução de uma determinada prática é preciso estar atento para o fato de que a interpretação e articulação (da prática) podem variar de acordo com a formação cultural, conhecimento da cultura popular e experiência dos atores sociais envolvidos.

No caso de nosso estudo investigativo o desafio consiste em se verificar a medida da coerência da comunidade acerca da prática investigada, e para isso observamos e identificamos três dimensões: a) Mútuo engajamento; b) Ligação Comum; e c) Repertório Compartilhado (WENGER *apud* AKOUMIANAKIS, 2009).

- a) Mútuo engajamento: Tanto em São Gonçalo do Amarante, como em Açú, ou em Lajes, os membros da comunidade, aprendizes de cineastas, interagiram uns com os outros com o propósito de obter bons resultados em todas as etapas do exercício da prática audiovisual;
- b) Ligação Comum: O curta-metragem que denuncia a corrupção; ou o documentário que faz um alerta sobre a desumanidade da homofobia; ou ainda, a animação sobre a infância de outrora; cada um destes tópicos é uma causa comum a todos, ou seja, a prática personifica o interesse comum da comunidade, dos membros e do objetivo de toda a comunidade como um todo;
- c) Repertório Compartilhado: A maioria dos jovens participantes das oficinas

adotou a nova forma de produzir comunicação alternativa através do aprendizado das rotinas de produção de um vídeo digital, do vocabulário específico da área cultural audiovisual, conheceu novas ferramentas (câmera, luz, computador para edição), introduziu e compartilhou fatos históricos ligados ao tema pretendido pelo coletivo, discutiu ações e conceitos novos, enfim o novo repertório foi compartilhado coletivamente e se tornou parte da nova prática comunicacional alternativa.

Desta forma, a *estrutura estruturada* das experiências comunicacionais vivenciadas pelos jovens, predisposta a funcionar como *estrutura estruturante* é o princípio que gera e estrutura a nova prática de comunicação alternativa (BOURDIEU, 2008). A ação midiática através da *tecnointeração* transforma a ambiência cultural dos espaços das oficinas e gera transformações nas relações sociais dos indivíduos com a comunidade (nos campos econômico, cultural e político). “As perguntas abertas pela *tecnicidade* apontam então para o novo estatuto social da técnica, para o rearranjo [...] da *praxe* política, para o novo estatuto da cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 236). Na mediação pelo regime da *tecnicidade* entre os Formatos Industriais (FI) e as Lógicas de Produção (LP) como por exemplo, na conexão das mídias televisão e telefone com o computador, configuram-se novos cenários, “novos relatos de gêneros midiáticos” (MARTÍN-BARBERO, 2004), que nos possibilitaram observar os caminhos utilizados pelos alunos das oficinas de cinema e vídeo do PC, para a construção da nova prática e a sedimentação de saberes.

Ao elaborar a construção da nova prática o sujeito estrutura uma nova ambiência social e cultural, propicia para a dinâmica coletiva, gerando assim, novos espaços coletivos adequados para o compartilhamento e continuidade da prática. “Prática designa ação imanente pela qual o sujeito vivencia o padrão rotineiro do *ethos*, e também a possibilidade de transformá-lo” (SODRÉ, 2009, p.47).

Graças às doações espontâneas das próprias experiências individuais vivenciadas e compartilhadas pelos atores sociais torna-se possível o compartilhamento da prática comunicacional alternativa por meio do recurso audiovisual, que pode ser chamada de vídeo auto etnográfico ou vídeo popular, nomes que mais do que caracterizar o produto revelam características do conteúdo representativo do ‘sistema periférico’²¹ (ABRIC, 2002).

²¹ Para ABRIC (2002, p.34) as representações sociais são regidas por um duplo sistema: central – ligado à memória coletiva e à história do grupo; e o periférico – que permite a integração de experiências e histórias individuais.

O *vídeo popular* e os movimentos sociais estão associados historicamente, a partir da década de 1980. Para Luiz Fernando Santoro, o conceito *vídeo popular* foi desenvolvido a partir “do reconhecimento do conjunto das produções e dos modos de atuação dos grupos de vídeo junto aos movimentos populares” (SANTORO, 1989, p.59). Santoro reflete que a falta de recursos, tanto pessoal como econômico, o imediatismo das questões que seriam gravadas e a abordagem parcial contribuíram para o fim do movimento do vídeo popular (SANTORO, 1989).

As possibilidades do vídeo digital, o baixo custo das câmeras portáteis de vídeo digital, a popularização dos *softwares* livres para edição não-linear e a visibilidade proporcionada pela internet contribuíram para reativar a força da produção independente, do midiativismo, pelo menos no mundo, como veremos a seguir.

2.6 Midiativismo

O avanço tecnológico contribuiu para a globalização, e com ela havia o sentimento de que as massas seriam mais permeáveis, posto que, se compõem por um número maior de pessoas, ao contrário dos grupos dominantes, aos quais acarretaria menor capacidade de organização. Entretanto, como explica Mike Featherstone (1995), a globalização não eliminou o localismo, paradoxalmente, fortaleceu as "identificações locais". Assim, o processo de globalização e o avanço tecnológico tendem a promover um cenário para a expressão de diferenças, e não, para o surgimento de uma cultura global unificada.

Há um sistema paralelo que abriga os eventos que não são divulgados pela mídia hegemônica, mas ganham destaque nas rádios comunitárias, em carros de som da mídia local alternativa pela periferia das cidades, movimentando uma economia informal que vai desde as quituteiras, garçons, camelôs, transportes alternativos, *shows* performáticos com DJs locais, até as exposições nos improvisados cineclubes dos filmes experimentais produzidos nas oficinas de cinema e vídeo dos PCs em diversos municípios brasileiros, entre outras manifestações de apropriação da cultura autóctone.

Nos anos 1990, os pesquisadores David Garcia e Geert Lovink detectaram que o movimento de transição política vivenciado pelos europeus pós-1989, havia originado um

novo movimento midiático que eles conceituaram de *mídia tática*. Segundo Garcia e Lovink (1997) a caracterização de ‘tática’ para esta nova mídia foi utilizada a partir da análise de *A invenção do cotidiano*, de Michel De Certeau (1998). Na apresentação do *ABC da Mídia Tática* (GARCIA e LOVINK, 1997) os autores explicam que De Certeau (1998) analisa a cultura popular não como um domínio de textos e artefatos, mas sim, como um conjunto de práticas ou operações executadas em estruturas e consumidas taticamente. Na verdade, o *tático* é o usuário rebelde (termo que De Certeau preferiu a consumidor), enquanto o *estratégico* caracteriza o produtor (que para De Certeau eram os autores, educadores, curadores e revolucionários).

A consciência desta dicotomia *tática* e *estratégica* ajudou-nos a identificar uma classe de produtores que parecem ser os únicos conscientes do valor destas mutações temporárias no fluxo do poder. E ao invés de resistir a estas rebeliões, fazem tudo o que podem para ampliá-las. Denominamos esse trabalho de *mídia tática* (GARCIA e LOVINK, 1997, p.11).

Academicamente, o conceito *mídia tática* foi desenvolvido a partir de uma pesquisa coordenada por David Garcia e Geert Lovink na Universidade de Amsterdam (Holanda), relacionada com vídeo e TV ativismo e apresentada em 1993, durante o primeiro festival holandês *Next 5 Minutes* (N5M). O discurso da abertura propagava a celebração da diversidade cultural, organização descentralizada e acessibilidade para o futuro da mídia e da comunicação. Ao invés de ir para as ruas, os ativistas, em sua maioria artistas trabalhavam a arte de forma intervencionista através da *mídia tática*. Um bom exemplo do movimento no Brasil, aconteceu na Casa das Rosas, em São Paulo, em 2003, e reuniu centenas de pessoas entre ativistas sociais e políticos, artistas visuais, experimentações radicais em mídia eletrônica e teóricos da cultura crítica. A mídia tática estava baseada no princípio da resposta imediata e flexível (*hit-and-run tactical attitude*²²) e na habilidade para se mover de uma mídia para outra criando um fluxo contínuo de mudanças e hibridismo cultural, especialmente do ponto de vista da manipulação da mídia digital com conteúdo cultural (*art + design*). Sempre aproveitando totalmente, os espaços vazios oportunizados pela mídia hegemônica, justamente pela oferta rápida e contínua, no mercado mundial, de novos aparatos técnicos voltados para tecnologia digital de informação, comunicação e telecomunicação, e sobre os quais não há regulamentação.

²² Ação tática de bater e correr.

Como vimos o conceito de *mídia tática* foi baseado no vídeo e TV ativismo (1993). Nos anos seguintes, com o desenvolvimento, aumento do poder de alcance, e velocidade de propagação da informação através da internet, o conceito foi modificado para *mídia ativismo* (GARCIA e LOVINK, 1997). Historicamente, segundo Matteo Pasquinelli (2002), os primeiros vídeos feitos por mídia ativistas foram os contra a Guerra do Vietnam, em 1960. “Assim como a televisão está para as massas, a produção [independente] de vídeo está para o movimento global, como mecanismo de reflexo do próprio imaginário e da própria força” (PASQUINELLI, 2002, p.64).

O ciclo do atual *mídia ativismo*, ou *mediativismo*, começou em Seattle em 1999, onde também ficou conhecido como *videoativismo*, durante o *N30-Indymedia*²³; e em 2000 atingiu o ápice durante o *Fórum Social Mundial*, na Austrália, quando manifestantes juntaram o conteúdo revolucionário do *mediativismo* e a velocidade e alcance mundial da internet para divulgar por todos os continentes o *Camcorder Kamikaze Manifesto* (PASQUINELLI, 2002).

Podemos dizer que a mídia alternativa produzida pelo ativismo midiático, está impregnada pelo conjunto de valores econômicos, políticos e culturais tanto local, como nacional e até internacional. O modelo de democracia participativa, que prevê suporte intelectual e teórico, bem como preservação dos valores comunitários, das práticas socioculturais e das identidades, influenciou e ampliou o desenvolvimento fertilizado da mídia alternativa. A mídia alternativa responde ao chamado da comunidade onde ela está inserida e reverbera entre outras comunidades as demandas sociais, culturais e políticas locais, até que elas se tornem conhecidas nacional e internacionalmente. Como por exemplo, o revolucionário movimento *Primavera Árabe*, que começou em dezembro de 2010, quando um vídeo feito com câmera de telefone celular percorreu o mundo mostrando imagens do suicídio de um jovem, queimado vivo, em protesto contra a falta de oportunidade de novos empregos para os jovens e a repressão por parte de um governo ditador e corrupto em seu país, a Tunísia. As redes sociais, através da internet, repercutiram e compartilharam incessantemente

²³ O Centro de Mídia Independente de Seattle é hoje uma rede descentralizada e autônoma que abriga uma centena de ativistas, jornalistas independentes, e centros de mídia alternativa de todas as partes do mundo, que oferecem cobertura não corporativa. O centro foi inicialmente estabelecido em 1999, para fazer a cobertura das manifestações contra o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC). Os manifestantes (de 40 a 100 mil) envolvidos na *Batalha de Seattle*, tinham motivações e perspectivas políticas distintas. Enquanto membros de ONGs e humanistas protestavam contra o avanço de políticas neoliberais, que consideravam uma ameaça aos direitos humanos e às políticas de saúde, educação e distribuição de renda nos países pobres; os ambientalistas queriam barrar as negociações, para evitar a degradação ambiental; os sindicalistas por sua vez lutavam pela manutenção dos direitos trabalhistas; e finalmente outros grupos demonstravam repúdio pelo capitalismo global. Hoje, dez anos depois deste evento, conhecido como a *Rodada do Milênio*, o Centro oferece reportagens, fotos, áudio e vídeo através do portal *Indymedia Center*.

as imagens e a mensagem do protesto. Para o professor Mark LeVine (2011), seis ingredientes foram paradigmáticos para o crescimento do movimento midiativista da *Primavera Árabe*: uma população jovem; uma internet ágil e inteligente; um grupo de ativistas cosmopolitas e multilíngues; uma classe trabalhadora que já está pronta para enfrentar até mesmo de forma sangrenta a repressão do governo; um movimento religioso com raízes profundas na sociedade; um regime que perdeu o poder central do autoritarismo para um poder superficial mafioso; e uma população que perdeu toda a esperança – e portanto, todo o medo. Este conjunto de fatores fez com que o movimento revolucionário dos midiativistas tunisianos, sintetizado no vídeo do protesto de Bouazizi, cruzasse as fronteiras dos países do Oriente Médio e atingisse até o norte da África. Dez dias depois da morte de Bouazizi, o Presidente da Tunísia, Zine El Abidine Ali, foi deposto. Durante o ano de 2011, ditadores eternos foram caindo, um a um, no compasso das manifestações públicas presenciais e virtuais contra os governos repressores e corruptos: Hosni Mubarak (Egito) – preso; Muammar Gaddafi (Líbia) – morto; Abdullah Saleh (Yemen) – refugiado na Arábia Saudita. Além disso, mudanças políticas aconteceram e estão acontecendo em muitos países como Argélia, Bahrain, Iran, Iraque, Israel, Jordan, Kuwait, Líbano, Marrocos, Palestina, Arábia Saudita, Síria; entretanto, é importante lembrar que além de Bouazizi centenas de pessoas morreram, e milhares estão presas, sem possibilidade de defesa ou julgamento justo, de acordo com os dados do Relatório da Anistia Internacional. E muitos destes incidentes não são mostrados pela mídia hegemônica, porque em nome da segurança do país, muitas autoridades impedem a entrada de equipes de profissionais de emissoras estrangeiras, e por outro lado, os mídia ativistas também são impedidos de mostrar a verdade devido a onda de repressão instaurada na maioria dos países envolvidos no movimento *Primavera Árabe*. “They have cracked down on demonstrators protesting over human rights violations [...] also legalize a number of abusive practices including arbitrary detention²⁴” (AMNESTY, 2011, 3).

Embora seja oportuna e relevante a contextualização sobre o atual papel da mídia alternativa como propulsora do movimento *Primavera Árabe* através do fortalecimento do poder social e político do coletivo que amplia a constituição de um projeto democrático; é necessário refletir que esta mídia é a mesmo tempo caracterizada pela contingência fluídica e diversidade. É um movimento que contempla, ao mesmo tempo a mensagem da comunidade e o *feedback* (retorno sobre e para a mensagem) individual e coletivo, no ritmo da velocidade da

²⁴ “Eles têm reprimido os manifestantes que protestam contra as violações dos direitos humanos [...] também legalizaram uma série de práticas abusivas, incluindo detenções arbitrárias”. (Tradução da autora).

internet, em muitas línguas diferentes, por razões diversas, preservando-se a ideia inicial. Diferente do movimento comunicacional da mídia hegemônica, que comunica a informação, a partir de uma agenda própria, centrada nos interesses da própria mídia hegemônica ou de outras corporações e instituições que a sustentam econômica e politicamente.

Diante do exposto, onde permitimo-nos analisar os novos usos dos meios através do processo de mediação pelo regime de *Ritualidade* entre os Formatos Industriais (FI) e as Competências de Recepção/Consumo (CR), podemos refletir sobre a distância que separa a estrutura, embora independente, bastante organizada dos ativistas midiáticos que integram o *Indymedia Center* e *Primavera Árabe*, comparativamente com os produtores de vídeo digital do Ponto de Cultura investigado.

Além da produção dinamizada pela participação coletiva é fundamental ressaltar a necessidade da divulgação/exibição dessa produção entre a própria comunidade e outras comunidades; tanto para a certificação e continuidade do exercício da prática midiática, quanto para a validação da comunicação dos direitos humanos, entre eles o direito ao exercício da cidadania cultural, como forma emancipatória do saber individual compartilhado coletivamente. Um exemplo do que estamos escrevendo pode ser encontrado no trabalho da pesquisadora acadêmica Catarina Tereza Farias de Oliveira (2002) que investigou a trajetória das rádios livres e comunitárias e concluiu que, tanto no Brasil, como na Europa, a inserção na programação dessas rádios, de temas relativos à cultura, gerou novas interações com os movimentos socioculturais populares.

Essas experiências inovam no modo como a comunicação de massa tem tratado os receptores desde então, [...] embora, as rádios comunitárias surjam em interação com o cenário cultural que engloba o massivo e a partir dele elaborem suas propostas comunicativas ainda assim apresentam aspectos renovadores porque aproximam-se dos movimentos sociais e culturais populares que sempre estão emergindo (OLIVEIRA, 2002, p.253).

Apresentamos a seguir alguns pontos que nos ajudam a compreender e em certo sentido identificar a mídia tática, ou mídia ativismo, ou mídia alternativa, de acordo com categorização desenvolvida por Garcia e Lovink (1997):

Atitude – positiva com referência a tecnologia digital contemporânea.

Forma – espírito criativo e inovador.

Estética – utilizada como conceito, não como estilo, arte como capital simbólico.

Tendência – criar uma nova linguagem, própria da era de comunicação tecnológica.

Criação – interativa, caracterizada pela do artista e da máquina de forma interativa.

Resultado – obtido através da tática midiativista utilizada como instrumento para derrubar as barreiras entre a mídia hegemônica e a mídia alternativa; entre os profissionais e os amadores; e entre as pessoas que são criativas e as que não são.

A criatividade para utilizar a arte como instrumento do midiativismo reforça o conceito proposto por Garcia e Lovink (1997) de que o midiativista “é um ativista híbrido”, resultado da junção do artista, cientista, teórico e ativista político, que utiliza a arte como instrumento do midiativismo. Como vimos parte do sucesso do movimento midiativista foi devido à hibridação da capacidade criativa de seus participantes, mas também pelo advento da tecnologia digital, que permitiu a hibridação entre o cinema e o vídeo, atualizando a estética da arte tanto para a televisão, como para o cinema, e as manifestações artísticas como veremos a seguir.

2.7 Cinema e vídeo: a hibridação da prática

Considerando-se que o nosso objeto de estudo insere-se no segmento audiovisual, é *cinema* pela apropriação da linguagem cinematográfica (roteirização, linguagem e finalização) e é *vídeo* pelo suporte utilizado (câmera de vídeo digital) faz-se necessário destacar um pouco da formação desse processo de hibridação entre o vídeo e o cinema. Para Ivana Bentes o vídeo digital dinamizou a prática e reconfigurou o cinema (BENTES, 2003, p.113).

O diálogo com o vídeo foi um momento decisivo, de embate, “crise”, reação e deriva no campo do cinema. Transformações, virtualização e desterritorialização das imagens que culminaram na constituição de um novo campo: o do audiovisual. De um lado, o cinema sonhou o vídeo e “antecipou” alguns de seus procedimentos, “informando” a nova linguagem (as vanguardas históricas, o cinema experimental, a história do documentário), de

outro, a potência do vídeo trouxe novas técnicas e procedimentos, desconfigurando o cinema e sendo incorporado por ele, trazendo fôlego à grande indústria cinematográfica e ao cinema contemporâneo.

Glauber Rocha mostrou essa hibridação em filmes documentários como *A Idade da Terra* (1981), *Câncer* (1972), onde a câmera se tornou personagem e o diretor produziu experimentações como diretor e ator ao mesmo tempo; como também em 1979/1980 na TV Tupi, Glauber Rocha adotou uma improvisação espontânea e natural como apresentador/entrevistador do *Abertura*. Estilo adotado pelo telejornalismo dos anos 1980 e, hoje, praticado como procedimento padrão, por jornalistas e apresentadores, em vários programas de televisão.

Entretanto, Arthur Omar, foi quem mais colaborou para uma produção híbrida transitando pelo cinema, fotografia, artes plásticas, vídeo e até videoinstalações, totalizando entre 1980 e 2000, cerca de onze filmes e trinta vídeos.

Em 1983, os *videomakers* conquistam um espaço na TV Gazeta de São Paulo para apresentar o programa Olhar Eletrônico, que revoluciona o modelo de entrevistas jornalísticas, introduzindo um “povo fala” direto da rua, sem censura, ou pauta pré-definida. Pela primeira vez o público também tinha acesso aos bastidores da televisão, as falhas dos repórteres, apresentadores e atores, uma programação sobre a forma de se produzir a programação. A produção de vídeo independente entretanto, só tinha espaço na televisão, como *Brasil Legal* (Regina Casé na TV Globo), *Netos do Amaral* (Marcelo Tas na MTV) porque não havia salas de vídeo, e os cinemas estavam adaptados apenas para projeção de filmes em película. Atualmente os vídeos encontram espaço para exibição nos festivais e mostras de cinema e vídeo e muitas salas de cinemas já aderiram ao formato do vídeo para exibição.

Havia uma desqualificação do trabalho videográfico, por parte dos cineastas que o consideravam apenas suporte técnico, como também os *videomakers* desdenhavam o cinema, pois consideravam que a linguagem cinematográfica estava esgotada e em vias de desaparecimento. Entretanto, foi o vídeo que permitiu aos cineastas a diminuição dos custos e abriu espaço para novas possibilidades interpretativas (testes de imagem, enquadramento, luz etc.) antes da conversão do filme para película. Eduardo Coutinho é um destes profissionais do cinema que utilizou-se desta técnica com sucesso, em filmes/documentários como *Santo Forte* (1999), *Babilônia* (2000) e *Edifício Master* (2002). O cinema digital (filmado em vídeo

digital com edição não-linear e outros recursos oferecidos pelos *softwares* de edição para cinema) oferece inúmeras possibilidades aos diretores, como, por exemplo, no filme *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002) onde a história começa sobre si mesma num giro de 180 graus e com narrativas que se estruturam dentro das narrativas. “A digitalização do cinema permitiu que uma televisão como a rede Globo entrasse no negócio do cinema, como seu novo braço, a Globo Filmes” (BENTES, 2003, p.153).

A estabilização da prática *cinema digital* tanto no cinema, como na TV só foi concretizada depois do processo de elaboração, construção e aprovação pela audiência televisiva; assim como, as tentativas de espontaneidade dos *videomakers* dos anos 1980 na TV Gazeta de São Paulo, tornaram-se prática instituída na televisão depois do aval positivo do público.

Como pudemos observar o cinema se expandiu com a chegada do vídeo digital, os agentes da audiência conquistaram o direito de falar; os novos artistas do cinema e vídeo transformaram experimentações em artes; a programação televisiva ganhou agilidade, espontaneidade e transparência; e a cultura popular conquistou *status* de produto nacional e de exportação. Entretanto, podemos avaliar que esse processo está mais para estratégia de marketing da mídia hegemônica, na medida em que falam os agentes autorizados pela própria mídia hegemônica, recebem recursos econômicos os artistas que a indústria publicitária considera capazes de produzir produtos midiáticos vendáveis para o grande público; do que realmente para uma democratização do processo midiático.

Portanto, é importante buscarmos compreender esse processo, ou tentar identificar as brechas deixadas durante o processo de construção da prática, na tentativa de vislumbrar dentro do campo midiático, quais os espaços realmente conquistados pela audiência, e aqueles que ainda poderão ser conquistados, em especial, pelos produtores de vídeos que atuam no coletivo das oficinas de cinema e vídeo dos PCs produzindo os vídeos auto etnográficos.

2.8. Vídeo auto etnográfico

A categoria auto etnografia²⁵ foi aplicada pela primeira vez pela canadense, professora de Língua Portuguesa, Espanhola e Literatura na Universidade de Nova Iorque, Mary Louise Pratt, configurando-a como uma resposta etnográfica, ou uma proposta de diálogo auto etnográfica, dos colonizados aos textos etnográficos produzidos pelos colonizadores (PRATT, 1999). Segundo Pratt (1999) auto etnográfico é um termo opositor, e considera que os textos etnográficos produzidos pelos europeus representam para eles mesmos como é que os outros são (usualmente subjugados por eles); portanto as leituras auto etnográficas seriam os textos que os outros construíram em resposta para, ou como forma de dialogar com, aquelas representações metropolitanas. Pratt (1999) não considera a auto etnografia autêntica, mas a atribuição dela para o gênero como sendo de utilização própria dos sujeitos subalternos acabou se consolidando como a característica da auto etnografia.

Foi a filósofa e escritora especialista em cinema, Catharine Russell, quem utilizou o termo vídeo auto etnográfico no livro *Experimental ethnography: the work of film in the age of video* para nomear uma categoria de filmes feitos em vídeo digital com conteúdo auto etnográfico. Russell (1999) considera que quando o sujeito se insere numa obra seja, texto, filme, ou vídeo, para representar a ele próprio como uma personagem (da ficção ou do documentário) dentro de um discurso narrativo, há nessa personagem uma inscrição de subjetividade dupla, quer seja o texto a ser interpretado, linguístico, pictórico, ou audiovisual. Parafrazeando o título do livro de Pratt, Russell reflete: “The imperial eye looking back on itself is also a subject in history and subject to history²⁶” (RUSSELL, 1999, p.277).

Considero que os vídeos produzidos nas oficinas do PC são auto etnográficos porque revelam uma experimentação alegórica da mídia hegemônica, ao mesmo tempo em que se apropriam da linguagem, reelaboram a estética, sem revisar a história, mas se propondo a recontá-la com detalhes pitorescos e esquecidos da cultura popular. Bem ao estilo do que Russell nos sugere, ou seja, como a prática cinematográfica foi forjada na cultura colonial, o

²⁵ A palavra foi utilizada no texto em inglês *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*, publicado em 1992, nos Estados Unidos. A tradução em português, data de 1999, e foi publicada no Brasil pela Universidade do Sagrado Coração de Jesus, em Bauru, SP, com o título *Olhos do Império: Relatos de viagem e transculturação*.

²⁶ Olhando para seu próprio passado o olho imperial [do colonizador] também é tema na história, e também é sujeito da história. (Trad. autora)

vídeo auto etnográfico pode retrabalhar a memória e a tradição como formas fantásticas do desejo cultural ao invés de lugares de autenticidade (RUSSELL, 1999).

Para Russell (1999) a auto etnografia abre e põe para funcionar um campo imenso para questionamentos, não necessariamente de ruptura, mas de revisão dos preceitos colonialistas da etnografia. Os preceitos colonialistas a que Russell se refere estão descritos por Pratt em *Olhos do Império* (1999) e constariam dos relatos de viagem dos mercantilistas europeus à América Latina nos anos 60 e 70.

A resenha de Guaman Poma, em sua Nova Crônica, da história e costumes incas, e, nesta empreitada, sua apropriação formal da crônica espanhola constitui instância canônica de representação auto-etnográfica. Assim sendo, textos auto etnográficos não são o que usualmente se denomina como formas "autênticas" ou autóctones de auto-representação (tais como o quipus andino, que continha muito da informação coligida por Guaman Poma). Na verdade, a auto-etnografia envolve colaboração parcial com a apropriação do léxico do conquistador. Muitas vezes, como no caso de Guaman Poma, o léxico apropriado e transformado é aquele dos relatos de exploração e viagem, que, em graus variáveis, estão amalgamados ou infiltrados pelos estilos indígenas. Frequentemente, como na carta de Guaman Poma, eles são bilíngües e dialógicos (PRATT, 1999, p.32).

O site *Cultural Farming*²⁷, do americano Holland Wilde atualmente vivendo no Canadá, reúne diversos trabalhos videográficos, produzidos experimentalmente, mostrando intervenções feitas com *softwares* de edição não-linear sobre vídeos publicitários de grandes marcas, programas de televisão e outras produções da mídia hegemônica, num processo considerado por Wilde vídeo auto etnográfico crítico (uma etnografia crítica da mídia hegemônica). Acerca do vídeo auto etnográfico Wilde reflete que para se adquirir a prática de realizar um vídeo auto etnográfico crítico “é preciso acreditar no oprimido e na habilidade dele para argumentar” (WILDE, 2011, s/p.).

A antropóloga Barbara Yngvesson (2007) analisou vídeos auto etnográficos para complementar suas pesquisas sobre adoções transnacionais (“que tendem a ser transraciais, dado que a maioria das crianças adotadas vem de regiões não-europeias”) (YNGVESSON, 2007, p.111) e reflete sobre a importância do filme auto etnográfico de Deann Borshay Liem, *First Person Plural* (2000), que relata o drama de uma criança coreana que foi adotada por engano por uma família americana. No estudo Yngvesson (2007) destaca a “noção de Derrida

²⁷ <http://www.culturalfarming.com>

(1978, p.279) sobre o traço de algo que ainda retém suas raízes em um significado enquanto está, de certa forma, mudando para outro, encapsulando um outro...”

Como vimos o vídeo auto etnográfico se amalgama em diversas condições e propósitos, graças à estrutura discursiva apoiada na auto etnografia considerada como método de crítica, não de representação cultural, mas sim, de um sujeito em busca do significado de leitura cultural (RUSSELL, 1999). Dessa forma, o vídeo auto etnográfico viria para dismantelar o impulso universalista da estética realista proposta pela mídia hegemônica, a partir de um cenário de temática sertaneja, feito de corpos suados com sotaques carregados em línguas afiadas, repentistas afinados, cordéis estruturados e culturas reavivadas.

2.9 Cinema de Periferia

Em um estudo acadêmico sobre a trajetória, do ponto de vista da cultura mundial, do *Terceiro Cinema ao Cinema Periférico*, a pesquisadora comunicacional Angela Prysthon caracteriza o “cinema periférico” pela forma como é feita a “documentação do pequeno, do marginal, do periférico, mesmo que para isso se de utilize técnicas e formas de expressão de origem hegemônica” (PRYSTHON, 2007, p.88). Prysthon analisa que a partir dos anos 90, os realizadores de regiões periféricas do mundo, principalmente aqueles que não compartilhavam do rol das celebridades, conseguiram se apresentar em importantes festivais de cinema internacionais, como por exemplo, *Amores Brutos* (México, 1999, Alejandro Iñárritu); *Amor à Flor da Pele* (China, 2000, Wong Kar-Wai) e até o brasileiro Walter Salles com *Central do Brasil* (1998).

Diferente do cinema dos anos 60 – engajado política e culturalmente, caracterizado pela fragmentação conceitual e da juventude, como por exemplo, *Um Gosto de Mel* (Tony Richardson, 1961), que mostra o drama vivido por uma jovem inglesa operária apaixonada por um marinheiro negro; o cinema dos anos 90 busca a inserção da cultura periférica no contexto hegemônico e mundial. Quanto mais o país de origem estiver fora do circuito da produção hegemônica, mais perto do ‘direito de exibição’ (PRYSTHON, 2007) está o filme, e mais fácil de ser inserido no gosto do consumidor da cultura metropolitana. A diversidade se insere no pacote de mercadorias do marketing cultural. Entretanto, o conceito *cinema de periferia* alcançou hoje um significado mais amplo, além da categorização de periferia apenas

pela localização territorial, e muito mais pelos múltiplos significados através de múltiplas conexões podem ser descritos entre a aproximação do cinema com a periferia. A produção cultural da periferia trabalha diferentes expressões culturais, próprias do coletivo onde essa produção acontece. As pesquisadoras comunicacionais Vera França e Denise Prado (2010), desenvolveram um estudo sobre as tensões e legitimidade das produções culturais de periferia e identificaram três características:

- a) está umbilicalmente ligada ao seu contexto de origem e dialoga com as experiências de vida de seus praticantes, aproximando-se assim da relação tátil e habitual anunciada por Benjamim;
- b) é marcada por necessidades, se distancia da despesa pura e ganha uma inserção concreta e pragmática em suas vidas;
- c) seu modo de acesso e fruição, longe do distanciamento, se caracteriza pelo envolvimento dos participantes, pela expressividade corporal, pelo engajamento e emoção. Em lugar da relação individual e isolada, caracteriza-se por sua natureza essencialmente coletiva (FRANÇA e PRADO, 2010, p.12).

A pesquisadora comunicacional Daniela Zanetti (2010) considera que o *cinema de periferia* no Brasil, é composto por produções audiovisuais (realizadas tanto pela mídia hegemônica como por produtores independentes) baseadas em histórias vivenciadas em espaços das periferias e favelas e que ganham cada vez mais visibilidade através dos festivais de cinema e vídeo, e nas redes sociais pela internet. O surgimento do *cinema de periferia* no Brasil aconteceu “a partir das transformações ocorridas nos anos 2000 no campo do audiovisual brasileiro e o modo como este desenvolveu sua articulação com as periferias urbanas” (ZANETTI, 2010, p.28).

Paradoxalmente, quando a mídia hegemônica fala em periferia ou tenta retratar a manifestação cultural produzida na periferia, como por exemplo, através dos filmes longos, *Cidade de Deus* (2002), *Ônibus 174* (2003), *Falcão – Meninos do Tráfico* (2006), *Tropa de Elite* (2007), ou as novelas *Cara a Cara* (Globo) e *Vidas Opostas* (Record), entre outros, os realizadores carregam em expressões estereotipadas, do negro e pobre, para expor a violência cotidiana, reforçando em muitos casos, as diferenças sociais e o preconceito que enfrentam os moradores das favelas. Mas, o que mais surpreende nesses filmes é o modelo único de periferia, o do eixo Rio de Janeiro/São Paulo, que a mídia hegemônica criou, estabeleceu, reconhece e impõe aos consumidores.

2.10 Cinema do Sertão

O tema da periferia que já tinha sido focalizado pelo cinema realizado no Brasil, antes de 1964, durante o *Cinema Novo* onde o pobre era retratado como um coitado excluído de um sistema capitalista que ampliava as diferenças sociais, e que por isso era obrigado a roubar para poder sobreviver, como por exemplo, no filme *Rio 40 Graus* (Nelson Pereira dos Santos, 1955) que mostrava o Distrito Federal, Rio de Janeiro, na época a capital do Brasil, contrastando as paisagens naturais com as favelas e as praças onde circulavam os malandros, os meninos de rua e os parlamentares.

Entretanto, o chamado *cinema de periferia* de hoje, trabalha com uma produção audiovisual na qual as pessoas querem falar de si mesmas, até para tentar romper com os estereótipos pré-estabelecidos; diferente da situação que encontramos ao estudar o *Cinema Novo*, onde a figura do diretor militante aparecia imbuída de uma capacidade intelectual para falar através das imagens, em nome do coletivo oprimido.

A miséria e a seca no sertão, os costumes e a cultura do Nordeste, ganharam visibilidade nacional através do *Cinema Novo*. O ciclo regional, hoje considerado como cinema de temática sertaneja, ou cinema do sertão, foi revelado nos anos 1960, por dezenas de filmes, entre eles, *Bahia de Todos os Santos* (Trigueirinho Neto, 1960), *Barravento* (Glauber Rocha, 1961), *Vidas Secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963), *Deus e o diabo na terra do sol* (Glauber Rocha, 1964) e *O pagador de promessas* (Anselmo Duarte, 1962), premiado com a *Palma de Ouro* no *Festival de Cannes*. Para o filósofo e cineasta Antônio Rosemberg de Moura, – mais conhecido como Cariry, nome da região do Ceará onde ele nasceu, – o *cinema do sertão* colaborou para o renascimento do cinema brasileiro, a partir de 1994, enquanto busca de universalidade, como atestam por exemplo, os filmes *Baile Perfumado* (Paulo Caldas e Lírio Ferreira, 1997), *Guerra de Canudos* (Sérgio Rezende, 1996) e *A saga do guerreiro alumioso*, produção independente de Rosemberg Cariry, em 1993, e que lhe valeu o prêmio de Retomada do Cinema Brasileiro, do Ministério da Cultura (MinC). Esse caráter universal da temática sertaneja no cinema, segundo Cariry, revela que “o sertão é uma geografia real e mítica de fundamental importância na formação da identidade do povo brasileiro” (CARIRY, s/d). Em 2003, Eliane Café dirigiu o filme *Narradores de Javé* que trouxe para o cinema uma nova representação da temática sertaneja. O filme não mostra um povo desesperado para ir embora de Javé por causa da seca e da fome, nem havia no filme

uma abordagem voltada para a religiosidade, como na época do *Cinema Novo*. O filme mostra a luta do povo para manter viva a memória do sertão, já que o lugar onde eles vivem será alagado para a construção de uma represa. Em 2011, a novela *Cordel Encantado* (Globo) uniu a monarquia europeia e o cangaço nordestino da literatura de cordel, numa trama televisiva de produção requintada, tecnologia moderna e estética do cinema. Esta inversão de apropriação, ou seja, quando a mídia hegemônica inverte o processo e se apropria da cultura popular, para transformá-la em produto midiático foi amplamente estudada pelo pesquisador comunicacional Osvaldo Meira Trigueiro (2008) as quais ele define como “interações cruzadas” (TRIGUEIRO, 2008, p.51)

pelas quais as práticas sociais da vida cotidiana são articuladas com os meios de comunicação social, vão construindo outras atribuições da realidade e transformam os seus processos de produção cultural tradicional em produtos folkmediáticos, assim como os festejos juninos em Campina Grande (PB) e Caruaru (PE), a festa do Peão Boiadeiro em Barretos (SP), a festa do Boi em Parintins (AM), o Carnaval do Sambódromo no Rio de Janeiro, em Salvador (BA), Recife e Olinda (PE) entre tantas outras.

2.11 Agente comunitário, interlocutor, narrador da cultura popular

No estudo sobre *A televisão no cordel, o cordel na televisão* (2008, p.125) Trigueiro propõe um caminho metodológico para o estudo dos “significados simbólicos” produzidos pelos sujeitos sociais dentro do universo da cultura popular do sertão, que é o da *Folkcomunicação*²⁸, teoria formulada por Luiz Beltrão (2001). Trigueiro (2008) traça um percurso investigativo entre as imbricações epistemológicas presentes nas mediações de Martín-Barbero e as intermediações de Luiz Beltrão, propondo-nos questionar comunicacionalmente o movimento de resistência que os sujeitos da cultura popular desenvolvem no sentido de preservar seus valores culturais, frente ao impacto da mídia hegemônica globalizada. Para isso, Trigueiro (2008) reflete sobre a figura do *agente comunitário*, o sujeito social com habilidade de fazer a interlocução entre o coletivo comunitário e a competência de recepção (consumo) dos símbolos midiáticos e bens materiais. Esses agentes sociais

²⁸ Folkcomunicação é 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 (BELTRÃO, 2004).

atuam, não como transmissores de informação mas, como interlocutores – agentes comunitários – que facilitam a convivência entre os diferentes setores da comunidade, na apropriação e consumo dos bens materiais e simbólicos midiáticos. A sua maneira de analisar e interpretar os significados da sociedade de consumo converte-se em ganho de capital cultural da coletividade (TRIGUEIRO, 2008, p.106).

Assim, consideramos que os agentes sociais das oficinas de cinema e vídeo podem ser considerados agentes comunitários/interlocutores das narrativas do coletivo, conforme descrito por Trigueiro (2008), porque esse agente social investigado ainda está em processo de apropriação do recurso audiovisual, para atuar como ativista midiático, ou seja, como um agente social que “detém os conhecimentos formais e atua no interior do sistema comunitário para estabelecer novas ordens socioculturais e está na comunidade prestando serviços para instituições públicas ou privadas” (TRIGUEIRO, 2008, p.108).

Esta participação democrática, através da modalidade específica de comunicação alternativa por meio dos recursos audiovisuais, através do suporte técnica câmera de vídeo digital, fortalece o papel de protagonista do agente social da periferia, num contexto de construção de cultura e cidadania, ao possibilitar uma produção cultural com conteúdo crítico-emancipador, num novo contexto cultural.

Uma especial reconfiguração do cultural é a que produz o universo audiovisual, [...] ao constituir-se um dispositivo radicalizador da desancoragem que produz a modernidade, redefine as hierarquias que davam normas à cultura e também suas modalidades, seus níveis e suas linguagens. Tudo com a deslegitimação que isso opera no campo dos intelectuais (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 251).

Da mesma forma que o acesso ao suporte câmera de vídeo digital de baixo custo possibilitou novas formas de produção comunicacional audiovisual, é importante ressaltar que a tecnologia da edição não-linear, através dos softwares de código aberto, permitiram uma finalização do produto com mais qualidade, permitindo por exemplo, que os erros de gravação, fossem retirados da gravação bruta. O aperfeiçoamento da tecnologia digital contribuiu para aumentar o poder de alcance do cinema como prática social midiática tanto para os realizadores como para o público (TURNER, 1997). O cinema como prática social tem a característica de multiplicar o olhar e a audição, definiu Arlindo Machado (2007). Assim, o ato de assistir um filme (tanto aquele produzido pela indústria cinematográfica

hegemônica, quanto aquele produzido artesanalmente em vídeo digital por uma associação comunitária sócio-cultural) numa sala de exibição (shopping, cineclube ou muro da rua), produz sensações diferentes daquela transmitida ao assistir uma novela, filme, ou reportagem exibida pelo aparelho de televisão da sala ou em outro espaço; pois o cinema "pulveriza os olhos e ouvidos no espaço para construir com eles, e entre eles, uma *sintaxe*, ou seja, uma intrincada rede de relações" (MACHADO, 2007, p.95).

2.12 A perda da *aura* e o ganho da net

A participação dos atores sociais nos vários processos da mídia nos últimos anos alterou os padrões de consumo midiático. José Luiz Braga (2006) considera que os dispositivos sociais de crítica midiática, proporcionados pelo advento da internet, como *blogs*, *videoblogs*, produções acadêmicas sobre os meios, *podcasts* enfim, fazem com que as informações comercializadas pelos meios, além de consumidas, também sejam trabalhadas pelo consumidor, e em alguns casos reinseridas em novos contextos. Mas antes da internet, o agente social utilizava o videocassete (áudio e vídeo), ou o gravador (áudio), para gravar e reutilizar o produto midiático. Se voltarmos um pouco mais no tempo, antes da invenção da tecnologia do videocassete, podemos encontrar muitos integrantes de movimentos sociais comunitários que disseminaram a cultura popular através das fotocópias. Jornais alternativos cresceram e se multiplicaram, levando por todo o Brasil informações fotocopiadas. Entretanto, foi a tecnologia do videocassete que permitiu ao público passar a ter controle sobre a produção da mídia, através do armazenamento, e até da montagem das próprias imagens com trechos de programas de TV, formando videotecas particulares que misturavam a cultura popular com a cultura de massa, num processo que Nestor Garcia Canclini (1997) classifica como *descolecionamento*.

No livro *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*, García Canclini (1997) desenvolve um amplo estudo sobre a hibridação intercultural, cujos três processos fundamentais são:

1. Descoleccionar – a quebra e a mescla das coleções organizadas pelos sistemas culturais;
2. Desterritorializar os processos simbólicos; e

3. Expansão dos gêneros impuros.

O *descolecionamento* relata a evolução do processo em que as coleções especializadas, bens simbólicos, de arte culta, tanto na Europa, como na América Latina, eram organizados em grupos separados e hierarquizados. Em contraposição havia o museu do folclore, com objetos de povos ou classes que tinham outros costumes. Hoje em dia cada pessoa pode ter sua própria coleção, construída com base em interesses particulares ou de um coletivo, de acordo com a temática em moda tanto na mídia hegemônica, como entre as produções da cultura popular do coletivo ao qual o indivíduo pertence, ou não; o que fica claro é que estas coleções não seguem as classificações estabelecidas e/ou convencionadas pela dicotomia culto vs popular e ambos vs massivo, como explica Garcia Canclini (1997) sobre o advento do videocassete:

Cada um forma sua coleção pessoal misturando partidas de futebol e filmes de Fassbinder, séries norte-americanas, telenovelas brasileiras e uma polêmica sobre a dívida externa, o que os canais passam quando estamos assistindo, quando trabalhamos ou dormimos. A gravação pode ser imediata ou programada, com possibilidade de apagar, regravar e verificar como ficou. O videocassete assemelha a televisão à biblioteca, diz Jean Franco: "permite a justaposição de tópicos muito diferentes a partir de um sistema arbitrário, dirigido a comunidades que transcendem os limites entre raças, classes e sexos". Na verdade, o videocassete vai mais longe que a biblioteca. Reorganiza uma série de oposições tradicionais ou modernas: entre o nacional e o estrangeiro, o lazer e o trabalho, as notícias e a distração, a política e a ficção. Intervém também na sociabilidade, ao permitir que não percamos uma reunião social ou familiar para ver um programa, ao fomentar redes de empréstimo e intercâmbio de fitas (CANCLINI, 1997, p. 304).

Com o desenvolvimento da tecnologia digital no século XX, a mídia audiovisual transitou do analógico para o digital, provocando mudanças estruturais no seu todo, desde a produção, distribuição, exibição até o arquivamento do material de vídeo. Para David Watson (2007), a principal mudança ocorreu na área da distribuição e marketing, através do lançamento de filmes, num breve período de tempo, para todo o mercado mundial. Entretanto, temendo a queda na qualidade em virtude da aceleração da produção favorecida pelo digital, a indústria cinematográfica assinou em março de 2002, a *joint venture* conhecida como *Digital Cinema Initiatives (DCI)*, formada pela *Disney, Fox, Paramount, Sony Pictures*

Entertainment, Universal e Warner Bros Studios, que por sua vez em julho de 2005, propôs o padrão conhecido como Sistema de Especificação do Cinema Digital.

O teórico da cultura visual Nicholas Mirzoeff (2002) compara a mudança do analógico para o digital em termos de produção audiovisual com a mudança que aconteceu do ‘afresco’ e ‘tempera’ (a base de água) para a pintura a óleo. A primeira não permitia modificações depois de seca, assim como a película limitava as possibilidades de mudanças na imagem pelo realizador. Com a inovação tecnológica os pintores renascentistas criaram novos tipos de composições, novos espaços pictóricos e até narrativas.

No cinema, a relação histórica entre as tecnologias da comunicação mostra que os primeiros filmes foram realizados com base na representação e na técnica da prática teatral²⁹. Philip Auslander (1999) afirma que nos anos 1920, do ponto de vista cultural, o efeito do cinema sobre o teatro foi devastador. No entanto, quando a televisão surgiu, ela teria abraçado o teatro como modelo de representação, justamente porque a televisão sempre foi interpretada como a representação da prática ‘ao vivo’ que lembra o teatro; apesar de a televisão ser herdeira da tecnologia e da prática cinematográfica (cinetoscópio³⁰ – enquadramentos dos ângulos das câmeras, ambientação de narrativas, iluminação, sonorização etc.), e somente com o advento do videoteipe foi que ela se tornou independente.

No começo a transmissão gravada em vídeo, era exibida, dentro da programação da emissora, como se fosse ao vivo, fazendo com que os eventos gravados tivessem como modelo as representações midiaticizadas. Hoje com a multiplicidade de soluções técnicas para facilitar tanto a transmissão ao vivo/gravada, quanto à recepção televisiva, em que o telespectador pode assistir o programa favorito no carro, no *smartphone*, no *Ipad*, no computador, enfim, o agente social precisa encontrar um posição, “dentro da interculturalidade multitudinária que leve à autonomia, não ao autismo” (CANCLINI, 2008, p.90), como também perceber o jogo mercadológico da mídia hegemônica ao representar papéis institucionais (educação, segurança etc.) em nome da sociedade, como por exemplo, quando o telespectador é levado a adquirir produtos de um determinado anunciante, com a justificativa de que a cada quantidade ‘x’ de produtos vendidos a empresa vai doar ‘x centavo’ para os desabrigados da enchente ou para vítimas de terremotos.

²⁹ Ismail Xavier trata do tema descrevendo as mais significativas posturas estético-ideológicas que foram assumidas frente ao cinema ao longo de 60 anos (da Primeira Guerra Mundial ao início da década de 1970) no livro *O Discurso Cinematográfico: A opacidade e a transparência*, publicado pela Paz e Terra.

³⁰ O cinetoscópio (aparelho exibidor) foi patenteado junto com o cinetógrafo (câmera) por Thomas Alva Edison em 24 de agosto de 1891. A largura do filme era de 35 mm. O aparelho teria sido concebido por Edison e criado, segundo o Departamento de Memória do governo americano, por seu assistente, William Kennedy Laurie Dickson.

Programas de televisão em que se aperfeiçoa a esmola, audiovisual e eletronicamente, numa época em que ficou perigoso parar o carro num semáforo ou com a janela aberta. Atores e atrizes, mais ou menos atraentes, que pedem colaborações ao público, permitem que os espectadores se relacionem com a penúria social sem o mal-estar provocado pelos noticiários. Filmar cenas em orfanatos, terremotos e bombardeios, com vibrantes narrações de sensíveis locutores, ajuda a sentir emoções que não podem ser encontradas nas geladas estatísticas da extrema pobreza. (CANCLINI, 2008, p.86).

Quando o jovem da casa de cultura de Açú, RN, se apropria da notícia televisiva sobre a enchente na cidade, e a transforma em narrativa ficcional, mas ao mesmo tempo real do ponto de vista de quem viveu o trágico acontecimento, e por isso anseia em registrar sua versão histórica; esta realização tecnointerativa recorre a uma imagem que fica entre o abstrato e o concreto, um princípio gerador de real – mas de uma realidade que não é real, e segundo Walter Benjamin (1994) “sem a aura”³¹.

Em sua análise da “atrofia da aura” na obra de arte por causa de sua reprodutibilidade, Walter Benjamin foi pioneiro em questionar a instrumentalidade da técnica ao conectar as inovações da tecnicidade com as transformações do *sensorium*, dos modos de percepção e experiência social. A tecnicidade nomeia então o que na sociedade não é só da ordem do instrumento mas também da ordem da sedimentação de saberes e da constituição das práticas (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 235).

A perda da ‘aura’ para Walter Benjamin (1994) começou com a fotografia, seguindo com o cinema, através da exposição para um maior número de pessoas de uma escultura sagrada, antes coberta e desvelada apenas para os sacerdotes, ou de uma pintura rupestre escondida em uma caverna, antes apenas observada por estudiosos. A contemplação deixou de ser individual e passou a ser coletiva, deixou de ser uma atitude de fruição para se tornar crítica. No cinema a reação coletiva tanto para apreciação como negação, está condicionada para se manifestar ou se controlar de forma mútua, coletivamente.

Entretanto, no início, como o conhecimento sobre a arte não estava acessível para todos, foi preciso instituir a legenda explicativa nas fotos de revistas e jornais e no cinema mudo a narrativa explicada em cartelas, para que o espectador pudesse compreender a sequência das imagens. “Orientar a realidade em função das massas e as massas em função da

³¹ Sobre *aura* ver *Magia e Técnica, Arte e Política*, de Walter Benjamin, pela Editora Brasiliense, 1994.

realidade é um processo de imenso alcance, tanto para o pensamento como para a intuição” (BENJAMIN, 1994, p.170). O homem moderno sente-se atraído pela ideia de se fazer reproduzir pela câmera (tanto em fotos como em vídeo). O ator, ou o apresentador não fala para o público, como no teatro, ele se dirige a um aparelho. E é diante da máquina que ele tem que exibir sua performance, enquanto os outros trabalhadores precisam se *alienar de sua humanidade* (BENJAMIN, 1994) porque estão submetidos ao comando das máquinas nas fábricas e nos escritórios. Mas, é no momento de descanso que o público se sente vingado, ao ir ao cinema ou ligar a televisão e assistir o intérprete afirmar sua humanidade e colocar o aparelho a serviço do próprio sucesso.

Com o avanço tecnológico do processo de reprodução da imagem a mão foi liberada das responsabilidades artísticas mais importantes, que agora cabiam unicamente ao olho. Como o olho aprende mais depressa que a mão desenha, o processo de reprodução das imagens experimentou tal aceleração que começou a situar-se no mesmo nível que a palavra oral (BENJAMIN, 1994, p.167 e 180).

Diante do exposto, observamos a construção do processo de transformação tecno-histórica vivenciada pelo ator social, principalmente no que tange à apropriação da técnica para captação da imagem através da câmera, em contraponto com a captação da imagem através da pintura. Enquanto o cinegrafista penetra profundamente nas entranhas da realidade, através da tecnointeração – a câmera invade a intimidade como se fosse os olhos do espectador, que perscruta a intimidade alheia sem ser visto; o pintor reproduz a realidade através da obra de arte, e permanece preservando uma certa distância entre a realidade que está a sua frente e ele próprio. As imagens que resultam do trabalho produtivo de cada um são diferentes em sua essência. Enquanto a imagem feita pelo pintor é total, a imagem captada pela câmera se expressa em fragmentos que serão reagrupados de acordo com a intenção do grupo que coordena o vídeo, o programa, o filme etc. É essa evolução na prática midiática que é possível de ser analisada através do regime de mediação *Tecnicidade* verificado no espaço composto pela comunicação, cultura e poder, entre a junção dos Formatos Industriais e das Lógicas de Produção.

No próximo capítulo vamos analisar como a população do Rio Grande do Norte viveu essa evolução tecno-histórica do ponto de vista cultural, desde a chegada do cinema, as transformações culturais e as mudanças comunicacionais.

Capítulo 3. PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL DO RN

Dois anos e quatro meses foi o tempo que levou para o cinema chegar ao Rio Grande do Norte, depois da estreia mundial em 1895. Parece muito tempo, para quem vive em pleno século XXI, em meio a velocidade e o imediatismo da informação, possibilitados pela internet. Entretanto, foi logo depois do Rio de Janeiro, graças a Alexander Promio, encarregado de tornar a invenção de Lumière conhecida mundialmente, e ao exibidor ambulante Nicolau Maria Parente (Nicola) que os norte-rio-grandenses conheceram o cinematógrafo, em abril de 1898, na Rua Chile, em Natal, capital do Rio Grande do Norte. Durante aquele mês o público natalense assistiu as cenas dos filmes: “Jubileu da Rainha Victória”, “Banhos da Alvorada”, “A Catedral de Milão”, “O Casamento do Príncipe de Nápoles”, “O Panorama de Veneza”, “A Chegada em Gôndola”, “A Comida aos Pombos na Praça de São Marcos” e a “Chegada do Trem”.

Se a história do cinema no mundo está repleta de fatos curiosos, como por exemplo, a de que as pessoas teriam saído correndo com medo de serem atropeladas ao ver na tela a imagem do trem se aproximando; em Natal, também se registraram algumas cenas curiosas. Segundo o pesquisador Anchieta Fernandes (2007) durante a primeira exibição, enquanto o operador preparava os rolos dos filmes, as pessoas ao invés de se sentarem olhando na direção da tela, posicionaram as cadeiras de frente para a luz emitida pelo projetor. Mas o fato mais polêmico e discutido em toda a cidade foi o da mágica dos nadadores, que misteriosamente conseguiam voltar no ar e pousar exatamente na ponta de um trampolim (é que inadvertidamente na hora da exibição do filme o operador do projetor inverteu os quadros de uma sequência onde os banhistas pulavam na água da ponta de um trampolim). Fernandes (2007) também adverte sobre a imbricação midiática provocada pelo cinema, tanto na literatura, como no jornalismo político.

A primeira manifestação literária foi a seguinte quadrinha, que alguém sob o pseudônimo de Lulu Capeta, colaborador de *A República*, escreveu e que o referido jornal publicou a 19 de abril de 1898: *O Cinematógrafo/ Dessa bela novidade/ Fui à primeira função/ E saí pensando mesmo/ Ser aquilo arte do cão*. E o cinematógrafo deu também origem a coluna Cinematógrafo, iniciada em *A República* de 30 de abril de 1898, que, embora durando poucos dias, e

embora o assunto dos comentários não fosse propriamente cinema, e sim política (comentada de forma meio satírica), o responsável pela coluna assinava Lumière – numa interessante constatação, visto como assim ele previa que o cinema seria o olho-testemunha da História, mostrando a verdade, por vezes caricata, dos fatos políticos (FERNANDES, 2007, p.37).

Para efeito deste estudo investigativo vamos tratar as matrizes culturais como cicatrizes resultantes das experiências sociais, onde o ator social interage sócio culturalmente, permitindo expressar-se e receber a expressão do próximo, manifestação esta mesclada entre ambos, de tal forma que o resultado apresenta as marcas de matrizes que já foram dominadas, mas que ainda podem contribuir com o processo. Para Martín-Barbero (2004) as matrizes culturais são o “substrato da constituição dos sujeitos”. A constituição das matrizes culturais é caracterizada através das mediações socioculturais, que por sua vez contribuem para as mediações comunicacionais através das lógicas de produção, bem como na construção e reconstrução de novas identidades. Estamos portanto, diante de um imenso universo cultural formado por *marcas* produzidas pelas matrizes culturais diversas e plurais, herdadas de matrizes reconhecidas historicamente: a indígena, a africana e a europeia, que nos permitem ter uma diversidade rica na Língua Portuguesa falada no Brasil: caju, mandioca, sabiá, tatu, abajur, xampu, axé etc. Sem dúvida, nos últimos 500 anos cada região do Brasil, pode destacar suas especificidades, resultados de processos de hibridação cultural, apropriações, sincretismo religioso, enfim.

Conhecer e saber reconhecer o patrimônio cultural imaterial da própria região habilita o ator social a se expressar, criar e se comunicar para a construção das relações de sociabilidades internas, em grupos comunitários que propaguem os ofícios tradicionais, em festas e celebrações, e através das formas de expressão (como através da prática comunicacional alternativa através de recurso audiovisual). Este conteúdo cultural é o combustível intelectual que promove a emancipação sociocultural do indivíduo viabilizando a construção de uma identidade coletiva. Descreveremos algumas *marcas* das matrizes culturais no Rio Grande do Norte, não com o objetivo de traçar uma cartografia da matriz cultural potiguar; mas sim, com o propósito de apresentar, resumidamente, parte da rica cultura popular dessa região, que pode ser preservado como patrimônio imaterial, através do recurso audiovisual, pelos atores sociais na ambiência cotidiana, no *ethos* midiático das oficinas de cinema e vídeo dos Pontos de Cultura, e no espaço da socialidade onde se opera a construção da identidade coletiva por meio do exercício democrático da cidadania cultural.

Um dos grandes pesquisadores da cultura popular do Rio Grande do Norte foi Luís da Câmara Cascudo, que se dedicou ao estudo da literatura oral do povo potiguar, e que resultou num dos melhores estudos sobre o folclore brasileiro. De acordo com dados da Fundação José Augusto (FJA, 2010) entre as danças folclóricas podemos destacar: Boi Calemba ou Boi de Reis; Fandango; Chegança; Congos; Pastoril; Lapinha e Bandeirinhas; Caboclinhos; Coco-de-roda; Babelô; Dança de São Gonçalo; Maneiro-Pau. Além da contribuição de Câmara Cascudo, entre outros expoentes da literatura potiguar que contribuíram para a riqueza cultural do estado também podemos citar Zila Mamede, Auta de Souza, Hélio Galvão, Militana Salustino do Nascimento. Uma festa que marca a tradição da cultura potiguar é a Vaquejada. A cultura oral norte-rio-grandense preservou as cantigas de ciranda e a literatura de cordel, apresentada em duelos poéticos, ou confrontos musicais, que poderiam acontecer de improviso (repentistas) ou por intérpretes, como Fabião Hermenegildo Ferreira da Rocha (1848/1928), o Fabião das Queimadas, que juntou a poesia de cordel e as vaquejadas, e ficou conhecido pelo *Romance do Boi da Mão de Pau*. Atualmente o poeta que tem se destacado nacionalmente na literatura de cordel, é Antônio Francisco, de Mossoró.

Apesar dos poucos registros da cultura primitiva (pré-colonial) até a chegada dos portugueses, podemos destacar a arte das pinturas rupestres em sítios arqueológicos (em condições precárias) nos municípios de Carnaúba dos Dantas, Seridó, Chapada do Apodi, com o Lajedo de Soledade, Mirador de Parelhas e Santana do Mato. Uma representação cultural muito importante é a dos calungueiros que expressam o cômico e o paródico através da representação do cotidiano no teatro dos mamulengos: Chico Daniel e Zé Relampo, Queixo de Aço, Edicharles Bezerra, José Erivan de Assis e José Rosa.

O teatro é uma forma de expressão da cultura popular que se destaca no cotidiano das comunidades, tanto na capital, quanto no interior, com periodicidade anual e com grande afluência de público, até de outros estados, e em alguns casos competindo no total de pessoas presentes, com festas importantes do calendário junino, como São João, Santo Antônio e São Pedro. Da extensa lista das representações teatrais do Rio Grande do Norte podemos citar: em Mossoró, Chuva de Bala no País de Mossoró e Auto da Liberdade; em Macaíba, Auto do Solar; em Caicó, Retalhos da Vida, Trotamundos, Corpo e Luz (João Câmara) entre outras. Muitos desses coletivos culturais ganharam impulso para o desenvolvimento de projetos culturais junto às comunidades graças ao *Programa Cultura Viva* do Ministério da Cultura (MinC) como veremos a seguir.

3.1 Quem conta pontos, aumenta encontros

A criação dos Pontos de Cultura no Rio Grande do Norte possibilitou – a muitos grupos socioculturais que já trabalhavam com cultura popular em suas comunidades, – a abertura de novas frentes, para o estudo, manifestação, preservação da memória cultural e divulgação junto aos moradores das localidades onde o PC estiver inserido, bem como em apresentações fora do estado, e até, internacionalmente.

Como exemplo podemos citar o Ponto de Cultura Giratório que trabalha com bailarinos portadores de deficiência. Em 2010, o PC desenvolveu um espetáculo de dança experimental denominado *A Cura*, cujo objetivo principal era permitir que cada bailarino criasse e desenvolvesse o próprio sentimento de cura através da expressão corporal. O projeto conquistou os norte-rio-grandenses, os brasileiros, e também, os alemães, já que o grupo foi convidado para se apresentar em abril de 2011, no Festival Internacional Move Berlim, na Alemanha. E o Ponto de Cultura Giratório não parou por aí. Durante uma sessão de fotos de uma entrevista do grupo para o jornal Tribuna do Norte, o fotógrafo Rodrigo Sena, decidiu fazer um documentário sobre o espetáculo *A Cura*. O filme, apesar de ser o primeiro de Sena, tem uma fotografia que impressiona e uma edição que valoriza as expressões artísticas, independente da performance de cada bailarino. *A Cura* ganhou o primeiro lugar na Mostra do Vídeo Potiguar em setembro de 2011, e o terceiro lugar na Mostra do Curta Nordeste em dezembro do mesmo ano.

O detalhe triste é que os Pontos de Cultura do Rio Grande do Norte ainda não receberam a segunda parcela da verba do Ministério da Cultura, que deveria ter sido repassada pelo governo do estado durante o ano de 2011. Além disso, os prêmios num total de R\$12.500,00 (doze mil e quinhentos reais) referentes a Mostra do Vídeo Potiguar e a Mostra do Curta Nordeste, ainda não foram pagos pela organização do Festival de Cinema de Natal (FESTNATAL), responsável pela realização das mostras. O motivo alegado é que a Fundação José Augusto (FJA) órgão do governo estadual, que teria se comprometido a apoiar o evento através da premiação, não dispõe dos recursos financeiros necessários para efetuar os pagamentos.

Antes de passarmos a história cinematográfica do Rio Grande do Norte destacamos também o trabalho da associação cultural *Zoon*, embora atualmente o grupo não atue mais

como Ponto de Cultura. Como PC o grupo realizou oficinas de fotografia e de vídeo em várias cidades do interior do estado, incentivando o olhar crítico sobre o cotidiano, através da lente da câmera fotográfica, muitas vezes produzidas pelos próprios alunos. Outra importante contribuição da Zoon é o *Festival Goiamum Audiovisual*, criado em 2007 com o objetivo de formar público e promover a formação técnica e estética dos realizadores locais através de intercâmbios. O festival é realizado anualmente em Natal e todas as atividades são abertas ao público, sem cobrança de ingresso. Além das oficinas, debates e exposições relacionadas com o tema audiovisual, o festival tem uma mostra dos melhores filmes produzidos no Rio Grande do Norte – *Desentoca*, que é compilada em uma caixa de DVDs para distribuição aos cineclubes, escolas públicas, bibliotecas e Organizações Não-Governamentais (ONGS). Em 2011, entretanto, não aconteceu a quinta edição do *Goiamum* porque os recursos tanto do governo federal, como do governo estadual não foram repassados a tempo, fazendo com que os organizadores adiassem a realização do festival.

3.2 Cinecartografia Potiguar

O ano de 1924 ficou marcado na história cinematográfica potiguar pelas primeiras exhibições de filmes *made in RN*³². Um deles foi um documentário *Cinejornal do Rio Grande do Norte* dirigido por Amphilóquio Carlos Soares da Câmara, com direção de fotografia do cinegrafista Aristides Junqueira³³ (FERNANDES, 2007; MEDEIROS, 2008). O filme era um longa-metragem, para o qual foram utilizados cerca de 4 mil metros de película, produzido com verba do governo do Rio Grande do Norte, na ocasião sob o comando de José Augusto Bezerra de Medeiros, e retratava as singularidades do cotidiano, o modo de vida dos norte-riograndenses, bem como apresentava as perspectivas de desenvolvimento do estado do ponto de vista econômico, em diversas regiões e cidades consideradas polos de produção, no início dos anos 1920. De acordo com o pesquisador Rostand Medeiros (2008) o filme destacava alguns cenários importantes da economia agrícola do Rio Grande do Norte como por exemplo: o *Campo de Demonstração Agrícola* de Macaíba; o engenho de cana-de-açúcar *Villa Bella* e *União* em Ceará-Mirim; a pesca em jangadas de Muriú, a salina *Conde Pereira Carneiro* em

³² Produzido no Rio Grande do Norte.

³³ Aristides Junqueira era de Minas Gerais, e foi cinegrafista do curta-metragem *Reminiscências* (1909), considerado o filme mais antigo da história cinematográfica brasileira (MEDEIROS, 2008).

Macau; plantações de carnaúba no povoado de Independência (hoje Pendências); salinas e o porto de Grossos e Areia Branca; e finalmente Mossoró, no alto oeste potiguar, onde as lentes captaram entre outros edifícios históricos e praças, a famosa torre de São Vicente, que três anos depois, iria se tornar motivo de orgulho de todo mossoroense, já que o local marca o fim da era do *Cangaço*, pois foi palco da vitória do povo contra o bando de cangaceiros chefiados por Virgulino. Em Natal, na época com aproximadamente 25 mil habitantes, foram gravados *takes*³⁴ de quase todos os ângulos e pontos importantes, o destaque ficou com a sequência panorâmica (360 graus) da cidade, desde a torre da igreja matriz, na praça André de Albuquerque. Segundo Medeiros (2008) não há nenhum registro do arquivo de cópia do filme. Fato que faz ressaltar a necessidade do governo do estado do RN no sentido de envidar esforços administrativos e recursos financeiros para a construção do museu do cinema potiguar, de forma a permitir aos proprietários de obras antigas a possibilidade de doação, e ao mesmo tempo oferecer aos pesquisadores um espaço adequado para consultas e estudos sobre a produção audiovisual norte-rio-grandense.

Em 1924, ocorreu a estreia de um outro filme *Retribuição*, produzido pela Aurora Filmes, que embora fosse sediada em Recife era de propriedade de Gentil Roiz (norte-rio-grandense) com Edson Chagas. Segundo o historiador Anchieta Fernandes (2007) depois desse filme, Roiz, considerado o pioneiro da produção cinematográfica profissional no Brasil, realizou outros filmes; mas, foi a partir dos anos de 1950, que a cinematografia potiguar ganhou impulso, e em junho de 1955, o público assistiu pela primeira vez o filme *Coisas da Vida*. um longa-metragem feito no Rio Grande do Norte, com artistas locais e com participação musical do Trio Juraci. Em 1962, o prefeito Djalma Maranhão encomendou o documentário *De pé no chão também se aprende a ler*, ao diretor Heinz Fortran, com o objetivo de mostrar a campanha de alfabetização da cidade de Natal. Em 1966, foram realizados os primeiros filmes experimentais em 8 mm, sob a direção de Aderico Leandro, Francisco Alves, Moacy Cirne, João Charlier, e outros cineastas potiguares daquela época. Em 1973, o diretor de cinema William Cobbett, ganhou destaque nacional e se tornou referência na utilização do estilo *cangaço* no cinema, com o filme *Jesuíno Brilhante*, realizado em película 35 mm. Em 1978, foi a vez de *Boi de Prata*, dirigido por Augusto Ribeiro Júnior se transformar em um épico do cinema brasileiro, retratando os conflitos sociais, a cultura popular, o folclore potiguar e a saga do boiadeiro em forma de poesia. Em 1997, Luís Carlos Lacerda e Buza Ferraz dirigiram o filme *For all*, o trampolim da vitória, um

³⁴ Tomadas simples gravadas de forma contínua.

longa-metragem sob a utilização do território brasileiro, em específico a cidade de Parnamirim, próxima a Natal, como base aérea dos soldados americanos, durante a II Guerra.

Entre as cineastas potiguares uma mulher se destaca, Jussara Queiroz, que aos 17 anos deixou o Rio Grande do Norte para estudar cinema no Rio de Janeiro. Em 1973, em plena ditadura, Jussara enfrentou os militares que queriam fechar a Universidade Federal Fluminense (UFF) onde ela estava cursando Jornalismo e Cinema. A cineasta produziu seis documentários, entre eles, o mais premiado, *Acredito que o mundo será melhor* (1983) sobre os conflitos de terra em Pernambuco e na Paraíba, e que teve a exibição proibida pela Lei de Segurança Nacional, com a observação de que incitava a luta de classes. Atualmente Jussara Queiroz vive em Natal, impossibilitada parcialmente de se comunicar em virtude de uma encefalite.

Em 2007, a cineasta mais importante do RN inverteu o papel e foi para a frente da câmera como personagem da própria história contada no documentário *O voo silenciado da Jucurutu* (1º lugar DOCTV/RN 2007), dirigido por Paulo Laguardia. Em 2008, foi a vez da jornalista Mary Land Brito conquistar o 1º lugar no DOCTV/RN, e recontar a história de um *serial-killer* de São Gonçalo do Amarante, no documentário *Sangue de Barro*.

O *Festival de Cinema de Natal* (FestNatal) foi criado pelo norte-rio-grandense Valério Andrade, jornalista e crítico de cinema, e oficializado pelo governo do estado em 1987, através do decreto 9819. O primeiro troféu *Estrela do Mar* do FestNatal de 1987 foi para *Ele, o Boto*, de Walter Lima Junior, com Carlos Alberto Ricelli no papel principal. Atualmente, talvez em virtude da crise econômica e das mudanças na cúpula do governo, tanto no estado quanto na esfera federal, o FestNatal passa por um período de ajustes e adaptações provocadas pela falta de recursos financeiros tanto por parte do governo, como por parte das instituições privadas que costumavam apoiar o evento.

3.3 Documentaristas e curta-metragistas

Destacamos que o coordenador do PC *Cinema para Todos*, Carlos Alberto Tourinho Ramos, responsável pelas oficinas de cinema e vídeo, foi o diretor de fotografia/cinegrafista do filme *Jesuíno Brillhante*, e também de outros filmes dirigidos por William Cobbett, como

O Cangaceiro, O Monstro de Santa Teresa. Carlos Tourinho trabalhava no Rio de Janeiro como cinegrafista e já havia dirigido o filme *O Amor em Quatro Tempos*, de Vander Machado, quando foi convidado para trabalhar no Rio Grande do Norte. Durante as filmagens Carlos Tourinho conheceu e casou-se com uma norte-rio-grandense e decidiu se mudar para Natal. Ao se aposentar em 2005, Carlos Tourinho, fundou o Instituto de Técnicas Cinematográficas (ITEC) e começou a ministrar cursos de cinema, até que em 2009 teve seu projeto de Ponto de Cultura *Cinema para Todos* aprovado pelo Ministério da Cultura.

Em 2000, Carlos Tourinho, reuniu um grupo de cineastas potiguares, entre eles, Paulo Laguardia e fundou a *Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC-RN)*. A entidade, nacional, presidente da surgiu na Bahia em 1973 durante a Jornada de Curtas-metragens (antiga Jornada de Cinema da Bahia), numa época em que “era difícil produzir um curta-metragem, porque a produção em vídeo experimental não era considerada importante” (TOURINHO,2011); opinião compartilhada pelo pesquisador científico Arlindo Machado: “já houve um tempo em que o vídeo correspondia a uma prática significativa marginal, às vezes até clandestina, [...] hoje o vídeo está em todos os lugares, generalizado sob a designação mais ampla de audiovisual” (MACHADO, 2007a, p.47).

Para Jean-Claude Bernardet, um dos fundadores da ABD, a criação da associação, durante o período da ditadura brasileira, foi um raro momento de liberdade para a história do movimento coletivo e solidário do cinema brasileiro e marcou a história da luta pela democracia através do registro em vídeo dos aspectos da realidade política e social brasileira. Em 1979, a entidade conseguiu ter aprovada a Lei do Curta que previa a exibição de um curta brasileiro antes de cada longa-metragem estrangeiro.

A ABD foi fundada em Salvador, durante uma Jornada, no dia ou no dia seguinte à queda de Allende, no Chile. Não lembro que discussões teriam ocorrido anteriormente. Mas estávamos atônitos com a queda de Allende. Queríamos nos manifestar, mas como? [...] A importância que se dava então ao documentário era enorme (por exemplo, o curso de Cinema de Brasília pensava documentário, não ficção; no início, as atividades de produção na ECC/ECA eram pensadas como documentário). [...] Criar uma associação de documentaristas permitia filiação a uma entidade internacional, a Associação Internacional de Documentaristas" (BERNARDET, 2005, p.37).

Apesar das dificuldades financeiras, situação enfrentada pela maioria das ABDs em todo o Brasil, a ABDeC-RN procura manter uma agenda de cursos e palestras para seus

associados. Em março de 2011, a entidade promoveu um seminário em homenagem às mulheres realizadoras de cinema no Rio Grande do Norte, em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em comemoração ao dia internacional da mulher. A mesa redonda contou com a participação de professores da UFRN, alunos das oficinas de cinema e vídeo do PC *Cinema para Todos* e realizadoras norte-rio-grandenses, entre elas a grande homenageada da ocasião, Jussara Queiroz. Em 2010, o presidente da ABDeC-RN, Carlos Tourinho e o presidente da ABDeC-PI, Kleyton Marinho, realizaram um debate com os alunos do curso de Comunicação Social da UFRN sobre a produção audiovisual independente na TV por assinatura, com o objetivo de conscientizar os alunos, futuros produtores de vídeos acadêmicos/experimentais, sobre o conteúdo da PL 116³⁵.

A proximidade dos cargos permite que o coordenador do PC, e presidente da ABDeC-RN, promova sessões no *Cine Paredão* da associação, que como o próprio nome indica é uma parede pintada de branco, nos fundos de uma associação comunitária num bairro da periferia de Natal, onde a comunidade, muitas vezes sentada no chão, assiste os filmes. A seleção dos filmes (a maioria nordestinos – curtas e documentários) procura privilegiar a produção realizada nas oficinas do PC.

Depois que a entidade começou a exibir os filmes potiguares e nordestinos no *Cine Paredão* em maio de 2010, aumentou a repercussão sobre os vídeos produzidos de forma participativa nas oficinas do PC. Tanto que três meses depois, a equipe de cineastas de São Gonçalo do Amarante encorajada pelas manifestações positivas recebidas do público, decidiu inscrever o filme *E eu com isso?* na Mostra do Vídeo Potiguar do FestNatal e conquistou o primeiro lugar.

Na mesma época, a representação regional do Ministério da Cultura (MinC) convocou os nove presidentes das ABDs do Nordeste para apresentar o projeto "Consolidação do Audiovisual como Elemento de Desenvolvimento Regional", cujo objetivo era o de abrir frentes para a divulgação da produção desse 'audiovisual regional'. Para o encontro foi preparado um relatório distribuído aos presentes onde constavam os pontos frágeis da atual

³⁵ Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado (TV por assinatura). Ele foi criado em 2007 como PL 29 e modificado para PL 116 em 2010. Sancionado pela Presidência da República como Lei nº 012.485 em 12/09/2011. Entre as características da lei destacamos: divisão do setor audiovisual em: produtora, programadora, empacotadora, e distribuidora; as “teles” podem entrar para o mercado da TV paga; ANCINE passa a fiscalizar o conteúdo da TV paga; dentro do pacote ofertado, a cada 3 canais, um deve ser brasileiro, até o limite de 12 canais nacionais; ao menos três horas e meia, por semana, devem ser destinadas a exibição de produtos audiovisuais brasileiros, **sendo que 50% dessa produção deve ser feita por produtores independentes** (grifo nosso) (BRASIL, 2012).

produção audiovisual: "falta de formação *cross media*, excesso de informalidade institucional, de produtos e serviços, pouca visão de mercado comercial do conteúdo audiovisual", entre outras.

3.4 Cineclubismo

Embora tenha começado em 1958, o cineclubismo no estado ganhou força em 1961, com a abertura de dois cineclubes: o do Tirol, no salão paroquial da Igreja Santa Terezinha, e o do Marista, no Colégio Santo Antônio, dos Irmãos Maristas, ambos na capital. Como relatamos nesse estudo, a política pública cultural no estado do Rio Grande do Norte atualmente está em processo de reconstrução. Entretanto, em nossa pesquisa histórica registramos que em 1974, a Fundação José Augusto (FJA) órgão do governo do estado que cuida da cultura, talvez impulsionado pelas produções de sucesso de William Cobbett, decidiu criar um Departamento de Cinema, com uma videoteca de clássicos doada pelo antigo dono do primeiro cineclubes, Aldo Medeiros. Além de mostras especiais como a Semana do Filme Francês e o Festival Glauber Rocha, o Departamento de Cinema promoveu um *Curso de Cultura Cinematográfica* que contou com a participação de professores universitários das áreas de cinema, museu e cultura, da Universidade de São Paulo e do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, entre eles, Ismail Norberto Xavier, autor de vários livros sobre cinema e a história do cinema no Brasil e no mundo.

Atualmente podemos destacar a atuação de dois importantes cineclubes no estado, o de Natal, fundado em maio de 2005 e o de Mossoró.

3.5. Rede de Economia Criativa do Audiovisual do RN

No final de 2011, um grupo de realizadores potiguares (documentaristas, animadores, pesquisadores etc) se reuniu com o objetivo de estudar e implantar a Rede do Audiovisual do RN, com o apoio da ABDeC-RN e do Serviço Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa, seccional do Rio Grande do Norte (SEBRAE-RN). A Rede pretende trabalhar a

perspectiva da economia criativa desenvolvendo uma gestão estratégia orientada para resultados.

Embora a Rede do Audiovisual do RN atualmente seja, ou pareça ser, um aglomerado de pessoas produzindo e competindo entre si, os integrantes estão conscientes de que a Rede do Audiovisual em breve se constituirá em um sistema criativo organizado e sistematicamente ativado, de forma a atrair vantagem competitiva, ou seja, estudar oportunidades e espaços no mercado para produção de mercadorias pelas quais os consumidores estarão dispostos a pagar. Uma das metas da Rede do Audiovisual é permitir aos integrantes a possibilidade de conexão com outros produtores criativos de diversas categorias de atividades do Audiovisual; bem como com micro e pequenos empresários de outros segmentos produtivos; com os setores do poder público que possibilitam o fomento das atividades; com a sociedade civil organizada; e principalmente, com o SEBRAE-RN, que viabilizará oportunidades de visibilidade mercadológica, além de pontes com especialistas com o objetivo de fortalecer o crescimento sustentável da Rede.

No projeto apresentado ao SEBRAE-RN em fevereiro de 2012, a Rede de Economia Criativa do Audiovisual do RN propôs o desenvolvimento de uma série de ações prioritárias, a saber:

1. identificar potenciais compradores no mercado estadual e regional;
2. diagnosticar os tipos de demanda para o produto e tentar adequá-los às necessidades do mercado;
3. identificar o ponto de intervenção na Rede de Valor do Audiovisual para que seus integrantes trabalhem de forma sustentável de forma a atingir o lucro em seus negócios;
4. identificar o real potencial do negócio audiovisual no futuro próximo (5 anos);
5. verificar quais as reais necessidades de capacitação técnica objetivando-se oferecer ao integrantes da Rede cursos que possibilitem ao conjunto alcançar um domínio das novas tecnologias disponíveis no mercado para ampliar as produções com as novas mídias;

6. buscar disponibilizar espaços com equipamentos e recursos audiovisuais que possam ser utilizados pelos realizadores de acordo com uma agenda comum a todos os integrantes da Rede;
7. compreender a dinâmica do negócio do audiovisual (esse aprendizado possibilitará a cada integrante da Rede condições de perceber sua atual posição no mercado para que ele possa buscar melhorias, caso seja necessário; ou ainda para aqueles integrantes que já estiverem adequados a uma dinâmica produtiva sustentável, a oportunidade para debater e compartilhar conhecimento e saberes com os outros integrantes da Rede (Estudos de Caso).

Segundo informações do documento entregue ao SEBRAE-RN (2012), essas ações visam oferecer aos integrantes oportunidades para produzir de forma criativa, colaborativa e, principalmente, sustentável. Para que isso seja possível o relatório sugere que se proceda a um estudo investigativo do segmento audiovisual no estado, para estabelecimento dos procedimentos necessários sobre os seguintes pontos:

- a) **Valor:** compreender a relevância do valor do próprio produto audiovisual para o sucesso da própria produção.
- b) **Valor de troca:** identificar a importância do valor de troca na finalização de um produto com mais valor final.
- c) **Co-valor:** a importância da parceria de quem oferece o mesmo produto, mas juntos poderão aumentar o valor de um produto feito em co-produção.
- d) **Selo de Valor** para empresas que apoiem produções audiovisuais.
- e) **Indicadores de valor:** conjunto de indicadores que ajudem o integrante da Rede do Audiovisual a fazer um diagnóstico de seu produto audiovisual. Em qualquer segmento produtivo o estabelecimento de indicadores é um ponto problemático, mas depois de vencido o desafio, os especialistas afirmam que os indicadores são o melhor caminho para ajudar a prever ou sanar problemas, ou ainda para buscar soluções para pontos falhos que impeçam o desenvolvimento sustentável da Rede. A certificação de produtos através da Rede do Audiovisual poderá ser pleiteada desde que o produto ou o produtor cumpra os indicadores, por exemplo.

- f) **Pesquisa de mercado:** buscar parceiros em outros setores da economia para elaboração de pesquisas com o objetivo de se traçar um mapa daquilo que poderá vir a ser explorado pela Rede do Audiovisual, tanto no estado como na região Nordeste através de promoções estratégicas de centros de produção audiovisual. Por exemplo, poder-se-ia buscar uma análise sobre determinados nichos de atividades em regiões pólo do estado que poderiam ser co-relacionadas com os integrantes da Rede Audiovisual dessas regiões, de tal forma a promover o incremento da comunicação audiovisual desses produtos, ou seja, oferecer o recurso da prática midiática audiovisual para ampliar a abrangência mercadológica de determinados produtos, serviços, manifestações culturais (preservação/memória), receitas típicas, festas folclóricas etc.

A seguir disponibilizamos duas tabelas da Rede de Economia Criativa do Audiovisual do RN (2012), sendo que a primeira revela os pontos fortes, os pontos fracos, bem como as oportunidades através da Rede; e outra tabela apresenta a proposta de ações para o ano de 2012.

TABELA 2 REDE AUDIOVISUAL DO RN

| Pontos Fracos | Pontos Fortes | Oportunidades através da Rede | Ameaças |
|--|-----------------------------------|---|-------------------------|
| Informalidade | Produção Diferenciada | Mais visibilidade | Concorrência externa |
| Falta Capacitação | Cultura rica e pouco explorada | Mais credibilidade | |
| Falta de Recursos Financeiros e Técnicos | | Abertura de Mercado (Feiras de Empreendedorismo etc.) | |
| Falta de Oportunidades | | Ampliação do campo de atuação através do intercâmbios entre os setores produtivos (regionais, nacionais e | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | internacionais) | |
| Falta de informação sobre a cadeia produtiva do audiovisual do RN | | Divulgação através de portais na internet e em veículos especializados (revistas, livros etc.) | |
| | | Oportunidade para capacitação (seminários, congressos, palestras etc.) | |
| | | Intercâmbios Culturais entre os integrantes da Rede Audiovisual das principais regiões do Estado do RN | |
| | | Estudos de Casos - Possibilidade de debater casos de sucesso que já existem dentro do Estado do RN (<i>Caminhos de Mossoró</i> , p.ex) | |
| | | Possibilidade de criar mecanismos para promover a Rede do Audiovisual (visibilidade através de ações comunicativas) | |

TABELA 3 PROPOSTA AÇÃO 2012 REDE AUDIOVISUAL DO RN

| Meta 2012 | Período | Temática |
|---------------------------|-----------|--|
| Ações Prioritárias | Mar a Dez | <ol style="list-style-type: none"> 1. identificar potenciais compradores no mercado estadual e regional; 2. diagnosticar os tipos de demanda para o produto audiovisual e tentar adequá-los às necessidades do mercado; 3. identificar o ponto de intervenção na Rede de Valor do Audiovisual para que seus integrantes trabalhem de forma sustentável de forma a atingir o lucro em seus negócios; 4. identificar o real potencial do negócio audiovisual no |

| | | |
|------------------------------|--|--|
| | | <p>futuro próximo (5 anos);</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. verificar quais as reais necessidades de capacitação técnica objetivando-se oferecer ao integrantes da Rede cursos que possibilitem ao conjunto alcançar um domínio das novas tecnologias disponíveis no mercado para ampliar as produções com as novas mídias; 6. buscar disponibilizar espaços com equipamentos e recursos audiovisuais que possam ser utilizados pelos realizadores de acordo com uma agenda comum a todos os integrantes da Rede; 7. compreender a dinâmica do negócio do audiovisual, ou seja da cadeia produtiva do audiovisual (esse conhecimento possibilitará a cada integrante da Rede condições de perceber sua atual posição no mercado para que ele possa buscar melhorias, caso seja necessário; ou ainda para aqueles integrantes que já estiverem adequados a uma dinâmica produtiva sustentável, a oportunidade para debater e compartilhar conhecimento e saberes com os outros integrantes da Rede (Estudos de Caso)). |
| <p>1. Consultoria</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • Lei 12.485 (ANCINE, TV BRASIL, Jurídico Especializado em Audiovisual) <ul style="list-style-type: none"> ○ veiculação da produção audiovisual independente; ○ direito autoral; ○ registro do produto audiovisual na ANCINE (CPB); ○ valor de venda do produto audiovisual; ○ cadastramento e disponibilização do produto audiovisual para exibição. • Audiovisual do RN na Copa do Mundo 2014 (abril/2012) • Lei do Curta em Todas as Telas (maio/2012) • Fundo Estadual da Cultura (maio/2012) <ul style="list-style-type: none"> ○ Fundo para o Audiovisual ○ Cadastro dos criativos do audiovisual ○ Abertura de editais ou concursos • Fundo Municipal da Cultura (maio/2012) <ul style="list-style-type: none"> ○ Equipamentos e recursos técnicos para |

| | | |
|------------------|--|--|
| | | <p>utilização pela Rede</p> <ul style="list-style-type: none"> • Museu da Imagem e do Som do RN <ul style="list-style-type: none"> ○ registro da memória audiovisual visando acesso do público às obras cinematográficas e videográficas potiguares ○ Espaço do Audiovisual (junho/2012) <ul style="list-style-type: none"> ○ Disponibilização de equipamentos de captação de imagens, edição, entre outros recursos técnicos para utilização pelos integrantes da Rede do Audiovisual; ○ Disponibilização para apresentações populares ligadas ao audiovisual. |
| 2. Cursos | | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitação e atualização técnica (maio/2012 e setembro/2012) • Formatação de projetos (maio/2012) • Elaboração de projetos (maio/2012) <ul style="list-style-type: none"> ○ Para os editais públicos • Elaboração de projetos (maio/2012) <ul style="list-style-type: none"> ○ Para a captação de recursos privados. |
| 3. Feira | | <p>Feira do Empreendedor (agosto/2012)</p> <p>Mostra Audiovisual com premiação</p> <p>Stand para promoção/divulgação/apresentação</p> <p>Selo do Audiovisual (SEBRAE-RN) para empresas que apoiem a Rede ou os realizadores do audiovisual</p> |

Como vimos, a produção cinematográfica, profissional e semiprofissional, está colaborando de maneira fundamental para o desenvolvimento cultural do estado do Rio Grande do Norte, através de documentários que levam para as telas do Brasil as imagens dos encantos de uma natureza ainda preservada, bem como através de obras ficcionais baseadas na literatura poética e sensível preservada oralmente pela cultura popular e, nos relatos de vida, como o da cineasta Jussara Queiroz, que emocionam e incentivam os jovens a seguir na carreira cinematográfica. Mas, principalmente, através dos *vídeos auto etnográficos* onde a

garra e coragem de jovens cineastas como Rodrigo Sena, que brindou o público com uma obra sensível capaz de atingir todo tipo de audiência, em todas as faixas etárias, ao revelar os passos de uma dança cuja música tem uma partitura compostas por notas pinçadas no cotidiano de uma periferia sofrida, esquecida pela política pública, deixada à margem dos investimentos privados, por preconceito ou por descuido, tanto da mídia hegemônica, como do sociedade que assiste e patrocina os eventos da mídia hegemônica. E confirmando o que o próprio nome da obra sugere, essa proposta de produção audiovisual independente precisa do apoio tanto da comunidade, como da iniciativa privada e de uma política pública cultural eficiente; porque ela não é um remedinho, ela é *A Cura* para a cultura audiovisual potiguar.

No próximo capítulo vamos abordar as inquietações, pressupostos e achados que articularam a estruturação do objeto de estudo com o planejamento metodológico e a análise dos dados encontrados.

Capítulo 4. METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS

Sólo investigamos de verdad lo que nos afecta, y afectar viene de afecto.

Martín-Barbero

Do ponto de vista das mudanças que estimulam as novas formas de apropriação midiática podemos considerar que esta pesquisa empírica se insere no paradigma qualitativo/quantitativo ou pelo menos de perspectiva qualitativa da pesquisa social. Entretanto, para que a busca tenha e faça sentido durante o processo investigativo, procuramos fazer com que a metodologia mantivesse uma aproximação dialética com as teorias, a fim de que iterativamente se tornasse possível apresentar as interpretações de forma fundamentada.

A estratégia de metodologia de “estudo de caso” (YIN, 2010) se mostrou apropriada para nosso estudo ao proporcionar meios para análise do processo de criação cultural e produção de comunicação alternativa por meio de recurso audiovisual, promovido pelo Ponto de Cultura *Cinema para Todos*, em Natal/RN, através das oficinas de cinema e vídeo digital ministradas em Açu, Lajes e São Gonçalo do Amarante, também no Rio Grande do Norte, dentro de um projeto de política pública de inclusão sociocultural, dentro do panorama da Cultura Digital do Ministério da Cultura. “A essência de um estudo de caso é que ele tenta iluminar uma decisão ou um conjunto de decisões: por que elas são tomadas, como elas são implementadas e com que resultado” (SCHRAMM *apud* YIN, 2010, p.38). Os espaços das oficinas de cinema e vídeo digital foram observados como locais de práticas sociais embrionárias, que mostram o desenvolvimento das modificações das ações que geram novas práticas sociais, culturais e comunicacionais; bem como registram e dão visibilidade às ações e criações dos integrantes.

Consideramos necessário esclarecer que nosso estudo não trata de contar a história de vida dos integrantes das oficinas investigadas do ponto de vista etnográfico, ou seja, não estamos buscando traçar uma análise social ou um estudo sociológico sobre os participantes das oficinas de cinema e vídeo, através das variáveis sociodemográficas, mas sim, buscamos identificar as mediações das relações comunicacionais. Não vamos traçar o perfil de cada usuário, embora individualmente cada agente tenha contribuído com dados únicos e específicos para o resultado da prática coletiva comunicacional alternativa por meio da apropriação do recurso audiovisual. Trabalhamos com o fenômeno social das oficinas de cinema e vídeo ministradas pelo PC *Cinema para Todos* como parte de uma política de inclusão sociocultural, como lugar físico e simbólico, a tecnosfera. Paralelamente, levantamos uma revisão de literatura para compor a estrutura da investigação de tal maneira que através da imbricação da análise hermenêutica e dos dados coletados empiricamente pudéssemos acompanhar e relatar os caminhos das mediações vivenciadas pelos sujeitos. Consideramos importante descrever, de forma sequencial, a forma como desenvolvemos a investigação, portanto relatamos a seguir algumas etapas.

Depois de mapear os PCs do Rio Grande do Norte, no que tange à localização, atividade, projeto e área de atuação, passamos a fase da pesquisa em que analisávamos o objeto através de uma perspectiva qualitativa e procedemos às entrevistas abertas com alguns coordenadores dos PCs, por e-mail e por telefone, bem como procedemos ao levantamento de dados através de observação não-sistemática com anotações de campo e informações postadas nos sites dos PCs e no site do Ministério da Cultura (MinC), para elaboração de um relatório inicial contendo os principais dados e perfis dos PCs, integrantes e histórias, com o objetivo de traçar um diagnóstico capaz de revelar os PCs do estado, que trabalhavam com inclusão sociocultural, utilizando o recurso audiovisual para produção de comunicação alternativa, dentro do estabelecido pelo *Programa Cultura Viva*, do Ministério da Cultura (MinC). Na etapa seguinte, definimos por trabalhar com o PC *Cinema para Todos*, em virtude da quantidade³⁶ de filmes experimentais que tinham sido produzidos. Assim, integramo-nos voluntariamente nos projetos do PC *Cinema para Todos*, buscando conhecer a dinâmica da construção das práticas comunicacionais alternativas com utilização de recurso audiovisual, voltadas para a inclusão sociocultural em comunidades do interior do Rio Grande do Norte.

³⁶ Segundo o coordenador do PC, eles já tinham produzido 18 filmes (entre curtas de ficção e documentários).

Durante nossa vivência exploratória e de comunicação participativa junto ao PC *Cinema para Todos* tivemos a oportunidade de desenvolver investigações observacionais sobre a realização de três oficinas de cinema e vídeo em três municípios do Rio Grande do Norte, e que integram o recorte empírico do nosso trabalho.

Com o objetivo de apoiar e justificar as interpretações sistemáticas que foram recolhidas durante as etapas de coleta de dados, também registramos fotograficamente a postura dos alunos durante as aulas de roteiro, produção e filmagens; bem como tentamos manter anotações sobre a forma como o grupo se movimentou como conjunto para dar conta da realização do filme. Este processo nos ajudou a compreender como o aluno se apropria do recurso audiovisual para a produção comunicacional alternativa.

Pode parecer normal a ideia da materialidade da comunicação, pois esse é um processo que está absorvido, naturalizado por todos nós, entretanto é essa naturalidade que nos deixa escapar algumas consequências da materialidade na comunicação, como por exemplo, a de que a estrutura da mensagem comunicacional sofre influência da técnica da transmissão, desta forma ao analisar a materialidade da comunicação através da produção audiovisual, no nosso caso, o investigador precisa estar atento a dois processos, técnico e social (FERREIRA, 2006).

Técnica – (câmera de vídeo digital, *softwares* de edição não-linear etc.) é o processo de ação comunicativa possibilitado pela materialidade do suporte.

Social – (sons, diálogos, atores, cenas) sistemas de produção incorporados nos filmes, indica as materialidades dos processos comunicacionais imersas em materialidades internas.

Por sua vez, as oficinas de cinema e vídeo se compõem no *ethos* midiático que configura o acesso ao recurso audiovisual, a convivência com a tecnologia através dos suportes e das teorias, a interação do indivíduo com o social e o processo de mediação.

Buscou-se ainda a técnica de argumentação propositiva para analisar o diálogo de um dos filmes (*O Quarto*, Açu/RN) como suporte investigativo, e que se consolidou como apropriada para revelar como os alunos dessa oficina (Açu/RN) utilizaram a produção para transmitir a cultura popular do local, as ambições futuras e visões do mundo, num verdadeiro processo auto etnográfico.

Esta multiplicidade de táticas, estratégias e técnicas faz-se necessário como explica Alberto Efendy Maldonado, quando se investiga as práticas comunicacionais na contemporaneidade, pois permite dar conta dos procedimentos investigativos que nos permitem manter uma aproximação do objeto pesquisado capaz de oferecer possibilidades de reconhecer, excluir, selecionar, sistematizar, experimentar, enfim.

[...] Os meios desenvolveram formas, táticas e estratégias de captura e tradução das diversas culturas [...] transformando-as em produtos simbólicos televisivos, cinematográficos, radiofônicos e impressos. Esses movimentos históricos mostraram dinâmicas e diversidades impossíveis de ser compreendidas só a partir de estratégias lineares, quantitativas, estatísticas e sistêmicas. O comunicacional se configurou em várias dimensões (entre as principais: política; semiótica; econômica-política; sociológica; estética; antropológica; histórica, ecológica; tecnológica; linguística; psicológica e filosófica) que requerem para sua compreensão, desenhos de investigação que articulem aspectos básicos de sua existência multifacetada (MALDONADO, 2009, p. 17-18).

Durante o trabalho observacional buscamos identificar as dimensões mais significativas para aquele sujeito envolvido na ação de prática social e cultural, que fosse capaz de fazê-lo modificar, ou capaz de fazê-lo gerar um sentimento na direção de tentar intervir na realidade, no cotidiano; tanto para produzir um novo significado para a própria cultura, como para encontrar e experimentar novas formas de expressão cultural. Essa coleção de imagens feitas em vídeo, registros do cotidiano fornecem aos agentes e ao coletivo comunitário material para análises e aprendizagem sobre referências estéticas e éticas. O que filmar? Como filmar? O que vale a pena contar sobre nossa comunidade para ela mesma e para os outros? A história revelada por esses filmes é a história improvisada, tornada ficção nos gestos afetivos dos atores sociais, ou na interpretação da violência instalada e parte da vida diária. O filme traduz um espaço cultural com uma nova doxa para o coletivo, capaz de gerar capital social, através do reconhecimento adquirido fora do grupo (BOURDIEU, 2008).

Embora nosso estudo trabalhe com dados e informações sobre o Projeto Ponto de Cultura do *Programa Cultura Viva*, não é nossa intenção tecer uma análise avaliativa sobre o referido programa, tampouco sobre a política pública cultural desenvolvida pelo governo federal nos últimos oito anos; entretanto, permitimo-nos ao final das considerações apresentar sugestões, algumas feitas pelos próprios alunos das oficinas de cinema e vídeo.

As informações analíticas desenvolvidas neste capítulo referem-se especificamente a ação cultural realizada na região do semiárido nordestino, pelo PC *Cinema para Todos*, dentro

de um projeto particular deste PC, no sentido de contribuir para a capacitação do jovem no que tange à prática social midiática, através da apropriação do recurso audiovisual, por meio do suporte técnico câmera de vídeo digital, com conteúdo da cultura local; resultados estes portanto, que não podem ser generalizados para outros PCs. Permitimo-nos considerar entretanto, que as informações coletadas e analisadas podem contribuir futuramente para um estudo mais aprofundado sobre a ação colaborativa e educativa que pode ser desenvolvida nos PCs, através da utilização do recurso audiovisual como ferramenta pedagógica³⁷.

O uso do vídeo, como disparador de reflexões sobre as práticas sociais pode ser entendido como facilitador de processos de aprendizagem e desenvolvimento, envolvendo a reflexão e a tomada de consciência, graças ao distanciamento que o vídeo permite, dessas práticas e representações, transformando-as. Nesse duplo processo de pesquisa e intervenção pedagógica, cabe ao pesquisador compreender o que [os agentes] compreendem, realizando. A compreensão de segunda ordem, aquela que permite ao pesquisador uma reflexão recorrente sobre o seu próprio papel na realidade investigada, [...] um envolvimento comunicativo que abarca tanto o pesquisador quanto o outro-pesquisado, em que ambos se transformam, assim como os processos de comunicação que se pretende compreender (SALGADO, PEREIRA, SOUZA, 2005, s/p.).

Todas as entrevistas foram realizadas dentro do estado do Rio Grande do Norte, de acordo com a disponibilidade dos participantes, tanto pessoalmente, como pela internet. Os grupos de entrevistados foram compostos de acordo com a localização das oficinas: São Gonçalo do Amarante, Lajes e Açu. O primeiro grupo de entrevistados foi o que participou da oficina de cinema e vídeo ministrada pelo PC *Cinema para Todos*, realizada em dezembro de 2009, no município de São Gonçalo do Amarante (SGA), próximo a Natal, capital do estado. O segundo grupo de entrevistados participou da oficina realizada em janeiro de 2010, no município de Lajes, na região central do estado. E o terceiro grupo de entrevistados participou da oficina realizada em março de 2010, no município de Açu, localizado na região oeste do Rio Grande do Norte.

Os municípios de Açu, Lajes e São Gonçalo do Amarante encontram-se localizados na zona do semiárido nordestino do Brasil, com IDH abaixo da média geral obtida pelo estado do

³⁷ Recurso *Audiovisual como Ferramenta Pedagógica*. Sobre o assunto temos textos da autora que tratam da apropriação do recurso audiovisual como ferramenta pedagógica com o objetivo de promover o emponderamento social, político, comunicacional e cultural de jovens, como por exemplo: *Minha Escola na TV*, projeto de comunicação experimental com recurso audiovisual desenvolvido em escolas públicas e particulares na região oeste da Grande São Paulo e na região oeste do estado do Rio Grande do Norte, através da TV Alphaville e da TV Cabo de Mossoró (TCM) respectivamente; e também, o Relatório de Propostas para o Setor do Audiovisual na *II Conferência Estadual de Cultura do Rio Grande do Norte* e no *I Fórum Potiguar de Cultura*.

Rio Grande do Norte – 0,7, conforme dados da Federação dos Municípios do RN (FEMURN, 2010); e não possuem salas de exibição cinematográfica. Apesar da expansão cineclubista, o cinema como prática social coletiva, exercida em lugares públicos ainda não faz parte ou deixou de fazer parte do cenário cultural em muitos municípios do interior do Brasil, fato ignorado pelas políticas públicas locais que preferem ocupar os espaços públicos com edifícios comerciais, diminuindo assim, as possibilidades de lazer e entretenimento, de fruição cultural, como atesta o pesquisador comunicacional César Bolaño (2004) é difícil, mas verdadeiro, imaginar que o Brasil ainda guarda “ilhas cercadas pelo silêncio do cinema” (BOLAÑO, 2004, p.48). Principalmente, porque o cinema apresenta outras visões do mundo, outras leituras críticas da realidade e outras possibilidades criativas através da ficção, até como contraponto a outras mídias, porque estamos cada vez mais imersos na mídia, principalmente a televisiva, saturados pela sua onipresença no mundo da vida, como afirma Roger Silverstone (2002) ela se tornou uma “dimensão essencial da nossa experiência contemporânea” (SILVERSTONE, 2002, p.12). Com relação ao cinema os dados do IBGE (2010) apontam que mais de 90% dos municípios brasileiros não possuem salas de cinema, teatro, museus e espaços culturais multiuso, e nas cidades com salas de exibição cinematográfica, apenas 13% frequentam o cinema alguma vez por ano. Os outros dados com relação aos hábitos culturais no Brasil estão a seguir.

92% dos brasileiros nunca frequentaram museus;

93,4% dos brasileiros jamais frequentaram alguma exposição de arte;

78% dos brasileiros nunca assistiram a espetáculo de dança, embora 28,8% saiam para dançar;

O brasileiro lê em média 1,8 livros per capita/ano (contra 2,4 na Colômbia e 7 na França, p.ex.);

Dos cerca de 600 municípios brasileiros que nunca receberam uma biblioteca, 405 ficam no Nordeste, e apenas dois no Sudeste;

56,7% da população ocupada na área da cultura não têm carteira assinada ou trabalha por conta própria;

A média brasileira de despesa mensal com cultura por família é de 4,4% do total de rendimentos (IBGE, 2010).

A capacidade de interagir com outros PCs no sentido de criar oportunidades para que os sujeitos pudessem se apropriar da técnica para produção de filmes experimentais (curta-

metragem e documentário) foi o critério que destacou o PC *Cinema para Todos* para se constituir em objeto desta investigação. Outro ponto importante pelo qual priorizamos a escolha pelo PC foi o trabalho desenvolvido no interior do estado, através das oficinas de capacitação e formação em cinema e vídeo, em municípios onde o acesso aos equipamentos e bens culturais praticamente inexistem.

A seguir disponibilizamos duas tabelas elaboradas a partir de informações do IBGE (2010 e 2005), sendo que a primeira apresenta os números totais de habitantes, e a segunda traça um comparativo dos equipamentos culturais disponíveis para a população em cada município.

TABELA 4 TOTAL DE HABITANTES (2010)

| Rio Grande do Norte | Natal | Açu | Lajes | S. Gonçalo |
|---------------------|---------|--------|--------|------------|
| 3.121.451 | 785.000 | 53.000 | 10.000 | 87.700 |

Fonte: IBGE, 2010 Elaboração: CUNHA, 2011 (Total de Habitantes)

TABELA 5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS

| | Natal | Açu | Lajes | S. Gonçalo |
|------------------------------------|-------------------|-----|-------|------------|
| Bibliotecas Públicas | 5 | 1 | 4 | 1 |
| Museus | 6 | 0 | 0 | 0 |
| Teatros ou Salas de Espetáculos | 4 | 1 | 1 | 1 |
| Cinema | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Estádio ou ginásios poliesportivos | sim ³⁸ | 1 | 3 | 5 |
| Unidade de ensino superior | sim ³⁹ | 1 | 0 | 0 |
| Shopping centers | sim ⁴⁰ | 0 | 0 | 0 |
| Lojas de discos, CDs, DVDs | sim | 1 | 0 | 0 |
| Livrarias | sim | 1 | 0 | 0 |
| Estação de Rádio AM | sim | 1 | 0 | 0 |

³⁸ O IBGE não dispõe de informações sobre a quantidade.

³⁹ Idem.

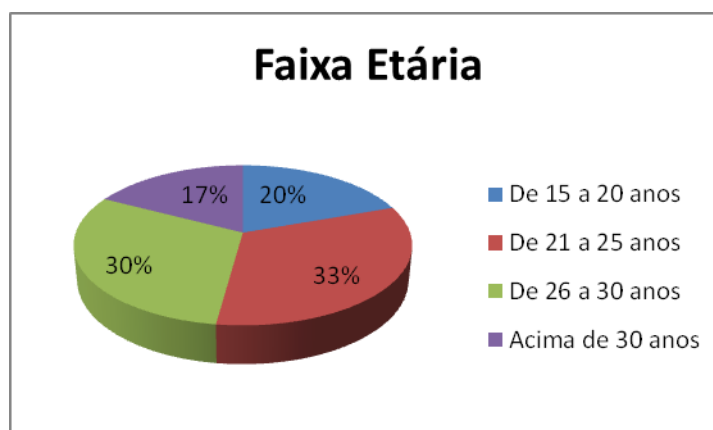
⁴⁰ Ibidem.

| | | | | |
|---|-----|---|---|---|
| Estação de Rádio FM | sim | 1 | 0 | 1 |
| Geradora de TV | Sim | 1 | 0 | 0 |
| Computadores com acesso à internet disponibilizados gratuitamente pela Prefeitura | não | 1 | 0 | 0 |

Fonte: IBGE, 2005 Elaboração: CUNHA, 2011 (Total de Equipamentos Culturais)

Embora na capital, em Natal, os jovens sejam maioria entre os frequentadores das oficinas de cinema e vídeo do PC *Cinema para Todos*, nas oficinas realizadas no interior do Rio Grande do Norte os dados apontam para um número maior de adultos, com idade acima de trinta anos, interessados em participar dos cursos.

GRÁFICO 16 FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS



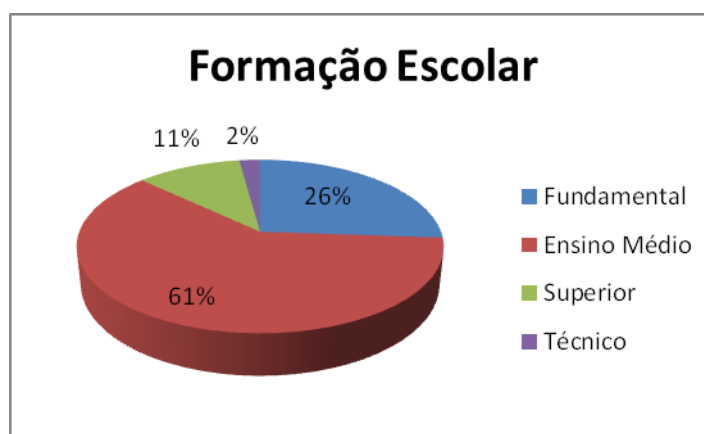
Elaboração: CUNHA, 2011

Após a realização da oficina, três pessoas dentre os entrevistados, em São Gonçalo do Amarante, com mais de trinta anos, demonstraram interesse em trabalhar com produção audiovisual. Um dos alunos revelou em entrevista que realizamos em novembro de 2011, que logo depois da oficina, fez um curso técnico de animação digital e atualmente, trabalha com produções independentes na área de animação digital, tendo produzido um vídeo sobre a história do descobrimento do Brasil, em animação 3D, que foi exibido em outubro de 2011 na *Virada Multicultural de Recife (PE)*.

Outra entrevistada com mais de trinta anos, curso superior, professora em uma faculdade em Natal, decidiu – a partir das descobertas feitas durante as aulas de cinema e vídeo em São Gonçalo – promover no Dia do Documentário (07/08/2011), uma palestra com exibição de um curta-metragem brasileiro de produção independente, para seus alunos da faculdade, em Natal. O debate foi coordenado por Carlos Tourinho, do PC *Cinema para Todos*, que reforçou entre os jovens alunos presentes, a ideia de que a produção cinematográfica brasileira precisa se renovar, e que estamos vivendo o momento ideal para se produzir experimentações em vídeo digital, “graças às novas câmeras digitais, de boa qualidade para pequenas produções, que estão à disposição de todos, e por um custo acessível” (TOURINHO, 2011).

Outro dado levantado pela pesquisa foi o da formação escolar dos entrevistados. Entretanto, não houve diferenças significativas entre os resultados apresentados por aqueles que tinham mais tempo de estudo, ou uma melhor formação escolar.

GRÁFICO 17 FORMAÇÃO ESCOLAR



Elaboração: CUNHA, 2011

A produção audiovisual por ser uma prática desenvolvida a partir da aquisição de uma nova habilidade técnica, quer seja para gravação, iluminação, roteirização, edição, enfim, exigiu, na verdade, não o saber prévio, mas sim, disposição dos integrantes das oficinas para assimilar os novos conhecimentos, os quais não são ministrados normalmente em salas de aula durante um curso de formação escolar normal, quer seja em escola pública, ou escola privada.

As oficinas ministradas pelo PC *Cinema para Todos* são desenvolvidas a partir de uma metodologia que integra aulas teóricas, debates, exibição de filmes, roteirização, produção, gravação, edição e exibição do filme produzido em um telão na praça central do município. Para cada oficina o PC contrata dois professores, sendo que um será responsável pela parte prática da técnica (iluminação, áudio, vídeo) e outro pela parte teórica (elaboração do roteiro,

planejamento da gravação, recursos audiovisuais).

O coordenador do PC, Carlos Tourinho permanece durante toda a oficina orientando sobre postura, enquadramento, iluminação, ângulos etc.

Na foto a seguir o prof. Tourinho está em pé com o braço levantado dando o comando de ação ao grupo, podemos observar um casal de alunos interpretando a si próprios numa caminhada pela rua da cidade, enquanto um jovem está posicionado com o microfone captando o áudio da conversa, outra jovem ao lado mantém o fio do microfone, que está ligado à câmera, fora dos pés do operador de áudio. Duas câmeras fazem a captação de imagens, uma produzindo um ângulo mais aberto da situação, enquanto a outra dá detalhes da cena, de tal maneira que o editor tenha mais recursos de imagens durante o processo de edição.

A câmera mais pesada está com um aluno que está sentado em um banquinho sobre uma madeira plana posicionada sobre os canos de PVC que são os trilhos improvisados. A madeira é leve e pede um apoio de sustentação (um aluno sentado sobre a madeira) para que a câmera não trepide (grave imagens tremidas) durante o movimento de *travelling*. A madeira é puxada por dois alunos até o limite dos trilhos. Para que os atores percebam o limite do espaço de atuação, o aluno que está sentado sobre a madeira dando sustentação ao operador da câmera, mantém um bastão na horizontal, comunicando silenciosamente o local em que os atores devem parar de caminhar.

FOTO 2 OFICINA EM AÇU



FOTO ARQUIVO PC ALUNOS DA OFICINA DE AÇU

No primeiro dia da oficina os alunos são convidados a contar uma história. Nesse aspecto o PC valoriza a cultura popular oral rica em narrativas que mesclam detalhes da própria história com as contribuições da imaginação coletiva. Durante o exercício o aluno recebe instruções sobre a estrutura de um filme, tipos de narrativas, os três pontos principais de uma estrutura fílmica e sua sequência lógica, as personagens, a transformação da personagem no decorrer da trama, a sinopse, e o roteiro. Em geral esse processo de criação do roteiro, passando por elaboração, discussão, redação, leitura e aprovação por todos os integrantes da oficina leva de dois a três dias.

Na foto a seguir os alunos da oficina de Lajes ensaiam “as falas”, enquanto os alunos testam os equipamentos de áudio e vídeo.

FOTO 3 OFICINA EM LAJES



FOTO ARQUIVO PC ALUNOS DA OFICINA DE LAJES

Com o roteiro pronto e os papéis distribuídos os alunos iniciam o processo de captação das imagens, mesclado entre teoria e prática, ao mesmo tempo em que recebem informações sobre planos de enquadramento, ângulos da câmera, movimento e equilíbrio, continuidade, captação do áudio, fotografia, planejamento de cenas, gravação interna/externa, entre outras informações; os alunos iniciam o processo de operação dos equipamentos como câmera de

vídeo digital, microfone, lâmpada direcional, e até condução do carrinho para *travelling*, que é o deslocamento da câmera, geralmente feito sobre um carrinho de rodas sobre trilhos ou numa grua. O carrinho para *travelling* é feito pelos próprios alunos durante o curso utilizando-se canos de PVC sobre o qual deslizará uma placa de madeira com rodinhas de rolimã onde fica posicionado o tripé com a câmera, como na foto a seguir.

FOTO 4 REUNIÃO DOS ALUNOS



FOTO ARQUIVO PC ALUNOS ENSAIANDO UMA CENA

Um dos pontos importantes que podemos destacar é o da efetiva integração e envolvimento dos participantes nas oficinas, cumprindo regularmente os horários e as tarefas designadas pela coordenação do curso. Alguns jovens assumiram uma posição de liderança, no sentido de convocar os outros participantes, incentivando e cobrando a presença para a execução das tarefas designadas a cada um no grupo durante o processo de produção do filme. A seguir temos dois depoimentos⁴¹ de alunos sobre as oficinas.

Participar da realização do filme “E eu com isso” foi um momento importante de conscientização, exercício de cidadania, aprendizagem, e principalmente, descoberta. Agora quando eu for ao cinema, vou me lembrar de que além dos atores que eu vejo na tela e do diretor, também contribuíram para o produto final, o roteirista, o técnico de som, o técnico de iluminação, o desenvolvedor dos efeitos especiais, o editor, o operador da câmera, o cenografista, enfim (Mulher, 38 anos, Professora).

⁴¹ Os depoimentos a seguir foram coletados em entrevistas semi abertas, depois da exibição do filme.

O curso ampliou minha visão para o coletivo e o meu papel no grupo. Quando se é criança e jovem, não há uma perspectiva de que você pode fazer algo importante para a sociedade. É como se a sociedade existisse pelas pessoas adultas que a fazem, e nós só usufruímos dela, sem a necessidade ou mesmo a possibilidade de contribuir de alguma forma. Contudo, o curso e o contato com o grupo e as necessidades dele me fazem querer utilizar as minhas competências (por poucas que sejam) em prol do grupo, uma vez que tomo consciência de que, se alguém (ou "alguéns") da nova geração não tomar a frente do processo, ele irá estancar e, em vez de progredir, que é o rumo natural das coisas (Mulher, 19 anos, Estudante).

Como vimos a construção da problemática que teve como pergunta orientativa da investigação foi formulada assim: como ocorre o processo de apropriação do recurso audiovisual para a produção coletiva simbólica pelo aluno da oficina de cinema do PC *Cinema para Todos*? A pergunta originou-se a partir de uma outra pergunta formulada por Michel De Certeau durante uma entrevista ao jornal francês *Le Monde*, em janeiro de 1978, sobre a necessidade de se disponibilizar um espaço para que o consumidor pudesse informar o que ele fazia com o consumo das imagens do produto midiático.

Ora, toda a questão reside nisto: qual a fabricação do praticante nos espaços impostos da cidade? Sabemo-lo cada vez menos, à medida que a extensão totalitária dos sistemas de produção [dominante] retira dos consumidores um lugar onde indicar o que fazem dos produtos, e à medida que, ao participar da lógica desses sistemas, os aparelhos científicos medem a progressão desses produtos nas redes de uma ordem econômica, porém permanecem cegos ao uso que deles é feito pelos praticantes (DE CERTEAU *apud* MATTELART, 2009, p.158).

Uma questão complexa e difícil de ser completamente respondida, em virtude das especificidades de cada sujeito ao se apropriar da mídia, da variedade de impressões subjetivas, e dos diferentes tempos sociais do coletivo. Entretanto, tentamos sublinhar alguns pontos que consideramos nos ajudarão a construir o relatório de achados produzidos durante a investigação. Os produtos audiovisuais, filmes digitais (*vídeos auto etnográficos*) produzidos pelos integrantes das oficinas expressam sensibilidades subjetivas através do suporte técnico câmera de vídeo digital, implementando um estilo e tempo específico de cada coletivo, capaz de provocar um novo senso de realidade num processo de mutação cultural (MARTÍN-BARBERO, 2004) que implica em se associar o novo modo de produzir cultura com o novo modo de comunicar, capaz de converter conhecimento em força produtiva direta. A construção identitária advém do exercício de falar e agir que produz o processo de interação comunicacional, em que o agente constrói e reconstrói a sociabilidade. A análise das

mediações que ocorreram na ambiência das oficinas de cinema e vídeo (*ethos* midiático) revelou que algumas das negociações realizadas pelos sujeitos sociais através de relações sociais e culturais eram de caráter simbólico devido aos repertórios de interpretação próprios de cada coletivo, já que as interações e práticas socioculturais abrigam diferentes tipos de atores sociais dispostos em tempo e espaços e contextos específicos numa relação significativa entre os atores sociais, a mídia audiovisual e o próprio sujeito.

A ambiguidade do discurso dos realizadores quanto ao papel da mídia hegemônica revela uma busca pela mobilidade social que pode ser possibilitada pela aquisição do conhecimento da nova linguagem fílmica, bem como pela capacitação para utilização dos novos suportes técnicos, como operação da câmera de vídeo digital, da iluminação, do som, do *software* de edição não-linear etc. Assim, ao mesmo tempo em que o aluno afirmava querer produzir um vídeo diferente com uma linguagem inovadora, repleta de novas significações culturais e estéticas; ele recorria à estética hegemônica porque é o modelo visual que ele conhece e que lhe serviu de referência para a representação do próprio cotidiano.

Portanto, consideramos pensar a produção cultural e simbólica desses agentes como reprodutivas (a partir do momento em que repetem as fórmulas consensuais do ideário hegemônico), entretanto esta reprodução não invalida a produção, justamente pela capacidade conceitual como criação cultural, que contribui para o desenvolvimento de uma prática comunicacional alternativa com significados periféricos, com uma estética etnográfica sem o filtro da legitimidade dominante, e por isso mesmo transformadora.

No quadro a seguir temos os três vídeos que foram produzidos nas oficinas realizadas pelo PC *Cinema para Todos*.

TABELA 6 PRODUÇÃO VIDEOGRÁFICA DAS OFICINAS

| | Filme | Data da Realização | Total Participantes |
|--------------------------------|---------------------|---------------------------|----------------------------|
| Açu | O Quarto | Dez/2009 | 16 |
| Lajes | Um Crime, Uma Lição | Jan/2010 | 20 |
| São Gonçalo do Amarante | E eu com isso? | Mar/2010 | 10 |

Elaboração: CUNHA, 2011

A oficina de cinema realizada em São Gonçalo do Amarante resultou no filme *E eu com isso?*. O curta-metragem de ficção narra o tumulto provocado num povoado após o roubo da estátua de ouro da santa padroeira. O cenário escolhido foi o bairro de Utinga,

próximo a zona rural de São Gonçalo do Amarante. Os artistas figurantes foram escolhidos entre os artistas populares da comunidade e os próprios moradores, que recriaram seus cotidianos diante da câmera numa interpretação ficcional da vida real. Essa representação social do cotidiano se encaixa na definição de cultura feita por Canclini (1997) “como instância de eufemização dos conflitos sociais”, ou ainda, como “uma fabulação do cotidiano, ficcionalização do real” (BENTES, 2010, p.2).

Em Lajes, os vinte alunos da oficina de cinema produziram o curta-metragem *Um Crime, Uma Lição*, e na sequência receberam um convite para produzir um vídeo documentário sobre o carnaval da cidade, e estão organizados coletivamente para a formação de um núcleo de produção audiovisual no município. “Capacitá-los, torná-los agentes, protagonistas, sujeitos ativos da ação foi o que o curso fez com eles, que já foram contratados para fazer a cobertura do carnaval de Lajes, isso é muito bom” (ALVES, 2011, s/p.).

O filme *O Quarto*, produzido pelo grupo de Açu apresentou como *plot*⁴² uma enchente de grande proporção que tinha acontecido realmente, cerca de um mês antes da oficina, e que fez com que o açude da região transbordasse deixando várias famílias desabrigadas. Recorremos à técnica argumentativa para compreender e relatar como a prática comunicacional experimental, através do recurso audiovisual do vídeo digital participativo, ajudou a promover a capacidade comunicativa político sociocultural dos integrantes dessa oficina. Um dos 16 alunos que realizaram a oficina e produziram o filme, é agente cultural e coordenador de um grupo de teatro na comunidade, e embora acostumado a atuar para o público, escolheu colaborar com a equipe na parte técnica ligada à iluminação e elétrica.

O setor cultural do município não tem muito investimento. Por isso essa oficina é importante. Todos participaram do curso, ninguém faltou, todo mundo aprendeu um pouco. Acho que o curso também vai ajudar quem quiser trabalhar em alguma produtora, ou fazer algum filme sobre a cidade, as festas, a nossa vida. Para mim foi muito bom porque me senti criativo junto com meus amigos (Jovem, homem, 23 anos).

A análise da estrutura de argumentação é típica da ciência, mas a trouxemos para o contexto do filme *O Quarto* com o objetivo de analisar a proposição que trata do processo de negociação entre os pais e os filhos, numa situação de conflito – desabrigados por causa da enchente – demonstrando assim, o acomodamento individual dos mais velhos que aceitam a situação *versus* o companheirismo e a participatividade dos mais jovens que embora aceitem temporariamente conviver no abrigo, almejam um futuro melhor.

42Espinha dorsal dramática do roteiro; núcleo central da ação dramática (COMPARATO, 1998).

O filme questiona a subjetividade do cidadão frente ao coletivo. Subjetividade que reelabora os conteúdos e funciona como lugar de interação mediada. Mas a questão maior que o filme toca é a do processo de infra-humanização no preconceito contra os homossexuais.

Longe de ser uma campanha a favor do uso de preservativos, ou discutir a discriminação contra soropositivos, ou ainda pró-LGBT⁴³, os jovens produtores convocam a audiência (a própria família, os parentes e vizinhos), para pensar e discutir aquilo que a mídia prega e o que ela faz com o "senso-comum", como pode-se observar na análise argumentativa a seguir.

Dados:

Homem 1 (parece indignado, mas ao mesmo tempo desanimado): *Vou passar o tempo todinho com essa bermuda podre de suja, já basta as roupas que eu perdi* (na enchente).

Dois adolescentes, sentados no chão, conversam em um quarto:

Jovem 1: *Que diabo eu faço com esta folha em branco?*

Jovem 2: *Eu trouxe para você desenhar.* (O jovem já está desenhando e ao seu lado muitas folhas com desenhos prontos).

Jovem 1: *Você acha que eu consigo desenhar?*

Jovem 2: *Deus colocou isso aí em qualquer um de nós.*

Jovem 1: (Desdenha, pega a folha, amassa e joga fora).

Jovem 2: (Calmamente pega a folha, desamassa, faz uma dobradura em forma de caixa e entrega para o outro).

Jovem 1: (Sorri). *Você é 'invocado' mesmo. Sabe meu pai disse que artista é coisa de vagabundo.*

Jovem 2: *Vagabundo?*

Jovem 1: *É gay, drogado, gente que não quer nada com a vida sabe?*

Jovem 2: *Rapaz, Deus antes de criar o mundo acho que ele desenhou. Então eu acho que desenhar não é coisa de vagabundo não.*

Jovem 1: *Puxa, é mesmo!*

As duas mulheres aparentemente resignadas, sentadas no chão, lavando roupa numa bacia.

Mulher 1: *Passa o sabão em pó, por favor.*

Mulher 2: (pega o sabão, olha de lado com desdém e murmura) *Pior marca. Bem que minha mãe disse: nada de graça presta mesmo.*

Os dois adolescentes conversam. O jovem 1 e o jovem 2 são os mesmos do diálogo anterior.

Jovem 1: *Diga, qual foi a coisa mais legal que Deus fez?*

Jovem 2: *Foi o milho.*

Jovem 1: *É pipoca...*

Jovem 2: [O milho] *Faz pipoca, canjica, cuscuz, mungunzá e galinha...*

Jovem 1: *Galinha?*

Jovem 2: *É. A galinha não come o milho, e não põe o ovo, e do ovo não sai a galinha não?*

Garantia:

43LGBT, sigla para lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros.

Jovem 1: *Rapaz, quando eu crescer vou comprar uma fazenda e assim meu pai não vai ter mais tanto trabalho.*

Jovem 2: *E eu quando crescer quero ter uma lua só pra mim, para eu ir lá quando eu quiser.*

Jovem 1: *Queria também ter uma fábrica de pipoca e ser um grande desenhista.*

Jovem 2: *Quando eu crescer eu quero ser um bom jogador de futebol igual a Kaká.*

Jovem 1: *Quero ter dois filhos.*

Jovem 2: *Quero uma mulher que me ame e cuide bem dos meus filhos.*

Apoio:

Certos de que os filhos são homossexuais e que estão escondendo uma relação afetiva quando se encontram em um quartinho secreto do abrigo, os pais os agridem violentamente, tanto verbal como fisicamente. Em seguida, correm para o quarto secreto e se deparam com uma exposição de arte. Nas paredes, desenhos criativos descrevem o caminho do futuro que os jovens querem.

Essa produção audiovisual experimental feita colaborativamente é o produto final construído pelos realizadores populares, e sua importância deve ser destacada, pois esse conteúdo reproduz a diversidade das experiências populares; e sua distribuição/exibição é fundamental neste processo, pois o compartilhamento integra o processo dinâmico da prática comunicacional. A troca e a difusão das experiências gravadas (editadas ou não), tanto entre os próprios realizadores como para um público externo, ajuda a aprofundar os conhecimentos e a reavaliar os valores estéticos, éticos e sociais através do debate coletivo.

Podemos considerar que está ocorrendo uma articulação coletiva no sentido de utilizar o recurso audiovisual para a circulação de práticas experimentais inovadoras dissidentes, emergentes, expressões de singularidades e da diversidade cultural, como é o caso da produção comunicacional coletiva e participativa que busca retratar o local de origem da cultura popular dos realizadores.

A cultura popular recriada pelo coletivo através da ação cultural midiática apresenta novas significações proporcionadas pela produção colaborativa e pela dinâmica do compartilhamento de saberes. Para Bourdieu (2008) a noção de distinção social refletida no consumo midiático pode ser vista apenas como 'noção'; ou seja, o filme serve para comunicar o sentido da distinção, mas é com a circulação do discurso que se abre a possibilidade para que a distinção social seja reconhecida e legitimada.

Entre a lógica de se produzir um vídeo e o uso que se faz desse vídeo está a prática social midiática, que é uma estratégia de comunicabilidade. Quando uma pessoa vê um filme, quase imediatamente consegue fazer a 'leitura' daquilo que vê na tela e identificar o produto que pode ser uma comédia, drama, aventura, enfim, de acordo com os elementos presentes no produto, e de acordo com a cultura.

Diante disto, consideramos que o estudo do objeto específico que é a dimensão da prática comunicativa alternativa (vídeo digital participativo que expressa a cultura popular) nos permitiu perceber que a nova forma de comunicar do grupo social reflete a mudança tecnológica e cultural vivenciada por eles. A cultura letrada perdeu a centralidade e a cultura audiovisual assumiu o lugar, num processo de transformação semelhante ao descrito por Martín-Barbero (2004) ao afirmar que o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural.

Assim, podemos considerar que o cinema produzido no *ethos* midiático das oficinas de cinema e vídeo digital realizadas pelo PC *Cinema para Todos*, traz a marca da ambiência vivenciada pela cultura midiaticizada, resultado da influência da imbricação dos meios televisão aberta e cinema popular, tornando esta prática experimental uma prática que não é só cinema, mas também, não é só vídeo, pois se expressa ficcionalizando o real como um filme, através da apropriação mediada da informação telejornalística. Esta produção audiovisual, ao mesmo tempo, resume e amplia o conceito que abriga as manifestações midiáticas do cinema e da televisão, porque é vídeo digital e é cinema experimental. Bem que poderia ser produto da mídia televisiva se o transporte para a audiência fosse feito por *broadcast* através de um canal de TV por assinatura da região, ou através da TV Digital pública como pretende o poder público futuramente; mas ganha *status* de cinema certificado pelo próprio coletivo que dá vida à produção, e deixa a esfera privada do receptor do meio televisão, para assumir a ágora dos debates da esfera pública ao ser recebido pelos cidadãos como um produto cinematográfico.

O filme produzido nas oficinas de cinema e vídeo trabalha com os formatos industriais e suportes técnicos disponíveis no mercado pela indústria tecnológica dominante, mas com uma lógica de produção distinta da indústria hegemônica. A apropriação do audiovisual, a resignificação da cultura popular através dos valores estéticos da nova linguagem, permitem que o agente realizador formule a visão coletiva a ser apresentada no filme, não como intelectual militante do *cinema novo*, nem como videoasta rebelde do *olhar eletrônico* da televisão, mas como o sujeito que usa a *tática* para se comunicar (De Certeau, 1998), ou aprende a se comunicar a partir de um novo recurso, o audiovisual, para manter a tradição daquela cultura popular, como os *Narradores de Javé*, ou ainda, como muitos nordestinos do interior que, como desculpa para se refrescar, colocam a cadeira da calçada, e oralmente, entre a família, os amigos e a comunidade repassam a vida diária, recontando a própria cultura popular.

FOTO 5 CINEMA NA PRAÇA



FOTO ARQUIVO PC EXIBIÇÃO FILME AÇU

Os filmes das oficinas também recorrem a essa rede desestruturada de cadeiras soltas pelas praças e ruas para compor o espaço de exibição/legitimação, de forma diferente da mídia hegemônica que dispõe de regimes de enunciação formais, como por exemplo, anúncios nos meios de comunicação, campanhas de marketing, *trailers* nas salas de exibição climatizadas. Entretanto, o resultado das oficinas oportuniza novas dinâmicas sociais e comunicacionais, ao permitir ao sujeito numa inclusão subjetiva, desfrutar coletivamente da prática social cinema, numa multiplicidade de interações socioculturais que têm lugar em volta do cotidiano comunitário, e além dos centros hegemônicos.

CONCLUSÃO

A reflexão que podemos fazer a partir deste estudo envolve os valores socioculturais da comunidade estudada e as tecnointerações promovidas no contexto das práticas sociais midiáticas. Durante a investigação verificou-se que o trabalho coletivo através da apropriação do recurso audiovisual como prática comunicacional alternativa articulada através de ações de inclusão socioculturais, promoveu e estimulou a expressão identitária do agente e do coletivo, através da capacitação técnica concretizada em forma de mídia alternativa com conteúdo da cultura popular local; bem como identificamos elementos que contribuíram para incentivar a criação ou o fortalecimento de redes sociais, como a *Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABDeC-RN)* e o *Fórum Potiguar de Cultura (FPC)* que estruturadas operam com a função de regular as relações sociais e culturais do grupo, possibilitando e ampliando os resultados das ações empreendidas através das demandas do coletivo.

Os vídeos auto etnográficos produzidos nas oficinas de cinema e vídeo de Açu, Lajes e São Gonçalo revelam um novo modo de perceber e narrar a própria identidade cultural, embora os agentes modelem a produção na estratégia e estética da mídia dominante.

Coletivamente, a construção do processo de criação comunicacional cultural foi possível através do engajamento do agente socialmente, da ressignificação da relação desse agente com os outros integrantes, da articulação do saber cultural com a técnica comunicacional, e da leitura representativa do espaço público.

A ação investigativa revelou que de uma forma geral a maioria dos participantes das oficinas desenvolveu capacidade de autonomia para atuar em novos espaços, além de outras características:

- a) Desenvolvimento do poder de decisão para planejar e agir, tanto individual como coletivamente;
- b) Criatividade e Responsabilidade no interagir em grupo social e cultural;
- c) Leitura crítica da mídia hegemônica; e
- d) Conscientização da importância da participação política e cidadã.

Na ambiência das oficinas de cinema e vídeo os agentes adquiriram ou otimizaram algumas habilidades comunicacionais específicas da linguagem fílmica, mas que poderão ser aproveitadas em outras ações culturais e comunicacionais, como por exemplo, roteirização (pode ser usado para teatro, dança ou outra atividade cultural); bem como estimularam a leitura crítica da mídia dominante, através da exibição de filmes e debates entre os professores e os alunos.

Outros pontos positivos que podemos destacar são:

- a) Emancipação sinérgica através de ações e métodos diversos;
- b) Conscientização do agente para seu papel de mediador e dinamizador;
- c) Apropriação simbólica da história e da mídia hegemônica;
- d) Compreensão da importância da expressão comunicacional alternativa através da manifestação cultural; e
- e) Conscientização das formas de organização no mundo da vida.

As oficinas foram ministradas em espaços cedidos pelas prefeituras dos municípios, e nem sempre oferecem infraestrutura necessária para a realização dos cursos. Portanto, relacionamos alguns pontos que necessitam de atenção, e que talvez não sejam necessariamente da responsabilidade do Ponto de Cultura, e de nenhuma maneira diminuem a validade dos cursos oferecidos.

- a) Faltam informações sobre gestão administrativa e empreendedorismo tanto para os realizadores das oficinas, como para os integrantes dos cursos, para poder dar continuidade ao projeto de produção audiovisual nas comunidades visitadas;
- b) Falta sustentabilidade econômica do projeto no PC para continuar ministrando oficinas de cinema e vídeo, sem custo para o aluno, independente da verba do MinC; e
- c) Não há uma estrutura de articulação para divulgação posterior da produção audiovisual.

Os Pontos de Cultura se integram em encontro nacional realizado anualmente (embora em 2011 não tenha acontecido) denominado *Teia*, onde são realizadas apresentações culturais, mesas-redondas, debates e cursos para os coordenadores dos PCs de todo o Brasil. Até o momento foram realizadas quatro edições:

Teia 2006: Venha Se Ver e Ser Visto, São Paulo (SP)

Teia 2007: Tudo de Todos, Belo Horizonte (MG)

Teia 2008: Iguais na Diferença, Brasília (DF)

Teia 2010: Tambores Digitais, Fortaleza (CE)

No dia 23 de janeiro de 2012, o jornal *Folha de São Paulo* publicou a reportagem *Projetos prioritários da cultura estão estagnados*, onde informava que o *Vale Cultura está parado na Câmara e Pontos de Cultura têm problemas* (FSP, 2012). No mesmo dia, a Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Cultura (MinC) publicou uma nota de esclarecimento no portal do MinC na internet informando que:

[...] 3) A reportagem diz que nos Pontos de Cultura “houve atrasos de mais de seis meses no reembolso aos gestores. Dois editais foram cancelados”. Na realidade, os atrasos verificados no exercício 2011 se devem na sua maioria à inadimplência dos conveniados. O MinC pagou aos pontos de cultura em 2011 R\$ 58 milhões: R\$ 46,4 milhões para por em dia compromissos atrasados vindos de exercícios anteriores; e R\$ 11,6 milhões para compromissos correntes do exercício de 2011. 4) Quanto ao cancelamento dos editais, a gestão atual do Ministério buscou todas as formas de soluções positivas junto à assessoria jurídica e a órgãos de controle do governo mas, após amplo estudo, concluiu-se que o MinC está legalmente impossibilitado de dar seguimento a editais que contêm claros erros processuais (BRASIL, 2012).

Em correspondência eletrônica, datada de 10 de janeiro de 2012, enviada ao Ministério da Cultura, o coordenador dos Pontos de Cultura do Rio Grande do Norte, Teotônio Roque solicitava informações sobre o pagamento da segunda parcela aos PCs do RN, que deveria ter sido efetuado pela Fundação José Augusto (FJA), responsável pela cultura no estado, ainda durante o ano de 2011. Na mesma situação, ou seja, sem verbas para continuar os projetos culturais estão os coordenadores dos PCs de vários estados, menos os do grupo de Monte Alto, no interior de São Paulo que receberam mais de nove milhões de reais em janeiro de 2012, conforme notícia publicada em um portal de notícias da Paraíba (PB Agora).

A ministra [da Cultura] firmou, em setembro, um convênio com um grupo de 16 municípios, dirigido a partir de Monte Alto (cidade de 46 mil habitantes a 350 km da capital), no interior de São Paulo, no valor de R\$ 9,17 milhões (o MinC, em seu site oficial, promete que o repasse total será de R\$ 20 milhões). Paradoxalmente, os mais de 300 Pontos de Cultura de todo o Estado (geridos pela Secretaria de Estado da Cultura) ainda esperam pagamento da terceira

parcela de 2011. Qual seria a explicação para a notável demanda cultural detectada na região de Monte Alto? Bons contatos políticos ajudam a explicar. A ONG que intermediou o acordo que resultou no convênio (batizado de Consórcio Culturando) é a Associação de Gestão Cultural do Interior Paulista (AGCIP) tem longo relacionamento com o deputado federal Vicente Cândido (PT-SP) - que propôs lei tornando de utilidade pública a associação (PB AGORA, 16/01/2012).

Esse é o ponto, continuidade das ações, faz-se necessário uma melhor elaboração e estruturação da política pública cultural para uma atuação de forma continuada, cujos recursos econômicos não dependam de decisões políticas de governos municipal, e/ou estadual, e/ou federal e/ou de políticos de partidos aliados; e nem que tenham que esperar datas propícias, ou seja, de acordo com o calendário das eleições, com o objetivo de favorecer candidaturas de partidos aliados.

Entre as contribuições feitas pelos integrantes das oficinas destacamos as sugestões a seguir.

- a) Promover mostras de cinema e vídeo tanto locais, como nacionais e até internacionais, com a produção audiovisual dos Pontos de Cultura e participação dos realizadores dos vídeos em debates e oficinas para o público;
- b) Valorizar a diversidade cultural, possibilitando a criação de contextos culturais que valorizem expressões singulares;
- c) Garantir a compra da produção audiovisual para exibição na TV pública, sem atravessadores;
- d) Ampliar da capacitação técnica dos integrantes dos PCs, através dos Pontões, tendo como exemplo, o trabalho que vem sendo desenvolvido junto aos PCs pelo Laboratório de Cultura Viva da UFRJ;
- e) Criar novos Pontos de Cultura em todos os municípios brasileiros;
- f) Criar novos Pontões nas universidades federais integrando o espaço das TVs públicas universitárias para a exibição da produção independente dos PCs.

Se observarmos o mapa do estado do Rio Grande do Norte na tela do computador, não será possível determinar quantos filmes estão sendo produzidos e projetados em telas improvisadas pelo sertão potiguar tecendo a trama cultural do audiovisual independente.

Olhando os pontos cartográficos que simbolizam os cineclubes, os *Cine + Cultura* e os Pontos de Cultura, não será possível apreender as qualidades e perceber a magia que emana dos vídeo auto etnográficos que estão sendo produzidos no meio do semiárido nordestino.

São criações que transcendem as cidades que aparecem no mapa. A cinecartografia do RN é expressada em forças extra poder público e privado, feita de sombras e sobras recolhidas ao acaso, desregulada e não se permite ser regulamentada. Seu entendimento é uma manifestação direta do urbano rural, ou do rural urbano, um território segregado espacialmente entre as classes produtoras de cultura popular. Entre a carcincultura, piscicultura, fruticultura, e outras culturas, surge a cinecultura, a cultura audiovisual independente, que se aceita como é, não admite rótulos, não busca a competição acirrada porque sabe que seus espectadores estão imbuídos do mesmo sentimento da *pré-visão paradoxal*. São agentes que aprenderam a se reconhecer no enquadramento da câmera, descobriram a autoestima nos prêmios obtidos em festivais e mostras locais, e vislumbram uma possibilidade de alcançar um *status* profissional numa carreira ainda em arquitetura.

Projeto nascido de um ramo do capitalismo cultural contemporâneo, onde ao invés dos terrenos ganharem valor, as práticas sociais que valorizam a cultura ajudam a produzir o capital financeiro capaz de mover a engrenagem invertida da *virada cultural* descrita por Frederic Jameson (2006), uma massa cinecartográfica – retrato da auto etnografia mediada da alteridade – ainda incapaz de mediar viradas políticas, mas cheia de aspirações de uma realidade inspiradora, por enquanto apenas visível como pontinhos midiáticos distorcidos na superfície de um mapa na tela do computador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A.S.P.; OLIVEIRA, D.C. *Estudos Interdisciplinares de Representação Social*. 2ª ed. Goiânia: AB Ed., 2002. p.27-38.
- AKOUMIANAKIS, Demosthenes. *Virtual Community Practices and Social Interactive Media: Technology Lifecycle and Workflow Analysis*. UK: IGI Global, 2009.
- ALVES, N. Depoimento. In: CUNHA, S.Regina S. *Diário de Campo*. Natal/RN, mimeo, 2011.
- AUSLANDER, Philip. *Liveness: performance in a mediatized culture*. Cultural studies: performance studies. London: Routledge, 1999.
- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. SP-BSB:Hucitec-Edunb, 1999.
- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política*. Ensaios sobre literatura e história da cultura. (Obras escolhidas ; v.1). SP: Ed. Brasiliense, 1994.
- BENTES, Ivana. Deslocamentos Subjetivos e Reservas de Mundo. In: Anais XIX Encontro da Compós. GT Fotografia, Cinema e Vídeo. RJ, 2010.
- _____. Vídeo e Cinema: rupturas, reações e hibridismo. In: MACHADO, Arlindo (org.). *Made in Brasil*. Três décadas do vídeo brasileiro. SP: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007. p.111-128.
- _____. Redes Colaborativas e Precariado Produtivo. In: Revista *Periferia*. volume 1, nº 1, Editora da UFPE, 2007. p.53-61.
- BERNARDET, ABD
- BOLAÑO, César. *Mercado brasileiro de televisão*. SP: Ed. PUC-SP, 2ª ed., 2004.
- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. 1ª reimpr. SP: EDUSP; Porto Alegre,RS: ZOUK, 2008.
- _____. *A Economia das Trocas Lingüísticas: o que falar quer dizer*. SP: EDUSP, 1996.
- _____; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. *Ofício de Sociólogo*. Metodologia da pesquisa na sociologia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- _____. *O senso prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- _____. *Razões práticas*. Sobre a teoria da ação. Campinas, SP: 1996.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*. Dispositivos sociais de crítica midiática. SP: Paulus, 2006.
- BRASIL. *Constituição* (1988). Emenda Constitucional nº 48, de 10 de agosto de 2005. Acrescenta o § 3º ao Art. 215 da Constituição Federal, instituindo o Plano Nacional de Cultura. DOU, Poder Executivo, BSB/ DF, 11 ago 2005.
- _____. Ministério da Cultura. *Política Cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise*. Frederico A. Barbosa da Silva, autor. BSB/MinC, 2007.

_____. Ministério da Cultura. *Nota de Esclarecimento*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2012/01/24/nota-de-esclarecimento-39/> Acesso em: 23 jan. 2012.

_____. *Cultura Digital*. MinC. Coordenação de Cultura Digital da SPC em 2010. Secretaria de Políticas Culturais. 19/05/2011. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2011/05/19/cultura-digital-secretaria-de-politicas-culturais/>>. Acesso em: 30 jun. 2011.

_____. *Valores dos investimentos em pontos de cultura – 26 anos do MinC*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2011/03/17/26-anos-do-minc-3/> Acesso em: 14 dez 2011.

_____. *Pl 116 SENADO FEDERAL*. Disponível em: http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=97352&p_sort=DESC&p_sort2=D&p_a=0&cmd=sort Acesso em: 20 jan 2012.

_____. (2011). Senado. Jornal do Senado. Especial Cidadania. *Lei Rouanet se aproxima do fim aos 20 anos*. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/noticia.asp?codEditoria=521&dataEdicaoVer=20111220&dataEdicaoAtual=20120301&nomeEditoria=Senado&codNoticia=113339> Acesso em: 5 jan. 2012.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México/DF, 1995.

_____. *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1997.

_____. *Leitores, espectadores e internautas*. SP: Itaú Cultural, Iluminuras, 2008.

CARIRY, Roseberg. *CBC*. Disponível em: <http://www.funiber.org.br/areas-de-conhecimento/audiovisual-e-multimidia/direcao-e-producao-de-cinema-video-e-televisao/programa-academico/programa-de-estudos/#01> Acesso em: 12 dez 2011.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. SP: Paz e Terra, 2006.

CHARTIER, Roger. *A História Cultural: Entre Práticas e Representações*. RJ: Ed. Bertrand, 1990.

CHICHILNISKY, Graciela. The Knowledge Revolution. In: *The Journal of International Trade & Economic Development*. Routledge Publishing, vol. 7, issue 1, p. 39-54, 1998.

CLASTRES, Pierre. *Arqueologia da Violência*. Ensaio de antropologia política. SP: Brasiliense, 1982.

CUNHA, S.Regina S. *Diário de Campo* [2009-2012]. Natal/RN, mimeo.

FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. SP: Studio Nobel, 1995.

FEMURN. Federação dos Municípios do RN. *Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) 2000*. Disponível em: <<http://www.femurn.org.br>>. Acesso em: 30 jun. 2011.

FERNANDES, Anchieta. *Écran Natalense*. Capítulos da história do cinema em Natal. Natal, RN: Sebo Vermelho, 2007.

FERREIRA, Jairo. Da comunicação aos campos e dispositivos midiáticos. In: *UNI Revista*. Vol.1.nº3. jul., 2006.

FJA. *Patrimônio Imaterial do Rio Grande do Norte*. Disponível em: <http://www.fja.rn.gov.br> Acesso em: 12 dez 2010.

FRANCE, Claudiene de. *Do filme etnográfico a antropologia fílmica*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2000.

FRANÇA, Vera V.; PRADO, Denise Figueiredo Barros do. Produções Culturais de Periferia: Legitimidade e Tensões. In: XIX Encontro da *COMPÓS* – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, PUC/RIO, RJ, 2010.

FSP. Folha Online. *Projetos prioritários da cultura estão estagnados*. Disponível em: <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/projetos-prioritarios-da-cultura-estao-estagnados> Acesso em: 23 jan 2012.

FUSER, Bruno; PERNISA JUNIOR, Carlos.(orgs.). *Comunicação e tecnologias*. RJ: E-papers, 2009.

GARCIA, D.; LOVINK, G. *The ABC of Tactical Media*. Disponível em <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-9705/msg00096.html>> Acesso em 18 abr 2010.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. *Perfil dos Municípios Brasileiros – Gestão Pública 2005*. Pesquisa de Informações Básicas Municipais. In: BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/munic2005/ver_tema.php?tema=t8_1&munic=240810&uf=24&nome= Acesso em: 8 Dez 2011.

_____. *Censo 2010. Rio Grande do Norte*. Disponível em: http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=24 Acesso em: 8 Dez 2011.

JACKS, Nilda.; MENEZES, Daiane B. Estudos de Recepção na América Latina: contribuição para atualizar o panorama. In: Revista *COMPÓS* da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação., 2006.

JAMESON, Fredric. *A virada cultural: reflexões sobre o pós-modernismo*. Trad. Carolina Araújo. RJ: Civilização Brasileira, 2006.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where old and new media collide*. NY: NYU Press, 2006.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. *Mídia Regional: indústria, mercado e cultura*. Natal/RN:Ed. UFRN, 2010.

MACHADO, Arlindo. (org.) *Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro*. SP:Iluminuras e Itaú Cultural, 2007a.

MALDONADO, Alberto Efendy. La perspectiva trasmetodológica em la coyuntura de cambios civilizatorios a inicios del siglo XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy; PADILLA FERNÁNDEZ, Adrián (Orgs.). *Metodologías transformadoras: tejiendo la red en comunicación, educación, ciudadanía e integración en América Latina*. Caracas: Fondo editorial CEPAP, UNESR, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Mutaciones del arte: entre sensibilidades y tecnicidades. In: *Mediaciones*, Bogotá, out 2005.

_____. Culturas/tecnicidades/comunicación. In: *Mediaciones*, Guadalajara, México, 2000.

_____. Culturas y nuevas mediaciones tecnológicas. In: *Mediaciones*, América Latina: otras visiones de la cultura, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2005.

_____. As formas mestiças da mídia. In: *Revista Pesquisa FAPESP*, Entrevista a Mariluce Moura, nº 163, p.10-15, set 2009A.

_____. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia H. S; FREIRE FILHO, João. *Culturas juvenis no século XXI*. SP: EDUC, 2008, p.9-32.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. RJ: Ed. UFRJ, 1997.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 6ª ed. RJ: Ed. UFRJ, 2009.

_____. *Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. SP: Ed. Loyola, 2004.

_____. Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: *Diálogos de la Comunicación*, Edición n.64, diciembre de 2002, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

_____; REY, Germán. *Os exercícios do ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*. 2ª ed. SP: Ed. SENAC, 2004b.

MARTINS, Moisés de Lemos. *Crise no castelo da cultura: das estrelas para as telas*. SP: Anablume, 2011.

MATA MACHADO, B. *Direitos Humanos e Direitos Culturais*. Disponível em: <http://www.direitoecultura.com.br/admin/ArquivosConteudo/96.pdf> Acesso em 30 mar 2011.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. SP: Ed. Loyola, 1999.

MEDEIROS, Rostand. O Cine-jornal de 1924. In: *Overmundo*. 29/01/2008. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-cine-jornal-de-1924> Acesso em 26 mar 2010.

NÓVOA, Jorge; BARROS, José D'Assunção. (orgs.). *Cinema-História: Teoria e representações sociais no cinema*. RJ: Apicuri, 2008.

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de. *Escuta Sonora: educação não-formal, recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias*. Campinas, SP: UNICAMP/Faculdade de Educação, 2002.

ONU. *Declaração Universal dos Direitos Humanos - UNIC / Rio / 005 - Dezembro 2000* Disponível em: <http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-os-direitos-humanos/> Acesso em: 8 nov 2011.

OROZCO, Guillermo. La TV a fin de milenio: un medio poderoso, cuyo límite es la audiencia. In: *Miradas latinoamericanas a la Televisión*. PROIICOM. n.2. México, DF, Universidad Iberoamericana, 1996.

ORTIZ, Renato. *Mundialização: saberes e crenças*. SP: Brasiliense, 2006.

PASQUINELLI, Matteo. (curador) *Mediactivismo* (activismo em los medios) Estrategias y prácticas de la comunicación independiente. Mapa internacional y manual de uso. Roma, DeriveApprodi, 2002.

PB AGORA. *MinC envia R\$ 9 milhões para grupo do interior de SP*. Disponível em: [http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20120116152317&cat=cultura&keys=minc-envia-r\\$-milhoes-grupo-interior-sp](http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20120116152317&cat=cultura&keys=minc-envia-r$-milhoes-grupo-interior-sp) Acesso em 16 jan 2012.

PRATT, Mary Louise. *Olhos do Império: Relatos de viagem e transculturação*. Bauru, SP: Universidade do Sagrado Coração de Jesus, 1999.

PRYTHON, Ângela. Do Terceiro Cinema ao cinema periférico. Estéticas Contemporâneas e cultura mundial. In: Revista *Periferia*, volume 1, nº 1, Editora da UFPE, p.79-89, 2007.

RONSINI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção) Usos e Consumo Midiáticos. In: do XIX Encontro da *Compós*, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

_____; SANTI, Vilso. Uma aproximação entre a pedagogia crítica da mídia e a teoria das mediações. In: Revista *ALCEU*, v.8, n.º.16, p. 52-69, jan/jun, 2008.

ROUCH, Jean. *Ciné-ethnography*. Trad. Feld Steven. Minnesota: Ed. U of Minnesota Press, 2003.

RUSSELL, Catherine. *Experimental ethnography: the work of film in the age of video*. North Carolina, US: Duke University Press, 1999.

SALGADO, R.G.; PEREIRA, R.M.R.; SOUZA, S.J. Pela Tela, Pela Janela: questões teóricas e práticas sobre infância e televisão. In: Cad. *CEDES*, Campinas, vol. 25, n.65, p.9-24, jan./abr.2005.

SILVA, Juremir Machado da. *O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* SP: Ed. Loyola, 2ª ed. 2005.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede*. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. *Reinventando a Cultura. A comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Ed. Vozes, 4ª ed., 2001.

TESTA, Adriana Queiroz. Os nós dos outros. In: 28 Reunião Anual da *ANPED*. Mimeo. Caxambu, 2005.

TOURINHO, Carlos. Depoimento. In: CUNHA, S.Regina S. *Diário de Campo*. Natal/RN, mimeo, 2011.

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

YIN, Robert K. *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YNGVESSON, Barbara. Parentesco reconfigurado no espaço da adoção. In: *Cadernos Pagu*. (29), julho-dezembro de 2007: p.111-138.

YÚDICE, George. *A conveniência da Cultura. Usos da cultura na era global*. Trad. M. Kremer. BH: Ed. UFMG, 2004.

WATSON, David. A Review of Digital Cinema. In: Journal of the National Film and Sound Archive (*NFSA Journal*), Australia, Volume 2, n.º.1, 2007.

WILLIAMS, R. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.