

COMUNICAÇÃO E JUVENTUDES EM MOVIMENTO

NOVAS TECNOLOGIAS, TERRITÓRIOS
E DESIGUALDADES

01

CULTURA NA BAIXADA FLUMINENSE E O USO DAS NTICs

RELATÓRIO DE ESTUDO DE CASO
POR Marina dos Santos Ribeiro

REALIZAÇÃO:

ibase.

IDRC



CRDI

Agradeço a Prof.ª Drª Ana Lucia Enne (PPGCOM/UFF), pelo trabalho que realizou como parecerista deste relatório. Agradeço por seu esforço, suas reflexões ampliaram meu olhar para as questões presentes nesta pesquisa.

Agradeço especialmente a Patrícia Lânes e Julia Zanetti, por contribuírem com a produção deste relatório.

INTRODUÇÃO	4
RELATO METODOLÓGICO	7
PERFIL DOS(AS) ENTREVISTADOS(AS)	10
AS EXPERIÊNCIAS ESTUDADAS	12
ENRAIZADOS	13
CINECLUBE BURACO DO GETÚLIO	14
CINECLUBE MATE COM ANGU	14
CASA DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU	16
ONG CISANE	16
ESCOLA LIVRE DE CINEMA	16
AS NTICS E SEUS USOS ENTRE GRUPOS CULTURAIS NA BAIXADA	18
EVENTOS	22
CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	27
ANEXOS	28
QUADRO DE ENTREVISTADOS(AS)	28
LISTA DE SITES LIGADOS ÀS INICIATIVAS ANALISADAS	29
OUTROS SITES CONSULTADOS	30

MARINA DOS SANTOS RIBEIRO é pesquisadora do Ibase, cientista social e mestranda do Programa de Pós-graduação em Educação da UniRio.

INTRODUÇÃO

1. A Baixada Fluminense faz parte da Região Metropolitana do estado do Rio de Janeiro, sendo composta por 13 municípios: Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaguaí, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São João de Meriti e Seropédica. Dados do IBGE, de 2010, indicavam nesta região uma população de 3.651.771 habitantes, o que corresponde a 23% ou ¼ da população do estado. [IBGE, 2010].

2. Os modos tradicionais referem-se aos movimentos tradicionais que se organizam por meio de uma identidade de classe social, consistindo basicamente em movimentos operário-sindicais e partidos políticos organizados a partir do mundo do trabalho e que se constituíram como elementos fundamentais na sociedade moderna, agentes construtores de uma nova ordem social (GOHN, 2003).

3. O conceito de “espaço público” é bem amplo e complexo. Uma das formulações mais conhecidas a respeito do tema foi feita por Habermas e se refere à esfera pública e tem exercido enorme influência na reflexão sobre os dilemas e desafios da democracia brasileira. De forma breve, podemos dizer que a “esfera pública” é encarada por Habermas como a terceira instituição da modernidade capitalista, que não se confundiria nem com o Estado e nem com o mercado. O surgimento da esfera pública implica, portanto, a criação de uma instância de mediação entre o Estado e os interesses privados, que se constitui como uma nova fonte de legitimidade de poder. (PERLATTO, 2012).

O presente relatório do estudo de caso *Cultura na Baixada Fluminense*¹ e o uso das NTICs insere-se em uma pesquisa mais ampla, *Jovens pobres e o uso das NTICs na criação de novas esferas públicas democráticas*, coordenada pelo Ibase e financiada pelo Centro de Pesquisas para o Desenvolvimento (IDRC/Canadá). Tem o objetivo geral de produzir informações qualificadas sobre a utilização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação entre jovens pobres, em especial, moradores(as) de favelas e bairros populares da região metropolitana Rio de Janeiro, a fim de contribuir para transformar a visão que o poder público e a sociedade têm, fortalecendo a atuação social e política dos atores envolvidos e dando visibilidade aos usos que fazem das NTICs para mobilização social, melhoria de qualidade de vida e garantia de direitos.

Nas últimas décadas, os movimentos juvenis assumiram certo protagonismo na cena pública brasileira, quer movimentos mais formalizados, quer mais fluidos; os tradicionalmente institucionais e os com pouca institucionalidade. Esses movimentos combinam múltiplas formas, modos tradicionais² de enunciação de suas demandas e de mobilização (como ocupação de ruas, abaixo-assinados, panfletagem etc.), com as possibilidades dadas pela realidade atual, por torpedos via celular, *blogs* e redes sociais via Internet. Neste sentido, caberia conhecer como diferentes atores juvenis vêm fazendo uso das NTICs para ampliar e diversificar o espaço público³, criando novas formas de enunciar suas demandas e pressionar o poder público em diferentes esferas.

Entende-se o uso das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação em diferentes formas de militância como fenômeno complexo. Buscando encontrar pistas que ajudem a compreender tal questão, decidiu-se investigar de que maneira e em quais situações sociais as NTICs potencializam e fortalecem a cidadania ativa e reconfiguram formas de se fazer política, ampliando possibilidades e canais de participação social.

Este relatório traz alguns apontamentos a partir do estudo de caso *Cultura na Baixada Fluminense e o uso das NTICs*. Buscou-se, neste caso, conformar a pesquisa a partir de um recorte territorial que evidencia os usos das novas tecnologias pelos jovens, grupos e iniciativas nos quais se inserem em municípios da Região Metropolitana do estado do Rio de Janeiro.

A ideia foi ampliar a percepção sobre juventude e pobreza para além das áreas de favela em espaços nobres da cidade e analisar aspectos relacionados a bairros e municípios populares da Região Metropolitana do Rio de Janeiro em que a experiência do território ganha outros contornos.

As instituições e pessoas pesquisadas usam as NTICs a partir de suas militâncias no campo da cultura para mobilizar jovens, dar visibilidade aos seus trabalhos e iniciativas e criar narrativas sobre os seus territórios e cotidiano a partir de seus pontos de vista, explicitando críticas e tensões.

A região da Baixada Fluminense é marcada por categorias ambíguas, em determinados momentos estigmatizada pela mídia e pelo senso comum por ser um lugar de precariedade das condições de vida e ações dos chamados “grupos de extermínio”; por outro lado, reconhecida por seus movimentos políticos e culturais que evidenciam resistências e diferentes formas de reivindicações por direitos.

Essa relação ambígua está presente em diversos trabalhos de pesquisa sobre a Baixada Fluminense. Contudo, atualmente, há diversas ações de grupos e estudiosos que buscam construir uma identidade positiva da Baixada Fluminense, sem trazer os estereótipos que costumam marcar a trajetória do local.⁴

O trabalho de campo foi desenvolvido em dois dos 13 municípios da região: Nova Iguaçu e Duque de Caxias, onde foram encontradas algumas iniciativas com forte participação de jovens e utilização das novas tecnologias. Tais municípios estão entre os mais populosos do estado (Duque de Caxias, em 3º lugar; e Nova Iguaçu, em 4º, de acordo com dados do IBGE, 2010).

Duque de Caxias tem sua população jovem com idades de 15 a 29 anos em torno de 222.992 habitantes (DataSUS, 2012), dentre 855,046 habitantes (IBGE, 2010). A população jovem de Nova Iguaçu tem idades de 15 a 29 anos e gira em torno de 204,028 pessoas (DataSUS, 2012) dos 795,212 habitantes (IBGE, 2010) do município.

Ainda neste início, é importante destacar que, nas últimas três décadas, vêm se fazendo visíveis grupos culturais formados por jovens moradores de periferias das grandes cidades brasileiras, articulados em torno da criação, produção e circulação de diversas expressões culturais como o hip-hop e os Cineclubes. As experiências que fazem parte deste estudo de caso são expressões desses dois movimentos culturais. Atualmente, os movimentos culturais têm sido espaços privilegiados no que se refere à participação de jovens. Estes utilizam diversas linguagens – música, dança, teatro, circo, grafite, audiovisual entre outros elementos – que aproximam os(as) jovens e têm contribuído para afirmação de identidade e criado espaços de comunicação e redes locais.

A definição do presente estudo de caso se deu a partir de levantamento preliminar sobre iniciativas deste território presentes na Internet em *sites*, *blogs*, perfis em redes sociais e de conversas informais

4. Enne (2002).

com especialistas e pessoas atuantes em movimentos culturais. Este caminho nos ajudou a encontrar iniciativas que, a partir dos usos que fazem das ferramentas das NTICs, potencializam suas atuações dentro e fora do território da Baixada Fluminense, algumas com reconhecimento nacional e internacional.

Ainda na fase inicial da pesquisa, foram definidas três experiências que seriam objeto de análise ao longo do estudo, são eles: *Enraizados*, situado no bairro Comendador Soares, conhecido como Morro Agudo, no município de Nova Iguaçu; e as experiências do *Cineclubes Buraco do Getúlio*, situado no Centro de Nova Iguaçu; e *Mate com Angu*, situado no Centro do município de Duque de Caxias.

A partir do levantamento inicial feito pela Internet, foram encontrados videoclipes, filmes (curtas-metragens), *raps*, imagens, textos, divulgação de ações e eventos e o uso que fazem da Internet, em especial das redes sociais que explicitavam a atuação dinâmica que essas três experiências têm no território da Baixada Fluminense.

Enraizados é uma rede de referência do movimento hip-hop que desenvolve vários projetos e atividades voltados para jovens (como a Escola de hip-hop, Banca de *Freestyle* e o *Mixtureba*), sendo também responsável pela gestão de iniciativas governamentais como Projovem adolescente (Ministério de Desenvolvimento Social/MDS) e Ponto de Cultura (Ministério da Cultura/MinC). Além disso, tem uma sede com estúdio de gravação e de rádio *web*, que está articulada ao portal do grupo, hospedando *subsites* relacionados à cultura hip-hop dentro e fora do país.

Já as outras duas iniciativas têm como principal atividade a realização de eventos periódicos tendo como objetivo central a exibição de produção audiovisual nacional e a divulgação de um circuito independente de cinema. Além disso, o *Mate com Angu* investe na produção própria e se constitui como Ponto de Cultura (política pública ligada ao Ministério da Cultura), fazendo sessões em escolas públicas da região seguidas de debate e cursos de formação em audiovisual voltados para jovens.

As sessões de cinema organizadas pelo *Buraco do Getúlio* buscam incluir outras expressões artísticas a partir de variadas apresentações de artistas locais. Ambos têm mais de cinco anos de existência e possuem público fiel na Baixada, sendo capaz de convocar pessoas e grupos também de fora da região.

Por fim, este estudo foi organizado recuperando-se o caminho metodológico que permitiu construí-lo e registrando as etapas realizadas. No item seguinte, descreve-se o perfil dos jovens entrevistados para, em seguida, apresentarem-se as experiências estudadas, trazendo os aspectos mais relevantes de cada instituição. Nos dois pontos seguintes, apresenta-se como e quais os principais usos que os grupos fazem das NTICs e eventos realizados por cada um dos grupos.

RELATO METODOLÓGICO

Considera-se relevante, antes de trazer as reflexões que foram desenvolvidas no decorrer desta pesquisa, registrar o percurso metodológico escolhido para o desenvolvimento do estudo de caso *Cultura na Baixada Fluminense e o uso das NTICs*. Antes de definir quais seriam os casos estudados, realizou-se pesquisa preliminar na Internet, contato com pesquisadores(as) e jovens participantes de outras iniciativas vinculadas ao Ibase e/ou à equipe de pesquisa e levantamento bibliográfico. O resultado desta fase preliminar nos possibilitou mapear iniciativas nas quais jovens e NTICs estivessem associadas. Em seguida, tal mapeamento foi apresentado em uma oficina de trabalho para pesquisadores(as), técnicos(as) e jovens para debate e posterior definição das experiências e territórios que iriam conformar os estudos de caso a serem realizados.

Cada estudo de caso foi definido tendo como ponto de partida uma demanda central temática. Este caso tem sua entrada pela demanda por cultura e envolve diferentes atores de um mesmo campo: *Enraizados*, *Cineclube Buraco do Getúlio* e *Cineclube Mate com Angu*.

Alguns aspectos relevantes contribuíram para a escolha dessas experiências. O primeiro deles foi a presença de jovens nos grupos, seja como coordenadores(as), seja participando das atividades desenvolvidas, apesar de não ser uma questão central para os grupos aqui estudados. Outro aspecto identificado foi o fato de articularem cultura e comunicação se utilizando das novas tecnologias tanto na produção de conteúdo (músicas, programas de rádio, videoclipes, curtas-metragens etc.) como na veiculação dos mesmos pela Internet e por exibição presencial (com utilização de equipamento como filmadoras, gravadores, *datashow*, projetores, entre outros). Foi identificado, ainda, que a Internet, e especificamente as redes sociais, é utilizada com muita frequência na divulgação e mobilização das atividades desenvolvidas pelas iniciativas.

O trabalho de campo se desenvolveu considerando as diferentes dinâmicas das experiências pesquisadas. Assim, foram agendadas visitas nas três iniciativas para conhecer todas as ações desenvolvidas e como cada uma das experiências utiliza as NTICs nos trabalhos que desenvolvem.

Enraizados se constitui como uma organização da cultura hip-hop, com sede própria, onde desenvolvem projetos sociais. Eles se identificam como rede de referência para a organização do movimento hip-hop, articulando grupos e artistas e utilizando a cultura hip-hop como ferramenta em processos de formação que se articula à construção de identidade local, debate sobre direitos e cidadania, mas também à denúncia e reivindicação. Marcas próprias do movimento hip-hop que, originalmente, foi criado por jovens negros norte-americanos para protestar sobre suas condições social, econômica

e política. No *Enraizados*, os elementos do movimento hip-hop e a Internet têm sido meios muito utilizados para reforçar uma visão positiva da Baixada Fluminense. Para o grupo, o portal *Enraizados* é uma importante ferramenta que hospeda *sites*, vídeos, *blogs*, rádio *web* e *links* para as redes sociais Facebook e Twitter, entre outros.

Os cineclubes *Buraco do Getúlio* e *Mate com Angu* estão no mesmo campo da atividade cineclubista, no entanto, mantêm algumas especificidades. De modo geral, a atividade cineclubista tem como objetivos a exibição não comercial de filmes, a formação de público, além da difusão da produção audiovisual brasileira.

Os cineclubes pesquisados agregam a esses objetivos gerais outras questões específicas e relevantes para cada um, como a incorporação de intervenções artísticas nas sessões de exibição do *Buraco do Getúlio* ou por meio das produções independentes do *Mate com Angu*. O último tornou-se um espaço de afirmação de identidade do território que se concretiza nas produções audiovisuais construídas a partir do olhar dos(as) jovens moradores(as) da Baixada Fluminense, que disputam e constroem um novo imaginário sobre a região. Além disso, tanto o *Mate com Angu* como o *Buraco do Getúlio* utilizam os recursos disponibilizados na Internet para criar sessões de cinema *online* ou simplesmente disponibilizar em suas páginas produções audiovisuais, próprias ou não.

É importante destacar que, nas três iniciativas, é forte a relação de identidade com o território, a valorização de pertencimento à Baixada Fluminense, de pertencimento cultural a uma identidade que foi construída por serem naturais da Baixada e por valorizarem esse fato. Essa valorização aparece em destaque na construção positiva do imaginário sobre o território. Ao longo do trabalho de campo, essa percepção foi sendo evidenciada.

Para o desenvolvimento do trabalho de campo, optou-se por procurar compreender os modos por meio dos quais se organizam, desenvolvem suas ações e articulam-se neste território a partir dos usos que fazem das NTICs. Para isso, realizou-se uma série de entrevistas com pessoas responsáveis pela coordenação dos grupos e/ou realização de suas atividades. Os contatos iniciais com os entrevistados foram realizados via Facebook e as entrevistas, marcadas e confirmadas por *e-mails* e ligações telefônicas.

O processo de escolha das pessoas que foram entrevistadas foi resultado das observações feitas na Internet. Nossa intenção foi entrevistar pessoas que eram referências para os grupos estudados com papel de articuladores, pensando, mobilizando e desenvolvendo ações em que o uso das novas tecnologias apareciam com algum destaque. Além dos membros das iniciativas estudadas, também foram feitas conversas com representantes de duas instituições locais que desenvolvem cursos de formação na área de audiovisual,

ambas no município de Nova Iguaçu e que, em diversos momentos, aparecem na fala de alguns(mas) dos entrevistados, seja por ter sido um lugar que contribuiu com sua formação na área de audiovisual ou por ter trabalho como instrutor em cursos de formação para jovens na área de audiovisual.

Ao todo, foram realizadas nove entrevistas de julho a setembro de 2012: quatro entrevistas com representantes do *Enraizados*, duas com representantes do *Cineclube Mate com Angu*, uma com representante do *Cineclube Buraco do Getúlio*. Conversamos também com o coordenador da Escola Livre de Cinema de Nova Iguaçu e com o presidente da ONG Cisane. A opção por entrevistar representantes destas duas últimas instituições foi tomada após algumas entrevistas realizadas, durante as quais, na fala dos entrevistados, essas instituições aparecem como espaços relevantes no fortalecimento de atividades culturais e na formação de jovens na área de audiovisual. São instituições voltadas para atividades de formação e cultura.

Todas as entrevistas foram realizadas em locais determinados pelos entrevistados: na sede dos grupos, em locais onde realizam atividades ou nas proximidades de suas casas ou locais de trabalho. Todas elas foram gravadas e transcritas.

Além disso, foi possível acompanhar presencialmente pelo menos uma atividade realizada por cada grupo (sessões dos cineclubes, atividade da Escola de hip-hop e gravação de *radioweb*). Tomou-se conhecimento das atividades a serem observadas via Facebook (criação de eventos e página dos grupos).

Houve, também, a preocupação de mapear e sistematizar as informações sobre o grupo disponível na Internet, bem como uma parte da dinâmica de seus *blogs*, *sites* e perfis em redes sociais. Nossa intenção foi observar o conteúdo do material divulgado em vídeos, videoclipes, textos, imagens e também o número de acessos, o fluxo de *postagens* e compartilhamentos. O trabalho de campo foi realizado de junho a setembro de 2012.

PERFIL DOS(AS) ENTREVISTADOS(AS)

Após as entrevistas, foi aplicado um questionário fechado com 22 questões a fim de obtermos um perfil socioeconômico dos(as) entrevistados(as). É importante destacar que esses só foram preenchidos por aqueles considerados pela pesquisa como jovens. Isso, no entanto, não significa absolutizar a juventude em uma faixa etária previamente estabelecida seja pelo governo brasileiro (15 a 29 anos), seja por outros organismos ou critérios. Ampliou-se, portanto, a faixa compreendida como jovem para pessoas de 18 a 35 anos.⁵

Sendo assim, das nove entrevistas realizadas, três foram com pessoas com idades de 18 a 27 anos e as outras três entrevistas com pessoas de 32 a 35 anos. Os outros três entrevistados tinham mais de 40 anos: dois estavam relacionados a outras instituições locais e o último é um dos idealizadores e promotores do *Cineclubes Mate com Angu*.

Todos os entrevistados eram do sexo masculino⁶, mesmo os adultos. Vale destacar que há mulheres presentes nos grupos estudados e nas instituições em que foram feitas apenas conversas, contudo, a maior parte das pessoas responsáveis pelos grupos eram homens. Entre aqueles que responderam o questionário, todos se declararam heterossexuais. No que se refere à identidade étnicorracial, quatro deles se consideravam pretos, os outros dois não quiseram responder. Os quatro entrevistados que afirmaram ser pretos são integrantes do movimento hip-hop, dois desses durante a entrevista afirmaram que iniciaram sua militância no movimento hip-hop pela identificação que tiveram ao ouvir “música de preto”.

Todos os seis que preencheram os questionários são moradores da Baixada Fluminense. Dentre eles, quatro moram em Nova Iguaçu, um é morador de Duque de Caxias e o outro, morador do município de Mesquita⁷. Quatro deles nasceram na Baixada Fluminense, um nasceu em Campinas (SP) e o outro, em uma maternidade no bairro de São Cristóvão e, nessa época, sua família morava no município de Queimados⁸.

Sobre religião, dois afirmaram ser protestantes. Um deles contou, durante a entrevista, que participava de outros grupos como missionário, todos ligados à igreja protestante que frequenta, unindo o trabalho de evangelização à música. Entre os outros respondentes, um afirmou ter fé, mas não ter religião; outro afirmou não ter religião; um terceiro disse ser católico; e o último não respondeu.

Três deles responderam ser casados, os outros três são solteiros. Três afirmaram ter um(a) filho(a), os outros três não têm filhos(as). Sobre a escolaridade, dos seis entrevistados, três responderam que atualmente estão estudando. Destes, dois afirmaram que estão no curso de graduação (um fazendo Sistema de Informação, curso ligado à Informática, e o outro cursando História) e o terceiro havia concluído o ensino médio e estudava em curso não especificado, dois com ensino médio completo e outro com ensino médio incompleto e afirmaram

5. A partir das entrevistas realizadas e da leitura do artigo Costa (2010), “O que é ser “novo” na Baixada Fluminense: notas sobre representações da juventude entre as camadas populares”, podemos afirmar que as práticas desenvolvidas pelos entrevistados dentro dos grupos mantêm, mesmo entre os que estão fora do recorte etário, dos 15 aos 29 anos, características geracionais comuns.

6. Aqui é importante destacar que “As mulheres já conquistaram uma boa parcela das vagas das universidades e do mercado de trabalho. Mas os avanços ainda são tímidos no que se refere a cargos de liderança”. Ou seja, pode-se afirmar que houve grandes mudanças nas relações de gênero (que envolvem mulheres e homens), contudo, as diferenças sexuais ainda se traduzem em desigualdades.

7. Mesquita é um dos 13 municípios da Baixada Fluminense.

8. Queimados é mais um município que pertence à Baixada Fluminense.

que não estavam estudando no momento. Ainda sobre escolaridade, durante a entrevista, a maioria afirmou que, a todo momento, aprendem algo relacionado a programação e sistema de computador, equipamentos novos, e esse aprendizado se dá dentro dos grupos.

Nenhuma das seis pessoas que responderam o questionário tinha morado em favela. Dentre os seis entrevistados, cinco responderam que atualmente estão trabalhando, um não quis responder. Sobre renda familiar dos seis, três responderam que têm renda de R\$ 1.001 a R\$ 2.000, dois responderam que suas rendas estão em torno de R\$ 2.001 a R\$ 3.000, e um não respondeu.

Entre as 22 perguntas do questionário, uma buscava saber sobre quais meios utilizavam para promoção/divulgação de alguma causa/direito. Dentre as opções que poderiam escolher, os seis responderam que utilizavam as redes sociais (Facebook, Twitter e Orkut), contudo, durante as entrevistas, a mais citada foi o Facebook. No entanto, outras opções foram bastante relevantes: cinco disseram utilizar *e-mail* e *posts* em blogs; quatro responderam que postavam vídeos no YouTube, que utilizavam torpedos e SMS enviados por celulares e panfletos e cartazes. Além das opções citadas, dois entrevistados incluíram a utilização de carro de som e a criação de *fanzines* e cartazes (especificado por um deles como “lambe-lambe”). Todos afirmaram que usavam muito a Internet. Entre as redes sociais e *sites* de compartilhamentos mais usados apareceram o Facebook como o mais citado, mas também Twitter, YouTube, Foursquare, Myspace, Google+, Last FM, Instagram, Pinterest, Flickr e Orkut.

Sobre quais ferramentas mais utilizavam para lutar sobre seus direitos na Internet, todos responderam que utilizavam o Facebook. Dos seis, três marcaram o Twitter, três marcaram o YouTube, dois marcaram o Skype, dois marcaram o MSN, um marcou o GoogleTalk, outro marcou Instagram e apenas um não respondeu.

Quando perguntados de quais locais acessam a Internet e qual é o mais frequente, o computador *desktop* em casa e no trabalho são os mais utilizados. Em seguida, aparecem o *laptop/notebook* e o celular, duas pessoas marcaram o *tablet*, uma pessoa marcou o computador *desktop* da escola/universidade e um, além das opções presentes, incluiu o videogame como um dos meios para acessar a Internet.

Cabe registrar que os integrantes do *Enraizados* entrevistados estavam permanente conectados, principalmente por seus *notebooks*, mesmo decorrer das entrevistas. No caso específico do idealizador da Rede, ele estava simultaneamente conectado ao *notebook*, ao *desktop* e ao celular de última geração e relatou que no seu cotidiano anda sempre com um *kit* composto por um gravador, uma câmera fotográfica e uma minifilmadora.

AS EXPERIÊNCIAS ESTUDADAS

9. Os Pontos de Cultura visam ao estímulo às iniciativas culturais já existentes na sociedade civil, por meio da realização de convênios que serão potencializadas pelo Governo Federal, por meio do Programa Mais Cultura, em conjunto com o Governo Estadual.

10. Os Pontinhos de Cultura são uma ação do Ministério da Cultura, por meio da Secretaria da Cidadania Cultural e da Secretaria de Articulação Institucional do Programa Mais Cultura, visam mobilizar, sensibilizar e desenvolver, com instituições públicas e entidades sem fins lucrativos, a elaboração de atividades para a implementação e difusão dos direitos da criança e do adolescente, principalmente no que tange o direito de brincar como patrimônio cultural.

11. O Pontão de Cultura é uma estratégia do programa de Cultura Viva para articular os pontos de culturas. "Cultura digital é um conceito novo". A Ação Cultura Digital surge como catalizadora da rede formada pelos Pontos de Cultura e como ação transversal dos Programas Cultura Viva e Mais Cultura, destinada a fortalecer, estimular, desenvolver e potencializar redes virtuais e presenciais entre os Pontos de Cultura. Dentre suas atividades, destacam-se o papel de facilitadora da apropriação e do acesso a ferramentas multi-mídia em software livre pelos Pontos de Cultura para a geração de autonomia.

Esta seção busca descrever brevemente as experiências que compõem este estudo de caso, bem como instituições locais que influenciam, de alguma maneira, o trabalho das mesmas ou a trajetória de seus criadores. As três iniciativas têm como origem a Baixada Fluminense. Todas têm em suas ações especificidades, contudo mantêm diversos pontos em comum, entre eles a importância dos usos que fazem da Internet, os equipamentos que utilizam (câmeras de filmagem, ilha de edição, estúdio de gravação e rádio, *datashow*, projetor etc.) e a estreita relação com o território em questão, além da busca de visibilidade, bem como possibilidade de construção de si.

Por existirem há mais tempo, o *Enraizados* (desde 1999) e o *Cineclube Mate com Angu* (desde 2002) fazem parte de um processo de ebulição de várias organizações culturais, sobretudo das décadas de 1980 e 1990, que na Baixada Fluminense vão buscar construir uma nova visão sobre esse território marcado por diversas situações de violência e estereótipos a ela vinculados.

Foi encontrado outro ponto em comum durante as entrevistas: todas as pessoas entrevistadas indicam que, no decorrer da existência desses grupos e ao longo das ações desenvolvidas, foi se construindo um reconhecimento mútuo entre eles que não se restringe a essas experiências, mas diz respeito ao movimento cultural mais amplo existente na Baixada Fluminense. Esse processo construiu entre eles uma relação de companheirismo que, em alguns momentos, possibilitou desenvolverem ações conjuntas e utilizar seus canais de comunicação (*sites, blogs, redes sociais*) para ampliar e divulgar as ações desenvolvidas pelos outros, aumentando a visibilidade dos mesmos e suas formas de atuação no território.

Há, ainda, o fato de todos esses grupos serem institucionalizados, possuindo registro e se articulando a instituições de representação do campo em que se inserem. Os cineclubes, por exemplo, estão vinculados à Associação de Cineclubes do Rio de Janeiro (Ascine-RJ) e ao Conselho Nacional de Cineclubes, além de serem Pontos de Cultura com apoio do Ministério da Cultura. O *Enraizados* se constitui juridicamente como organização não governamental (ONG), sendo responsável pelo gerenciamento do Projovem Adolescente, por um Ponto de Cultura⁹, um Pontinho de Cultura¹⁰ e um Pontão de Cultura Digital¹¹. Verifica-se, portanto, que outra característica comum entre eles é o acesso a recursos públicos para financiamento, bem como o gerenciamento/execução de algumas políticas.

O acesso a recursos públicos aparece como um ponto forte já que contribui para ampliar a atuação desses grupos, ajuda na manutenção dos grupos e facilita o acesso a novos equipamentos para o desenvolvimento das atividades no território. Contudo, é importante destacar que, mesmo antes de ter acesso a esses recursos, suas atividades já eram desenvolvidas.

A seguir, apresenta-se uma breve descrição de cada uma das iniciativas tomadas para análise a partir de informações oficiais disponíveis em seus *sites*, *blogs*, perfis em redes sociais etc.

ENRAIZADOS

Também identificado como *Rede Enraizados*, é uma organização do movimento hip-hop e se autoidentifica como uma rede de mútua ajuda e de referência para a organização do movimento hip-hop, bem como um movimento. Criada em 1999 por Dudu de Morro Agudo, *rapper* de Nova Iguaçu, a *Rede Enraizados*, desde sua criação, tem o objetivo de interligar pessoa que praticam hip-hop em todo o Brasil.

Essa iniciativa combina múltiplas ferramentas de comunicação, como câmeras de vídeo, ilha de edição, estúdio de gravação e rádio, equipamento de som, além de recursos disponíveis na Internet (portal, *sites*, *blogs*, rádio *web*, TV *web*, redes sociais, plataformas de compartilhamento de música, vídeos etc.) para ampliar seu alcance e possibilitar a articulação entre diferentes grupos e experiências.

De acordo com o livro publicado por seu idealizador, *Enraizados* é uma organização de juventude que trabalha em rede, está presente em 17 estados brasileiros e em 10 países. Utiliza, além das artes integradas do hip-hop, o audiovisual e a comunicação alternativa para fomentar debates sobre direitos humanos. A identidade de “periferia” acionada pelo *Enraizados* permite a articulação a outras iniciativas de áreas populares de outros estados e países, extrapolando o município da Baixada Fluminense, Nova Iguaçu, onde está situada sua sede (ENNE, 2011).

O portal da *Rede Enraizados*¹² contém conteúdos específicos criados pelos(as) integrantes do movimento, organizado em colunas, matérias, notícias, imagens, sons, músicas, clipes e muitos vídeos sobre assuntos relacionados a atividades e eventos desenvolvidos no espaço *Enraizados* e divulgando as produções dos(as) integrantes da rede como um todo¹³. São duas as formas de fazer parte da rede, uma é preenchendo um formulário de adesão no item sobre a rede no portal; a outra forma, menos institucional, é ainda no portal curtindo a página do Facebook, onde tem uma frase “Faça parte da nossa Rede”. Nessa página, mais de 750 pessoas já curtiram.

O portal virtual funciona como um articulador das diferentes iniciativas do grupo, disseminando o conteúdo por elas produzidos. Os *subsites* encontrados são os seguintes: *Enraizados na Arte*, vinculado à escola de hip-hop do Enraizados; *inRaiz*, que se define como a incubadora de comunicação do grupo; *Mixtureba Enraizados*, evento multicultural de mostra e articulação do *Enraizados* com outras organizações culturais e artistas, envolvendo agentes culturais, representantes da dança, da música, do teatro e a população local; e a

12. Disponível em <http://www.enraizados.com.br/>. Acesso em abr. 2013

13. A rede é formada por pessoas e instituições do movimento hip-hop, no portal do *Enraizados*, há um item que leva a uma janela específica para pessoas que queiram fazer parte de rede, neste item há uma lista de parte dos participantes da rede com cerca de 30 nomes, entre instituições e pessoas.

página do Pontão de Cultura Preto Ghóez Juventude Digital que, de acordo com informações do *site*, tem como objetivo fortalecer o intercâmbio entre os Pontos de Cultura do estado do Rio de Janeiro, capacitando os(as) jovens envolvidos(as) para trabalhar com *software* livre nas áreas de áudio, vídeo, programação visual, programação para *web*, formando multiplicadores para a utilização dos equipamentos audiovisuais que compõem o kit multimídia¹⁴ e fortalecendo a atuação dos(as) jovens nos Pontos de Cultura.

CINECLUBE BURACO DO GETÚLIO

De acordo com informações disponíveis em seu *site* oficial, foi criado em 2006, “a partir de um coletivo de jovens que timidamente já atuava em Nova Iguaçu, o Laboratório Cítrico, como o nome indica, a proposta era a de experimentações, essa proposta vai marcar a forma de fazer do Cineclube Buraco do Getúlio”.

O cineclube realiza sessões mensais e gratuitas, difundindo o curta-metragem e promovendo intervenções artísticas de teatro, poesia e circo no intervalo dos filmes, além de *shows* musicais e performances de DJs e VJs. As sessões ocorrem no Anania’s Bar, local de encontro dos participantes do Buraco do Getúlio, mesmo antes de se constituírem em um cineclube, já era um espaço de encontro e de referência entre esses jovens e não jovens moradores de Nova Iguaçu. O bar costuma ser local de manifestação de diversas outras expressões culturais.

Em 2008, a convite da Secretaria de Cultura do Município de Nova Iguaçu, as sessões passaram a ser realizadas também na Casa de Cultura de Nova Iguaçu. Atualmente, o *Cineclube Buraco do Getúlio* realiza sessões nestes dois espaços: no Anania’s Bar, ocorrem no segundo sábado do mês, com intervenções artísticas antes e depois das sessões. Na Casa de Cultura, as sessões são às terças e, nelas, são exibidos longas-metragens nacionais. Em entrevista, seu idealizador se refere ao *Cineclube Buraco do Getúlio* como um movimento social, afirmando que a atividade cineclubista é, por si só, é um movimento político. No grupo que compõe o Buraco do Getúlio todos são jovens, na faixa dos 20 anos.

14. O kit multimídia é composto pelos equipamentos que os Pontos de Cultura recebem. São mais de 30 equipamentos, entre eles: 1 computador servidor de aplicações com gravador de CD; 2 HD; placa de vídeo; 1 computador servidor multimídia com gravador de CD e de DVD; 1 computador terminal para consulta – terminal burro; 1 *switch* não gerenciável com 8 portas; 1 impressora colorida a jato de tinta; 1 impressora preto e branco; 1 *scanner* de mesa; 1 filmadora mini-DV com 1 CCD; 1 câmera fotográfica digital; 1 mesa de som; 1 par de monitores para som; 1 amplificador; 6 microfones etc.

CINECLUBE MATE COM ANGU

Criado em 2002 da iniciativa de jovens cineastas moradores do município de Duque de Caxias. De acordo com informações disponíveis em seu *site* oficial, foi “a partir da necessidade de alimentar na Baixada Fluminense uma movimentação e uma discussão sobre a produção/exibição de imagens e suas implicações sociais e estéticas na realidade e no modo de vida da região” que o grupo se constituiu.

Sistematicamente, o grupo vem atuando em três frentes distintas, embora interligadas. A primeira é a exibição de filmes, que ocorre em diferentes espaços da cidade, entre eles, escolas públicas. Segundo o *site*, “com o foco no curta-metragem, as exposições apostam na força da produção mais atual dos realizadores independentes do cenário brasileiro, cuja demanda é urgente e necessária para a revitalização da relação entre público e o curta-metragem”. As sessões são gratuitas e têm formado um grande público na região, segundo as informações do *blog*, introduzindo o espectador local no universo das novas produções “curtas”. Após sete anos de atuação, afirmam que o grupo vem promovendo a difusão da linguagem cinematográfica na Baixada não só com as exposições, mas também com debates, produções audiovisuais próprias, organização de festas e de cursos.

Pretendem, ainda, “colocar a Baixada Fluminense no mapa cultural do país, assim como gerar discussões sobre o cinema e a produção audiovisual na Baixada Fluminense, notadamente, discussões sobre suporte (relações entre película e digital, por exemplo), sobre distribuição, sobre tendências e sobre novos caminhos da linguagem audiovisual”. As discussões ocorrem em fóruns ao vivo e via Internet e aglutinam pessoas interessadas no assunto pela cidade, permitindo intercâmbio entre o conhecimento de profissionais e estudiosos da cidade do Rio de Janeiro e o público em geral.

Ainda de acordo com o *site* do grupo, “a terceira vertente é a produção de filmes com a marca dos habitantes da região, uma vez que dois dos filmes produzidos em 2004 já foram vencedores de importantes prêmios em festivais nacionais”.

Além das linhas de ação apresentadas, o *Cineclubes Mate com Angu* agrega “o objetivo de desmistificar a linguagem audiovisual, o fazer cinematográfico, através de novas opções de tecnologia digital, de fácil manuseio e baixo custo”. Como ação do cineclubes, pretendem intervir “social e esteticamente” na vida cultural da Baixada Fluminense.

Acreditam que o cinema pode proporcionar uma experiência lúdica e pessoal. Afirmam que, por meio da educação cinematográfica, seria possível construir uma sociedade mais humana, mais digna e mais possível.

As sessões do Cineclubes *Mate com Angu* ocorrem mensalmente, sempre as últimas quartas-feiras, na Sociedade Musical e Artística Lira de Ouro, em Duque de Caxias, que é também um Ponto de Cultura. A entrada é franca e, segundo informações coletadas como grupo, a ação alcança aproximadamente 2 mil pessoas por ano, com idades de 16 a 30 anos.

Considerou-se importante, ainda, incluir ao final desta seção uma breve apresentação de outras três instituições que apareceram com destaque no levantamento de informações na Internet e nas conversas e entrevistas realizadas. Elas cumprem um papel de espaço de referência no fomento da produção cultural, mais especificamente audiovisual, na Baixada Fluminense .

CASA DE CULTURA DE NOVA IGUAÇU

Conhecida também como *Espaço Cultural Sylvio Monteiro*, de acordo com as informações retiradas do *site* e obtidas em conversas com um jovem que lá trabalha, a *Casa de Cultura de Nova Iguaçu* foi criada em 2004 para ser uma referência na cidade, produzindo políticas públicas voltadas para o público jovem. Reúne, em seus dois andares, galerias de arte e uma sala para oficinas educativas. E, em prédio anexo, um teatro e uma biblioteca. É administrada pela Secretaria de Cultura e Turismo do Município. Nela são desenvolvidos cursos e oficinas culturais, além de eventos de música, teatro e cinema. Todas as atividades são gratuitas e envolvem diversas manifestações artísticas.


Utilizada por diversos grupos culturais do município, entre eles o *Cineclube Buraco do Getúlio*, *Let's Pense*, *WebTV Buraco Cavernoso*, é um espaço de referência e um local de encontro de jovens e pessoas envolvidas com produção cultural. Foram relatados, no entanto, algumas tensões entre alguns grupos que utilizam seu espaço e seus gestores, sobretudo no que diz respeito a seu funcionamento e à disponibilidade de seu uso.

ONG CISANE

O Centro de Integração Social Amigos de Nova Era (*Cisane*, nome de um bairro de Nova Iguaçu) é uma organização não governamental (ONG) que atua na área de direitos humanos e cidadania há mais de 11 anos. De acordo com informações oficiais, a ONG busca promover o desenvolvimento integral de jovens e adultos da comunidade de Nova Era e adjacências, possibilitando o acesso à educação, à arte, ao esporte e à assistência social. As principais temáticas e áreas de atuação do *Cisane* são: cidadania, trabalho comunitário, cultura, direitos humanos e juventude. Um dos idealizadores do *Cineclube Buraco do Getúlio* trabalhou nesta organização em cursos de audiovisual por ela promovidos. Sua sede também funciona como Ponto de Cultura da região.

ESCOLA LIVRE DE CINEMA

Segundo informações disponíveis em seu *site*, a *Escola Livre de Cinema (ELC)* é a primeira escola de audiovisual da Baixada Fluminense e funciona desde julho de 2006, ligada à Secretaria de Educação do município como parte do projeto Bairro-escola. De acordo com informações disponíveis em seu *site*, “sua metodologia articula três conceitos – o corpo, a palavra e o território como elementos de expressão da imagem e do som através de ações artísticas dentro e fora da sala de aula. Seu conteúdo pedagógico aponta para o domínio das técnicas e para o encorajamento estético, no sentido de estimular a



criação e a produção audiovisual. O Iguacine – Festival de Cinema da Cidade de Nova Iguaçu – é uma das ações mais importantes da *ELC*, onde é promovido o encontro de sua experiência do audiovisual, como um recurso de desenvolvimento do território. A *ELC* é também Ponto de Cultura e mantém parceria metodológica com a Universidade Federal Fluminense (UFF). Além do Curso para Crianças (Videoarte), este ano estão sendo realizados cursos para jovens, *Clipes Ativistas*, e para professores, *Cinema na Sala de Aula*.

A escola oferece cursos ligados a diferentes áreas do cinema e do audiovisual para crianças, jovens e adultos. Em 2011, foram trabalhadas diversas técnicas de audiovisual a partir de diversas estratégias metodológicas em cursos como *Videoclipe para YouTube*, *Blog Novela*, *Dublagem*, e *Audiovisual para Educadores*. Os idealizadores dos cineclubes possuem relação com a escola, tendo participado de cursos e ministrado aulas em diferentes momentos.

AS NTICS E SEUS USOS ENTRE GRUPOS CULTURAIS NA BAIXADA

O uso das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação possibilita novas formas de atuação, ampliando o compartilhamento de informação e contato entre os membros dos grupos e deles com jovens de outras regiões da cidade, estado, país e exterior. Entre as NTICs, a Internet aparece como a ferramenta mais utilizada nas iniciativas pesquisadas. Pela popularização dos recentes avanços tecnológicos, o seu uso de maneira ampla permite uma infinidade de ações e introduz novas práticas na organização dos grupos. Nas organizações sociais, produz novas possibilidades de participação dentro do grupo e na relação do grupo com outras instituições.

O uso das novas tecnologias agregado à potência de comunicação própria dos movimentos culturais nos permite perceber uma marca geracional comum aos grupos estudados, próprio do comportamento e das ações dos jovens da última década. A combinação NTICs e cultura amplia suas ações, manifestações, reivindicações inventando e reinventando seus grupos e territórios.

O uso das NTICs nas três iniciativas incentiva a criação de novos ambientes de organização, produção e compartilhamento de informações. Para além da Internet, nesses grupos estão presente diversos tipos de equipamento utilizados em tudo que é produzido por eles para exibição de filmes e imagens, produção de curtas-metragens, vídeosclipes e *raps* e na divulgação de suas atividades.

Nas atividades realizadas por esses dois cineclubes e pelo *Enraizados*, os membros desses grupos precisaram desenvolver e dominar conhecimentos específicos sobre os equipamentos e a Internet próprios das atividades que desenvolvem. O aprendizado e compartilhamento de novos conhecimentos é um movimento constante entre os participantes.

É importante sublinhar que as NTICs e o uso da Internet estão presentes nesses grupos desde sua formação. *Enraizados* começa quando uma das lideranças, o fundador do grupo, compra um computador, dando início a uma rede virtual entre pessoas do movimento hip-hop para além da Baixada em que ações eram marcadas via Internet e que, posteriormente, levou-o a integrar o Movimento Nacional de hip-hop.

O *Cineclube Mate com Angu*, segundo um dos fundadores, desde o início usava a Internet e, naquele momento, “estava hospedado em um poderoso site, o *baixadaon*”, que noticiava acontecimentos e atividades da Baixada.

Já mais recentemente, o *Cineclube Buraco do Getúlio* passa a utilizar a Internet para realizar sessões de cinema *online*. O cineclube já realizou 25 sessões *online*, nelas, o *Buraco do Getúlio* disponibiliza curtas-metragens que são produções audiovisuais alternativas em seu *blog*. Essas sessões têm intervalos de uma a duas semanas. Todas as iniciativas pesquisadas utilizam a Internet associada a outras ferramentas, como jornal impresso, carro de som, *fanzine*, cartazes etc.

O uso da Internet é frequente, com destaque para o Facebook, cuja atualização das páginas dos grupos e dos membros é feita diariamente. Nos *blogs*, no Twitter e na *postagem* de vídeos no Youtube, a atualização não se dá com a mesma frequência: essas contas são atualizadas quando se pretende divulgar um evento novo e/ou uma nova produção cultural (*rap*, videoclipe, curta).

Os grupos não estão fechados em si, seus integrantes estão articulados também a outras iniciativas virtuais e presenciais de produção cultural na Baixada. Por exemplo, os membros do *Mate com Angu* estão vinculados a outras iniciativas que se desenvolvem na Internet como a revista eletrônica *Lurdinha*¹⁵ e a *Web TV Buraco Cavernoso*¹⁶. Essas experiências, apesar de independentes do cineclube, também ajudam na divulgação de suas atividades.

Enraizados mantém um portal que articula diversos *sites*, que correspondem às ações desenvolvidas pelo grupo, e dispõe de um recurso chamado *share*, atualmente muito usado em *sites*, que permite ao usuário do portal compartilhar, a qualquer momento, as informações ali disponíveis em suas páginas no Facebook, Twitter, entre outras. Além disso, o uso sistemático da Internet ampliou significativamente a interlocução desse grupo com outros da Baixada Fluminense, assim como com outros grupos e jovens de outras cidades, estados e países.

O portal digital funciona como um núcleo agregador e distribuidor de conteúdo para outros *sites* ou *subsites* do domínio da *Rede Enraizados* como: *Enraizados na Arte*, (escola de hip-hop), *inRaiz* (incubadora de comunicação), *Mixtureba Enraizados* (evento multicultural) e a página *Pontão de Cultura Preto Ghóez Juventude Digital*.

Cada um dos *sites* e *subsites* descritos anteriormente estão também nas redes sociais *online* (Twitter, Facebook, Myspace, Badoo, LinkedIn, Pinterest, Digg, Google+, StumbleUpon, Tumblr). O portal tem cerca de 600 mil acessos mensais, informação dada durante entrevista realizada com o idealizador do *Enraizados*. Já no Facebook, o perfil da *Rede Enraizados* tem mais de 5 mil amigos e 750 assinantes. Eles dispõem também de três grupos fechados que têm de 17 a 477 membros e um perfil que mais de 900 pessoas curtiram. De acordo com dados oferecidos pela própria rede social, o “grupo de idade mais popular” neste perfil tem de 18 a 24 anos e, em uma das vezes em que foi consultado, havia mais de 300 “pessoas falando sobre isso”. No Twitter, são 1.525 seguidores.

Outro uso interessante feito da Internet é a disponibilização de relatórios mensais, por meio de textos, fotos e vídeos das atividades realizadas na escola de hip-hop, que podem ser acessados de forma ágil por qualquer membro do grupo ou financiador, dando transparência ao desenvolvimento do projeto, assim como visibilizando as metodologias utilizadas.

15. *Lurdinha* – “Duque de Caxias para Estômagos Fortes” é uma revista eletrônica, que, segundo o site, pela falta de uma opinião pública que interfira de fato nos destinos da cidade, faz que Caxias continue sendo uma cidade grande, populosa, desordenada, com uma das maiores concentrações de renda do país.

16. O *Buraco Cavernoso*, de acordo com as informações do site, é um projeto de *webtv* nascido em 2009, na cidade de Duque de Caxias, Baixada Fluminense. Apresenta programas de entrevistas e pretende discutir o mundo por fora do sistema das grandes emissoras.

Além das páginas da rede *Enraizados*, os membros também mantêm suas páginas pessoais nas diferentes redes sociais, em que não há divisão dos conteúdos relacionados à vida pessoal e ao *Enraizados*.

Durante as entrevistas, os participantes do *Enraizados* relataram que produzem vídeos, *raps* (em áudio) e clipes com muita frequência, tendo sido planejado anteriormente ou não. Utilizam os equipamentos disponíveis, por exemplo, celular, filmadoras portáteis, máquinas fotográficas digitais, entre outros, e assim que acabam de produzir *postam* nas suas páginas pessoais e do grupo. Na Internet, é possível encontrar diversos áudios e vídeos divulgando um *rap* novo, chamando para as diversas atividades realizadas por eles, e, posteriormente, divulgando o que aconteceu.

Uma estratégia que os *rappers* participantes do grupo usam a fim de divulgar uma nova música e um novo CD é deixá-las disponíveis para baixar. Essa ação aumenta a circulação e divulgação do CD e amplia a possibilidade de serem contratados para apresentações, *shows* e participação em eventos. As participações são principalmente em espaços organizados por instituições da sociedade civil que estão envolvidas com ações sociais e políticas, como seminários em universidades e eventos como a Cúpula dos Povos¹⁷, realizada no âmbito da Rio+20¹⁸. Entre as diversas ferramentas utilizadas, destaca-se o uso de *podcasting*¹⁹ para disponibilizar suas músicas em áudio em todas as suas redes.

O *Cineclube Buraco do Getúlio* possuiu um *blog* em que, desde sua criação, já foram feitas 223 *postagens*, com mais de 17 mil acessos. No *blog*, os conteúdos mais *postados* caracterizam-se por textos, *releases* e *trailers* de filmes, matérias sobre festival de cinemas e entrevistas, entre outros. No Twitter, são 540 seguidores, com intervalos maiores entre as *postagens*, a maioria vinculadas à divulgação das sessões presenciais, sempre no dia da sessão. No entanto, o Facebook é a ferramenta atualizada com mais frequência. Lá, as sessões são divulgadas e, posteriormente, comentadas, por meio de uma página que foi “curtida” por mais de 3.200 pessoas. Em uma das vezes em que foi consultada, a rede informava que havia 189 “falando sobre isso” e que o “grupo de idade mais popular” tinha de 25 a 34 anos.

No *Cineclube Mate com Angu*, desde sua formação, são feitas discussões em fóruns via Internet, aglutinando parte dos interessados no cineclube. Esses fóruns permitem um intercâmbio entre profissionais e estudiosos sobre cinema, produção cinematográfica e o público em geral.

Atualmente, as reuniões e ações do grupo são organizadas por *e-mail* e Facebook, por mensagens privadas trocadas entre os organizadores, mas também em alguns encontros presenciais.

Este cineclube tem um *blog* que é utilizado para divulgar e dar mais informações sobre as sessões e os filmes que serão apresentados, como ficha técnica e textos construídos pelo grupo para cada edição, que também são impressos e distribuídos no dia do evento. No Twitter, que é atualizado com menos frequência, já são quase 700 seguidores.

17. A Cúpula dos Povos na Rio+20 por Justiça Social e Ambiental foi um evento organizado pela sociedade civil global, realizado de 15 a 23 de junho de 2012, no Aterro do Flamengo, no Rio de Janeiro, paralelamente à Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (UNCSD), a Rio+20.

18. A Rio+20 foi a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (UNCSD) realizada de 13 a 22 de junho de 2012, na cidade brasileira do Rio de Janeiro, cujo objetivo foi discutir sobre a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável.

19. *Podcasting* é uma ferramenta para publicação de arquivos de mídia digital (áudio, vídeo, foto, entre outros).

Na entrevista com um dos membros do cineclube, ele ressaltou a importância da Internet, em especial o uso do Facebook, onde eles dispõem de uma página que foi “curtida” por quase 6 mil pessoas, 120 estavam “falando sobre isso” e, na semana consultada, tinha sido visitada por mais de 300 internautas. Além disso, o *Mate com Angu* tem um grupo aberto, na mesma rede social, com 365 membros no grupo. Por alguns dados oferecidos pelo Facebook é possível constatar que a semana quando as pessoas mais falaram desse cineclube foi a de 26 de agosto de 2012, período de comemoração do aniversário de dez do cineclube. Outra informação disponível é sobre a idade das pessoas que mais acessam, estas têm de 25 a 34 anos.

Vinculado ao Facebook, encontramos entre as ferramentas utilizadas a conta Vimeo²⁰, onde está hospedada a *Angu TV*, lá são publicadas crônicas audiovisuais alternativas que falam sobre a cidade, seu cotidiano, cultura, sociedade e vida política.

Além da Internet, os dois cineclubes fazem amplo uso dos equipamentos necessários para suas sessões, que são: *notebook* e/ou DVD, projetor e/ou *datashow*, equipamentos de som, operados pelos integrantes do grupo. Esses recursos pertencem a esses integrantes ou a instituições parceiras, assim como as filmadoras e outros equipamentos que o *Mate com Angu* usa para suas produções. Uma característica que os distingue, no entanto, é que o *Mate com Angu* apresenta mais produções próprias, enquanto o *Buraco do Getúlio* veicula produções nacionais.

20. Vimeo é um serviço popular de compartilhamento de vídeo no qual os membros dos grupos podem fazer *upload* de suas produções audiovisuais.

EVENTOS

Neste item, descreve-se como funcionam as NTICs em uma mobilização específica para cada uma das experiências. Todas realizam diversos eventos e são muitos os meios utilizados para divulgar, mobilizar e registrar as ações, e, nesse processo, essas etapas não ficam restritas à Internet, outros mecanismos são utilizados, como eles mesmos disseram na entrevista.

Uma das atividades realizadas que teve destaque foi a comemoração de 10 anos do *Cineclube Mate com Angu*. O pontapé inicial para as comemorações foi o lançamento do concurso “Caxias em 1 Minuto”, aberto a quem quisesse inscrever um filme que abordasse a cidade de Duque de Caxias em 60 segundos.

A divulgação do concurso foi toda realizada pela Internet. Um vídeo de 1 minuto, curto e direto, foi utilizado para divulgação, disponibilizado em vários *sites*, *blogs*, páginas do Facebook, YouTube de muitas organizações e pessoas, membros ou não do *Mate com Angu*.

As inscrições foram feitas no período de um mês, podendo participar qualquer pessoa, residente na cidade ou não. Os vídeos podiam ser captados em qualquer formato, desde que fosse possível disponibilizá-los nas condições técnicas necessárias para compartilhamento via serviços de vídeo pela Internet (YouTube, Vimeo, Itéia, Videolog etc.). Os vídeos inscritos deveriam ser inéditos, não podiam ter caráter comercial ou institucional com finalidade publicitária e/ou partidária e concorriam a prêmios em dinheiro, que variavam de R\$ 100 a R\$ 500 e brindes como CD e DVD para os três primeiros colocados. Inscreveram-se para o concurso um total de 20 vídeos. Na data prevista, a organização disponibilizou os vídeos em sua página no Facebook, na qual os votos eram computados pela opção “curtir”, que foram contabilizados algumas horas antes da premiação, realizada na sessão mensal do *Cineclube Mate com Angu*, em que se comemorou o aniversário de 10 anos do grupo.

Nesse período, quando utilizamos *sites* de busca para pesquisar sobre “Caxias em 1 Minuto”, apareciam inúmeros *sites* e *blogs* informando sobre o concurso e o *link* que levavam para a página no Facebook do grupo. Na página, era possível encontrar um *link* para a campanha de arrecadação de doações em dinheiro para subsidiar os prêmios e o evento de premiação.

O *Cineclube Buraco do Getúlio*, conforme dito anteriormente, atualmente realiza sessões em dois espaços: no Anania’s Bar e na Casa de Cultura. Durante o trabalho de campo, foi possível acompanhar uma das sessões do cineclube realizada na Casa de Cultura de Nova Iguaçu.

De modo geral, as sessões realizadas na Casa de Cultura têm como foco exibir filmes de produção nacional. Esse trabalho é realizado em parceria com a Programadora Brasil²¹. Na Casa de Cultura, as sessões ocorrem semanalmente às terças-feiras, quando são exibidos longas-metragens nacionais.

21. A *Programadora Brasil* é um programa da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, realizado pela Sociedade Amigos da Cinemateca, sob a coordenação da Cinemateca Brasileira. Seu objetivo é ampliar o acesso às produções recentes e aos filmes representativos da nossa cinematografia e que estão fora do circuito de exibição. A *Programadora* tem cerca de 1.500 associados em 850 municípios brasileiros e conta com um catálogo com mais de 820 filmes.

A divulgação da sessão é realizada pelas redes sociais (Facebook e Twitter), de acordo com o que foi relatado por um dos entrevistados. Ela é feita de modo que chegue ao máximo de pessoas possível. Para isso, o cineclube lança mão de uma estratégia para chamar a atenção dos usuários do Facebook: envia um cartaz virtual em *inbox*²² pedindo para quem recebeu compartilhar a mensagem. Segundo o entrevistado, desse modo, é possível conseguir de 50 a 70 compartilhamentos com a divulgação e chegar a mais de 10 mil pessoas. Para ele, além de divulgar a sessão do cineclube, essa estratégia contribuiu para tornar o *Buraco do Getúlio* mais conhecido.

A atividade da qual a equipe desta pesquisa participou foi o retorno ao espaço da Casa de Cultura (as sessões do cineclube não eram realizadas na Casa há cerca de cinco meses). Segundo o entrevistado, as sessões nesse espaço costumavam “ser mais caretas”, ficavam restritas à exibição do filme. Mas no evento acompanhado pela equipe, o cineclube incorporou as apresentações culturais, prática que acontece quando a sessão é no espaço do Anania’s Bar. O idealizador do cineclube começou a sessão falando do retorno à Casa de Cultura e, em seguida, apresentou a Banda de Rock que tocou naquela noite. A presença da banda vai ao encontro da proposta original desse cineclube, que é fazer do momento da exibição do filme um espaço de encontro entre diferentes manifestações artísticas.

Nesse dia, o *Buraco do Getúlio* começava um “ciclo de documentários musicais”, realizado no mês de setembro. O texto de divulgação tinha a frase “Tudo que é bom tem que voltar!” e dizia respeito ao ciclo que já tinha sido feito em outro momento do cineclube e, ao mesmo tempo, fazia referência ao retorno à Casa de Cultura. O primeiro documentário exibido nesse dia foi *Simonal: ninguém sabe o duro que dei*.

Nessa sessão, havia cerca de 50 pessoas, e a exibição ocorreu no pátio da Casa de Cultura, ao ar livre, logo após a apresentação da banda. A maioria dos participantes era visivelmente jovem (de 15 a 20 anos). O grupo que organizou a sessão era pequeno: além dos participantes da banda, havia mais duas pessoas ligadas ao *Cineclube Buraco do Getúlio*.

O uso das novas tecnologias nesse evento esteve presente em todas as suas etapas desde a divulgação (e esse é o momento em que a Internet é mais utilizada) até a realização da sessão (nos equipamentos presentes para a exibição do filme, como projetor, *notebook*, caixas de som amplificadas, microfones etc.).

É importante pontuar que eram os próprios organizadores ligados ao cineclube que lidavam com a aparelhagem e os equipamentos, assim como as pessoas que se apresentaram na banda. Havia, entre eles, uma grande familiaridade com os equipamentos ali presentes e, durante as entrevistas com os idealizadores do cineclube, a socialização para o uso de tais equipamentos apareceu associada à possibilidade de “produzir cultura”, organizar em qualquer lugar.

22. O Facebook possui uma caixa de entrada (*inbox*) escondida. São mensagens enviadas por uma pessoa que não possui uma conexão direta, ou seja, não tem um amigo em comum.

O próximo evento a ser apresentado é realizado sistematicamente pelo *Enraizados* e chama-se *Mixtureba Enraizados*. Trata-se de uma espécie de programa de auditório, com dois ou três apresentadores ligados ao *Enraizados* que interagem com o público. De acordo com o *site*, a primeira temporada foi realizada em 2011, no teatro Sérgio Porto, no Humaitá, na cidade do Rio de Janeiro.

A segunda temporada começou em junho de 2012 e foi realizada no espaço Arena Carioca Jovelina Pérola Negra; na Pavuna, na mesma cidade; em outubro, foi realizada a 10ª edição. Para divulgação, há um vídeo com cerca de 2 minutos de duração, no qual um dos apresentadores do grupo expõe a proposta do evento, de acordo com o descrito no vídeo, “neste evento é feito um mix entre periferias do Rio de Janeiro e a galera da Zona Sul” e também tem como proposta a interação de agentes culturais com artistas da música, dança e teatro, população local, escolas e universidades.

No *subsite Mixtureba*, hospedado no portal *Enraizados*, são *postados* vídeos sobre as edições já realizadas e divulgadas informações sobre o próximo evento. É um canal por meio do qual as pessoas, sobretudo, os(as) jovens moradores(as) de Morro Agudo e arredores, podem se inscrever na lista para uma vaga nos ônibus que saem da sede do grupo para o local do evento. Em algumas edições, já foram utilizados até três ônibus, totalmente gratuitos, levando mais de 100 pessoas.

O evento conta com apresentação de *rappers*, grupos de teatro, dança, projeção de imagens e, a partir da última edição, há uma novidade: outros(as) artistas ou grupos de qualquer manifestação artística (poetas, atores, cantores, músicos, cineastas, dançarinos, etc.) que queiram se apresentar podem entrar em contato por *e-mail*, enviando o *release*, algumas fotos e *link* de vídeos para integrar a atividade.

O *Mixtureba* compõe uma estratégia do grupo para chegar a jovens de outras partes da cidade e levar debates sobre atualidade e questões sociais. Esse momento é chamado de “Tá na mídia”, o debate acontece de forma mais lúdica, integrando diversas linguagens distintas. Nesse sentido, o uso das NTICs seja na convocação e mobilização para a atividade, seja para projeção das imagens, equipamentos de som para apresentação dos MCs, filmagem e fotografia da atividade integra uma série de modos de fazer esse tipo de atividade cultural a partir do repertório disponível nesse tempo para um grupo que se articula de diversas formas (tanto a outras iniciativas da sociedade civil como do governo), dispondo dos recursos (pessoais e técnicos) necessários para lidar e incorporar tais tecnologias.

CONCLUSÃO

Ao concluir este trabalho de pesquisa, a intenção é trazer elementos que possam problematizar o debate corrente que afirma que a juventude vivencia um quadro de pouco interesse nos rumos da sociedade e da sua própria realidade. Essas afirmações se defrontam com uma utilização cada vez mais acentuada de diversos recursos típicos da NTICs, em especial a Internet, para efeitos de mobilização e organização social e política.

As NTICs, cada vez mais, estão associadas às formas como grupos e coletivos jovens se organizam, o uso das novas tecnologias amplia e potencializa a capacidade de atuação dos grupos., Essas combinadas com a força e o dinamismo próprio dos movimentos culturais, aumentam sua visibilidade pública. As Tecnologias de Informação e Comunicação, aliadas à proliferação das mídias interativas, têm colocado recursos como o computador e a Internet, a serviço de muitos grupos e movimentos, mesmo de jovens, que inventam uma nova cultura nas instituições em que estão organizados.

As experiências aqui estudadas compõem o quadro de organizações que constroem uma nova forma de se organizar e intervir a partir de iniciativas culturais que partem da vontade de jovens para movimentar a cena local, uma periferia de um grande centro urbano marcada por profundas desigualdades sociais.

De modo geral, foi possível perceber, durante a pesquisa, e em especial nas entrevistas, que as NTICs são importantes não como um fim, mas como meio. No caso das experiências estudadas, destacam-se a Internet e os diversos equipamentos utilizados. As Novas Tecnologias são utilizadas na comunicação e difusão de informações, mas também para elaboração de produtos próprios que dão voz aos grupos pesquisados. Esses grupos utilizam filmadoras, câmeras fotográficas, gravadores, *datashow* e equipamentos de áudio e som que se constituem como ferramentas necessárias para a consolidação e atuação desses grupos.

O uso desses equipamentos é vital para o desenvolvimento dos grupos, e para eles manuseá-los é algo “automático”, não há como comprar, adquirir um equipamento novo e esperar fazer um curso de atualização para utilizá-lo, todos os entrevistados disseram que aprenderam fazendo.

Outra questão em comum, é a relação das três experiências com o território, Baixada Fluminense, que aparece como um ponto forte e passa por uma relação de autoidentificação e pertencimento que, ao mesmo tempo que pretende manifestar sua insatisfação que, na maioria das vezes, tem a ver com a má atuação do poder público e, conseqüentemente, a ausência de políticas públicas que garantam direitos, propõe-se a construir um novo imaginário sobre aquele território, afirmando-o positivamente.

O esforço desses três grupos de construir um imaginário positivo da Baixada revela a intenção de se contraporem ao que geralmente é

veiculado na grande mídia sobre esse território, de modo geral, matérias e falas que reforçam estigmas existentes há muitos anos e que se mantêm ainda hoje, estigmas que ressaltam e denunciam a precariedade do local, valorizando pouco as ações e as intervenções que esses e muitos outros grupos têm na Baixada Fluminense – e que, nos poucos momentos em que são divulgados na grande mídia, aparecem como grupos exóticos.

Analisando o que foi encontrado nas entrevistas e nas atividades acompanhadas presencialmente, percebe-se que podem ser delineadas algumas reflexões sobre o uso das NTICs por esses grupos. Nesses grupos, as NTICs vêm servindo para ampliar e dar visibilidade às iniciativas e, de certa forma, revitalizar o movimento já existente de produção cultural independente associado a um processo de consciência social e política que já caracterizava a região.

As redes sociais, principalmente o Facebook, têm contribuído para ampliar a visibilidade desses grupos dentro e fora da Baixada Fluminense, mas é importante explicitar que a visibilidade não se dá de forma igual para dentro e para fora. Contudo, esse movimento resultou em outro movimento, que tem a ver com o fluxo de pessoas, os três grupos aqui estudados provocam e estabelecem, já há alguns anos, um processo de contrafluxo, no qual jovens de outras áreas do Rio de Janeiro se deslocam para a Baixada para participarem das atividades realizadas por eles, o que é considerado por todos muito importante.

Contudo, alguns entraves permanecem, segundo os próprios entrevistados: há eventos realizados por eles em que a maioria dos(as) jovens presentes são de fora, ou seja, não são moradores(as) da Baixada Fluminense. Por esse motivo, os entrevistados afirmam que a mobilização precisa ser presencial, alguns eventos devem ser realizados em espaços públicos e a Internet cumpre, muitas vezes, a divulgação mais para fora desse território.

Para os grupos, é preciso provocar mudanças na cultura existente entre os(as) jovens da Baixada Fluminense para os quais eventos bons aconteceriam fora de lá. Nesse sentido, ainda é valorizado o que é produzido culturalmente fora da Baixada Fluminense, o que é interessante está no Centro do Rio de Janeiro. O reconhecimento interno existe, mas as atividades realizadas ainda têm seus momentos de altos e baixos.

Por fim, encontra-se nas três iniciativas o uso intenso das NTICs na sua diversidade, associada à valorização de forte identidade cultural da Baixada Fluminense, que aparece nitidamente nas atividades e ações desenvolvidas, uma identidade construída a partir do fortalecimento de uma imagem positiva desse território que se manifesta por uma participação social na qual a Internet, em especial, tem um papel fundamental, sobretudo para a construção desse imaginário para fora da Baixada Fluminense. No plano local, as ações no território são onde estão depositados os principais esforços.

REFERÊNCIAS

- COSTA, Sandra Regina da, “O que é ser “novo” na Baixada Fluminense: notas sobre representações da juventude entre as camadas populares” in VELHO, Gilberto; DUARTE, Luiz Fernando Dias (orgs.). *Juventude contemporânea: culturas, gostos*. 7 letras, 2010.
- DUDU, de Morro Agudo. *Enraizados, os híbridos glocais*. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2010.
- DUPRET, Leila e MACHADO, Renato. A mídia e o jovem da Baixada Fluminense. VII Encontro Nacional de História da Mídia. Fortaleza. CE, 2009.
- ENNE, Ana Lucia Silvia. Imprensa e Baixada Fluminense: múltiplas representações, *Ciberlegenda*. n. 14, 2004.
- _____. Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol.7, número 20, 2010.
- _____. Conexões entre juventude, consumo e mídia: múltiplas formas de atuação e apropriação, UFF, 2011.
- GOHN, Maria da Glória (org.) *Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- GOUVÊA, Maria José Motta. Com a palavra Mate com Angu: uma intervenção estética no município de Duque de Caxias. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Bens Culturais e Projetos Sociais). Rio de Janeiro (RJ): PPGHPBC/FGV, 2007.
- IBRAHIN, Suzete Younes (orgs.). *O amanhã a que a gente tece*. 1ª edição. SFB, 2012.
- NOVAES, Regina (2011). Juventude, juventudes. Jovens das “classes C, D e E” frente aos dilemas de sua geração. Seminário Juventude e Teledramaturgia. Programa Mais Cultura Audiovisual.
- NOVAES, Regina e RIBEIRO, Eliane (orgs.). *Juventudes Sul-americanas*. Rio de Janeiro: Ibase, 2010.
- PERLATTO, Fernando. Habermas, a esfera pública e o Brasil. *Revista Estudos Políticos*. RJ, 2012.
- SOUZA, Patricia Lânes Araujo de. Projetos sociais e relações de gênero: apontamentos para uma reflexão inicial. *Salto para o futuro: projetos sociais e práticas educativas*. Ano XVIII boletim 10, RJ, junho 2008.
- SUNEGA, Fernanda Alves. Movimento hip-hop e os meios de comunicação reprodução ou resistência? *UNRevista* – vol. 1, nº 3. 2006.

ANEXOS

QUADRO DE ENTREVISTADOS(AS)

NOME	GRUPO / INSTITUIÇÃO	IDADE	SEXO / ORIENTAÇÃO SEXUAL	COR / RAÇA	RELIGIÃO	ESCOLARIDADE	LOCAL DE MORADIA
MARCÃO	Movimento Enraizados	18	Masculino - heterossexual	Preta	Católico	Ensino médio incompleto	Rocha Sobrinho/ Mesquita
DUDU DE MORRO AGUDO	Movimento Enraizados	33	Masculino - heterossexual	Preta	Tem fé, mas não tem religião	Graduação incompleta – Sistema da Informação	Morro Agudo/ Nova Iguaçu
LÉO DA XIII	Movimento Enraizados	25	Masculino - heterossexual	Preta	Protestante/ evangélico	Ensino médio completo	Cerâmica / Nova Iguaçu
ÁTOMO USAL	Movimento Enraizados	35	Masculino - heterossexual	Preta	Protestante/ evangélico	Ensino médio completo	Nova Iguaçu
DIEGO BION	Cineclube Buraco do Getúlio	27	Masculino - heterossexual	NS/NR ²³	Não tem religião (ateu, agnóstico)	Ensino médio completo	Miguel Couto / Nova Iguaçu
MÁRCIO BERTONI	Cineclube Mate com Angu	32	Masculino -	NS/NR	NS/NR	Graduação incompleta	Vila São Luís / Duque de Caxias

23. Não sabe/Não respondeu.

LISTA DE SITES LIGADOS ÀS INICIATIVAS ANALISADAS

CINECLUBE BURACO DO GETÚLIO

- <http://buracodogetulio.blogspot.com.br/>
- <https://twitter.com/buracodogetulio>
- <https://www.facebook.com/buracodogetulio?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/bion.diego?fref=ts>

CINECLUBE MATE COM ANGU

- <http://matecomangu.wordpress.com/>
- <http://www.matecomangu.org/>
- <http://www.matecomangu.com.br/filmaeuai.php>
- <https://twitter.com/matecomangu>
- <https://twitter.com/heraldohb>
- https://twitter.com/marcio_bertoni
- <http://www.youtube.com/user/angutv?gl=BR&hl=pt>
- http://matecomangu.com.br/saite/?page_id=46
- <http://www.matecomangu.org/angu-tv/>
- https://www.facebook.com/matecomangu.org/app_311253165568475
- <https://www.facebook.com/botocudo?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/marcio.bertoni1?fref=ts>

ENRAIZADOS

- <http://www.enraizados.com.br/>
- <http://enraizados.org.br/>
- <http://www.inraiz.com.br>
- <http://enraizados.org.br/mixtureba/>
- <http://enraizados.org.br/pontao/>
- <http://enraizados.org.br/naarte/>
- <https://twitter.com/dudumorroagudo>
- <http://dududemorroagudo.com/>
- <https://twitter.com/marcaobaixada>
- <http://marcaobaixada.blogspot.com.br>
- <https://www.facebook.com/enraizados.areda?ref=ts&fref=ts>
- <https://www.facebook.com/groups/240981035991085/?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/movimentoenraizados?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/enraizadosnaarte?fref=ts>
- <https://www.facebook.com/groups/212843218726801/?fref=ts>

OUTROS SITES CONSULTADOS

- <http://www.ustream.tv/channel/buraco-cavernoso>
- <http://buracocavernoso.com/>
- <http://lurdinha.org/site/?p=1572>
- <https://www.facebook.com/pages/Buraco-Cavernoso/184851521594458>
- <https://www.facebook.com/buraco.cavernoso?fref=ts>
- http://www.fase.org.br/_reg_rj/pagina.php?id=414
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>
- <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/>
- <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/category/cultura-e-cidadania/cultura-digital/>
- <http://www.escolalivredecinema.com.br/v2/>
- <http://noticias.sitedabaixada.com.br/assunto/talento-da-baixada/>
- <http://andreoliveira.com.br/2012/05/carta-aberta-do-cineclube-buraco-do-getulio/>
- <http://andreoliveira.com.br/>
- <http://staging.opinioenoticia.com.br/brasil/politica/elas-ainda-sao-poucas-no-poder/>

ibase.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES
SOCIAIS E ECONÔMICAS**

Av. Rio Branco, 124 / 8º andar
20040-916 – Rio de Janeiro – RJ
Tel: (21) 2178-9400
Fax: (21) 2178-9402
e-mail: comunicacao@ibase.br

www.ibase.br
twitter.com/ibasenet
facebook.com/ibase.br

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Mórula Oficina de Ideias
www.morula.com.br

**PUBLICADO SOB LICENÇA CREATIVE COMMONS.
ALGUNS DIREITOS RESERVADOS:**

