

Bom Jardim em rede: o canal do Centro Cultural do Bom Jardim no *Youtube*, suas perspectivas e possibilidades ¹

Jose Augustiano Xavier Dos Santos²
Catarina Tereza Farias de Oliveira³
Universidade Federal do Ceará, CE

RESUMO

Com o processo de isolamento social, decorrente da Pandemia de Coronavírus (COVID-19), e para evitar sua expansão do vírus por todo o território brasileiro, os Estados da Federação tiveram que adotar medidas sanitárias capazes de conter o avanço da doença pelo país. No Estado do Ceará não foi diferente. Com o Decreto Estadual n.º 33.519, de 19 de março de 2020, o Estado estabeleceu medidas de combate à pandemia do novo coronavírus (Covid-19), a partir de critérios técnicos e científicos, no intuito de promover o isolamento social da população, como melhor alternativa para evitar o avanço da doença. Tal decreto alterou a dinâmica e as vidas de muitas pessoas e diversas instituições tiveram que se adaptar ao novo contexto para viabilizar suas atividades. Foi o caso do Centro Cultural do Bom Jardim - CCBJ, localizado no bairro Bom Jardim, em Fortaleza, Ceará, que iniciou o processo de fazer uso, de modo mais intenso, de seu canal no *Youtube*, de modo a assegurar a continuidade de suas ações, mesmo diante do isolamento social. Ao longo desse processo, o canal tem sido o principal ambiente para difusão das produções culturais e dos debates promovidos pelo CCBJ, sobretudo para as juventudes do território. A partir disso, o presente artigo irá refletir como o canal do Centro Cultural do Bom Jardim no *Youtube* tem se tornado (ferramenta) necessária para difusão das ações culturais de artistas e debates relacionados às temáticas sociais, por ativistas locais, buscando compreender como essas produções disponíveis nessa plataforma virtual dialogam com a forma como os

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Doutorando em comunicação pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: jaxs14@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Ciências Sociais da Universidade Estadual do Ceará - UECE email: catarina.oliveira@uece.br

sujeitos que vivenciam a cidade e seu território. No presente trabalho, buscaremos refletir, por meio dos achados teóricos, formulados pelos pesquisadores Yi-Fu Tuan (1977), Lipovetsky (2007), Canclini (1995) e Bauman (2008) sobre lugar, território, cidade, sociedade de consumo e comunicação. Com o objetivo de alcançar os resultados do presente trabalho, fizemos a escolha pela metodologia de análise de conteúdo, buscando aplicar suas técnicas ligadas à análise temática. O corpus foi composto por pela análise da Mostra Encontros, *Live* encontrando-se; Videotutorial | Como utilizar o aplicativo Google Meet nas reuniões virtuais; *Live* Estúdio em Pauta e Formação em Pauta | Bate-papo: E a periferia? O que ela tem produzido? Também foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas e pesquisa documental. Na coleta de dados, foi entrevistada a coordenadora de Comunicação do CCBJ, uma das responsáveis pelos processos ligados à comunicação institucional do CCBJ. É importante destacar que, quando pensamos o lugar, muitas vezes, deixamos escapar a importância de compreendê-lo como um espaço marcado por uma diversidade de significados, onde os sujeitos ou grupos são elementos fundantes nessa construção. De acordo com Yi-Fu Tuan (1977) pensar o lugar enquanto conceito está ligado, dentre várias definições, à perspectiva de se pensar em um espaço ou objeto estável que, de algum modo, vai chamar a atenção dos sujeitos que tiverem contatos com o mesmo. A arte está para o autor como algo que poderá trazer essa reflexão de propor outro olhar para esses lugares, uma vez que ela simboliza sentimento humano. Assim, é possível dizer que a representatividade ou a singularidade de determinados objetos, mesmo aqueles mais singulares, não conseguem sobreviver ao processo de decadência cultural. A cidade é um lugar, um lugar que precisa ser compreendido também como um centro de significados, essa deveria ser a questão fundamental no processo de discussão e compreensão sobre a cidade. Para Lipovetsky (2007), a sociedade de consumo seria uma espécie de organização social marcada por sujeitos que tratam o consumo como algo puramente materialista, onde o recurso financeiro é colocado em um lugar de destaque na vida. Segundo Lipovetsky (2007), essa compreensão de sociedade deve ser tratada como algo ultrapassado, buscando travar outros desafios e significados nessa relação coletiva. Já para Canclini (1995), os sujeitos vão buscar respostas no consumo para suas perguntas, perdendo a dimensão das ideias ligadas à coletividade, participação etc. A sociedade irá passar a construir um imaginário de felicidade fortemente marcado

e também relacionado pela prática do consumo. Assim, as questões culturais, ligadas às resistências, perderão espaço para uma vida material, onde o desejo e a vida mercantil serão tidos como questões fundamentais. Para Bauman (2008), a satisfação das necessidades humanas não será o principal objetivo dessas sociedades de consumo, muito menos o que está no campo das vontades e desejos. Na contramão deste contexto, o Centro Cultural Grande Bom Jardim – CCBJ vem desenvolvendo, desde 2006, uma série de atividades voltadas para o fomento à cultura e o debate sobre a cidade e o território, com foco nos direitos humanos, ganhando cada vez mais destaque na cidade e se consolidando como um importante equipamento social no território. Situado no bairro do Grande Bom Jardim, na cidade de Fortaleza/Ceará, onde moram mais de 220 mil pessoas, o CCBJ tem promovido uma programação que contempla intervenções urbanas, mostras audiovisuais, espetáculos teatrais e de dança, cursos básicos (ivres), extensivos e/ou técnicos, laboratórios de pesquisas, ateliês de produção e residências artísticas, em um lugar marcado por desigualdades e ausência de oportunidades. Em julho de 2018, o CCBJ criou um canal no *Youtube* voltado para disponibilizar suas atividades na plataforma. Com a pandemia, os usos de esse espaço ressignificado e intensificado, fazendo com que diversas atividades presenciais fossem adaptadas para o espaço virtual. Hoje, o canal oficial do CCBJ conta com 7,94 inscritos e acumula 389.924 visualizações. No total, já foram disponibilizadas mais de 210 produções no canal, sendo possível encontrar Lives culturais, peças de teatro, apresentações musicais, cursos online, reuniões de organização das atividades, exposições, dentre outras. De acordo com informações obtidas por meio de entrevista com a jornalista e coordenadora de comunicação do CCBJ, Isabel Maria Brasil, foi possível compreender que havia uma produção pontual para o canal, mas foi criado um ritmo mais frenético e fluxo maior com a Pandemia. Nesse período de isolamento, houve um processo de produção de conteúdo em parceria com a comunidade, por meio de celular. O CCBJ virou o canal no Youtube. Todos os setores foram direcionados para a comunicação e o Youtube. “O Canal é institucional. A comunidade tem sempre que dialogar para realizar esse uso. A reunião de pauta, onde se define a programação e as ações em conjunto com a comunidade. Nessa reunião, se define muitas ações que serão disseminadas no canal do Youtube do CCBJ.” Desse modo, nota-se que há um movimento de trazer a comunidade para pensar as ações do canal e de, de algum modo, levar o território e os olhares dos

sujeitos envolvidos para dentro desse novo espaço. Sobre a questão do acesso ao canal está vinculado ao uso de dispositivo tecnológico e a internet, foi destacado que não há muitos problemas nesse sentido. Mesmo que seja necessário o uso de um dispositivo para ter acesso à programação virtual não tem problemas quanto aos acessos. Há muitos acessos, que crescem a cada dia. Mesmo que exclua algumas pessoas, não temos outra saída, o que nos faz lembrar a contribuição de Bauman (2008), quando destaca que os sujeitos são encorajados a um processo que vai impactar seu modo de vida, um modo de vida marcado por um aspecto fortemente marcado pelo consumo. Com base na análise dos conteúdos, a partir do acesso dos seguintes conteúdos disponibilizados no canal do Youtube do Centro Cultural do Bom Jardim foi possível verificar que há certa tentativa de estruturar o canal em um espaço para projetar o território, a partir das programações viabilizadas pelo Centro Cultural do Bom Jardim e pelo espaço “cedido” para artistas e ativistas locais. Notou-se também certo incentivo propagar ao consumo de bens tecnológicos, como meio capaz de assegurar o acesso às atividades, neste momento em que as mídias digitais tem se tornado aliado no trabalho desenvolvido pelo CCBJ, quando é não só reforçado o uso da plataforma *Google Meet*, como também produzidos tutoriais orientados o uso adequado da mesma. Na ação “*Lives - Mostra Encontros, Live encontrando-se*” foi possível verificar, como aponta Yi-Fu Tuan (1977), a diversidade cultural presente no grande Bom Jardim e as mais diversas perspectivas de se pensar o território, por meio da arte apresentada na Live. Em uma das apresentações é possível verificar, por exemplo, no poema de Baruque Teixeira, “Quarentudo” traz a reflexão sobre a vivência cotidiana em tempos de pandemia, e como o consumo vai estar atrelado a essa dinâmica. Além desse aspecto, o videoclipe traz, fazendo a cobertura do poema, imagens do território do bom jardim, que ilustra a narrativa. Diante das reflexões apontadas acima, compreendemos que o canal do CCBJ no Youtube tem sim possibilitado a continuidade das ações e assegurado meios capazes de fomentar o desenvolvimento da arte e dos debates meios em ambiente virtual. Houve uma maior apropriação das técnicas necessárias para viabilizar as transmissões e interação com os sujeitos, mas que ainda se precisa avançar sobre as possibilidades de acesso e uso das mídias pelos sujeitos moradores do grande Bom Jardim, por exemplo.

PALAVRAS-CHAVE: Cidade; Lugar; Bom Jardim; Cultura.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência.** São Paulo: Difel, 1983.

Lipovetsky, Gilles (2007). **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo.** Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras.

PARK, Robert Ezra. 1973 [1925] “**A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano**”. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

SIMMEL, Georg. 1973 [1903]. “**A metrópole e a vida mental**”. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar Editores.