

METRÓPOLE

RAIMUNDO PACCO/AE

Viagem
ao México

Prefeito José Serra vai à Cidade do México para ver de perto a recuperação do centro.
PÁG. C4

REPRODUÇÃO

Namoro e
presentes

Casais que vivem distantes recorrem cada vez mais à internet na hora de trocar presentes.
PÁG. C4

POLIANA SOUZA PINTO/AE-2/2/2002

Em nome
do pai

Dinho sempre tentou ser como Pelé, mas aos 34 anos seu caminho se distancia do trilhado pelo pai.
PÁG. C5 e C6

A restrita ilha cultural da Grande SP

Pesquisa mapeia formas de acesso a informação e entretenimento e mostra divisão entre 'Mesopotâmia' e periferia

REPORTAGEM

EDNEY CIELICIAS

Numa noite de quarta-feira, a TV é mais irresistível para um público amplo: futebol e um capítulo movimentado da novela *América*, da Rede Globo. Ficar em casa de olho na telinha é um hábito para 93,5% dos moradores da Grande São Paulo, segundo pesquisa do Centro de Estudos da Metrópole (CEM), do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap).

Mas nessa mesma noite, no Jardim São Luís, na periferia da zona sul, há um grupo de resistência. Trata-se de uma reunião semanal aparentemente improvável, um sarau de poesia organizado por agitadores culturais de uma região mais conhecida pelos problemas sociais, em particular a violência.

O mesmo trabalho que mensurou o hábito de ver televisão traz dados que tornam mais factível a existência do grupo literário do Bar Zé Batidão e seus sarau. De 2.002 pessoas ouvidas em toda a Grande São Paulo, em meados de 2003, 9,3% declararam ter produzido algum texto literário. Esse indicador atinge seu pico nas classes A/B (11,4%), mas não é desprezível nas classes C e D/E (9,4% e 7,0%).

O poeta Sérgio Vaz, mentor da Cooperativa Cultural da Periferia (Cooperifa), que organiza o sarau, é enfático: "A TV é um sonífero. Não dá para ficar só com ela." Nas áreas pobres, porém, ela é a janela quase que exclusiva para o mundo da informação e do entretenimento.

Recém-concluído, o trabalho do CEM, coordenado por Isaura Botelho, doutora em Ação Cultural pela Universidade de São Paulo, levantou dezenas de práticas de cultura e de lazer da população acima de 15 anos. Ele dimensiona, entre outros, o uso de rádio, ouvido diariamente por mais de 50% da população das classes C e D/E. E informa que 24,9% dos habitantes das classes D/E leram ao menos um livro por prazer nos 12 meses anteriores à pesquisa.

Na região entre os Rios Tietê e Pinheiros se concentram maiores rendas e alternativas

O trabalho mostra também o peso do território como condicionante dos hábitos de cultura. Um conjunto de 20 distritos entre os Rios Tietê e Pinheiros, na área que abrange o centro expandido, forma o que os pesquisadores designaram de Mesopotâmia Cultural (*ver mapa*) - referência à civilização que floresceu entre os Rios Tigre e Eufrates. Eles têm, em média, maiores taxas de renda e escolaridade, são mais bem servidos de transportes e concentram a maior parte dos equipamentos culturais, explica o antropólogo Maurício Fiore, um dos autores da pesquisa.

A população acima de 15 anos dessa área (1 milhão de pessoas) tem três vezes mais chance de ter uma vida cultural ativa fora de casa que os habitantes das outras partes da metrópole (12 milhões). Na chamada Mesopotâmia, 54% da população chegou à universidade, ante 13,2% nas demais áreas da metrópole.



BAR ZÉ BATIDÃO - Jovem declama seu protesto durante sarau da Cooperifa, que é realizado todas as quartas-feiras no Jardim São Luís

Outra forma de enxergar os contrastes é a preferência musical. A população entre os rios tem como gêneros preferidos MPB, música romântica, clássica, rock internacional e jazz/blues nos cinco primeiros postos do ranking. No restante da Grande São Paulo, a ordem é sertaneja, música romântica, MPB, samba e religiosa.

ANOS 80

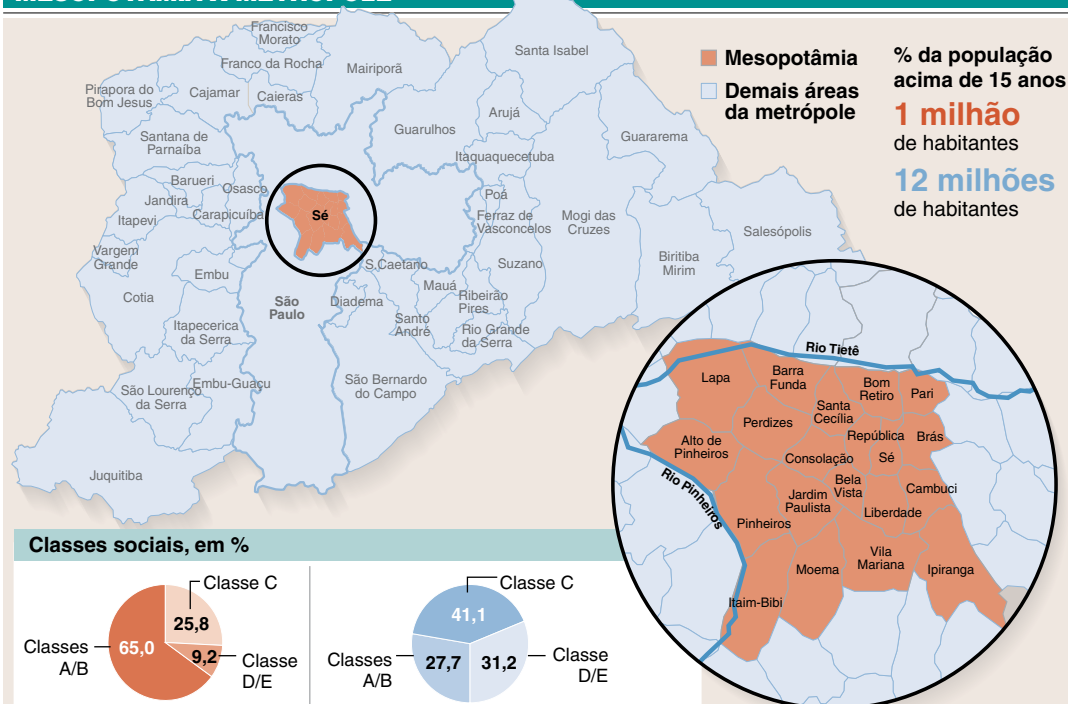
Os fundadores da Cooperifa sabem bem o que é viver fora da Mesopotâmia. Nos anos 80, o grupo, hoje na casa dos 40 anos, tinha o costume de "atravessar o rio" - no caso, o Pinheiros - para ter acesso à cultura. Mais do que a transposição física, tratava-se de romper a barreira simbólica de um mundo de outras classes e outros códigos. Buscavam a efervescência cultural no centro, Bexiga, Pinheiros, Moema. Em 2000, a maioria deles se ocupava mais com o trabalho e a família, mas se "incomodaram com a acomodação", segundo Márcio Batista, professor da rede pública. Daí surgiu a cooperativa.

O grupo tem quase todas as características daqueles com menos probabilidade de ter uma vida cultural ampla: possui, na média, renda e escolaridade baixas e mora na periferia. A atividade de cunho artístico que eles exercem, contudo, é um fator que aumenta em quase quatro vezes a probabilidade de acesso à cultura fora de casa. Há três anos, o sarau reúne homens e mulheres de todas as idades, que compartilham uma mistura de poesia e desabafo.

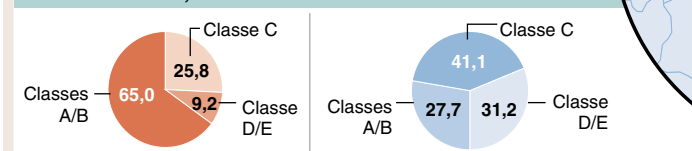
No cinturão fora da Mesopotâmia, há uma concentração de crianças e jovens sem pontos próximos de lazer e cultura. É nessa faixa etária em que se consolidam os hábitos de consumo cultural. Mas há muitos jovens no sarau da periferia, grande parte deles rappers que declamam suas letras e seu protesto.

"No começo, a molecada só colocava para fora a revolta. Hoje, estão aprimorando a forma de se expressar e estão mais soltos", diz Vaz. A Cooperifa lançou uma antologia de seus colaboradores, *Rastilho da Pólvora*, com apoio do Instituto Itaú Cultural. Uma nova forma de alcançar a outra margem do rio. ●

MESOPOTÂMIA X METRÓPOLE



Classes sociais, em %



Mesopotâmia		Demais áreas da metrópole
54,4	Chegaram ao ensino superior	13,2
20,5	Têm, no máximo, ensino fundamental	52,0
39,3	Usam diariamente o computador	16,3
59,6	Têm acesso à internet	27,3
42,6	Lêem diariamente jornal	13,8
30,4	Vão ao cinema mais de uma vez ao mês	8,4
41,5	Foi ao teatro nos 12 meses anteriores	12,5
42,0	Foi a museu nos 12 meses anteriores	11,7
45,6	Foi a exposição de arte nos 12 meses anteriores	12,5

Veja mais dados no site: www.centrodametropole.org.br
Fonte: Cepad-Fapesp/CEM-Cebap

Ranking de preferência musical

Mesopotâmia	
1º	MPB 38,7
2º	Romântica 28,3
3º	Erudita/clássica 25,4
4º	Rock internacional 24,4
5º	Jazz/blues/soul 20,9
Demais áreas da metrópole	
1º	Sertaneja 30,2
2º	Romântica 20,9
3º	MPB 20,9
4º	Samba 19,3
5º	Religiosa 17,0

A onipresente TV, acesso à cultura para a maioria

Juliana Bianchi

Presente em cerca de 96% dos domicílios da Grande São Paulo, a TV colorida não se restringe a uma classe social - entre as classes D e E, esse número atinge 87%. Não é de se estranhar que seja apontada como meio de acesso à cultura por 93,5% dos entrevistados. A surpresa vem na frequência com que a população assiste TV - 69,1% da amostra declarou ver televisão todos os dias e 15,2% dedicam mais de seis horas a esse hábito. Os grandes consumidores de programação estão distribuídos de forma homogênea por to-

da a amostra, ainda que os índices sejam maiores na classe C, nos níveis mais baixos de escolaridade, entre mulheres, jovens e pessoas com mais de 60 anos.

É o caso de Cirilo Arnaldo Assumpção, de 76 anos, que passa em média sete horas por dia na frente da TV. "Ligo logo que acordo, às 7 horas, e só desligo quando dou um pulinho na esquina." A estudante Vanessa Aparecida B. da Silva, de 23 anos, é outra que dedica grande parte do dia à telinha. "Assisto de programas de entrevista e focos a novelas e jornais."

Desempregada, ela chegou a ganhar de aniversário uma assi-

VIDAL CAVALCANTE/AE



CINEMA - Só nas horas vagas

natura de TV a cabo. O presente abriu portas culturais, porque a operadora sorteia ingressos no decorrer do dia. "Depois disso, passei a ir muito mais ao cinema." ●

4 em cada 10 não vão a show, museu, teatro ou cinema

Dois aspectos de uma mesma questão. A professora aposentada Thelma Cecília Pistelli de Mattos, de 54 anos, não frequenta teatros, cinemas ou exposições. Moradora da Pompeia, bairro da Mesopotâmia Cultural, ela se sente insegura ao sair de casa. É uma consumidora de TV, rádio, jornais, revistas e filmes. "Vejo o David Letterman e a Oprah na TV a cabo e não desgrudo do rádio AM." Thelma assina jornais e revistas para completar o kit antialienação. O marido se ocupa da internet.

José Aparecido Bressane, ex-prefeito de Francisco Morato, cidade-dormitório no extremo norte da metrópole e com opções culturais mínimas, conhece de perto a realidade de um outro tipo de habitante. "Pessoas de baixa renda, que trabalham de segunda a sábado e precisam descansar. Até de graça é difícil convencê-las a sair", diz Bressane.

Uma série de razões determina um aspecto marcante da pesquisa do Centro de Estudos da Metrópole (CEM): quatro em cada dez moradores da Grande São Paulo não tiveram atividade cultural fora de casa, ou seja, não frequentaram show, biblioteca ou museu, por exemplo, nos 12 meses anteriores às entrevistas da pesquisa, feitas em meados de 2003. O grupo compõe-se em grande medida por pessoas de baixa escolaridade (75,6%).

Segundo a pesquisadora Isaura Botelho, isso está relacionado a algo mais amplo. Os avanços tecnológicos em som e imagem, a ampliação da variedade de oferta televisiva e de produtos em DVD, aliados ao barateamento dos equipamentos eletrônicos, alteraram o comportamento dos indivíduos. A internet contribuiu para novas formas de interação com o mundo. O crescimento urbano anárquico de São Paulo se relaciona com o desenvolvimento das culturas eletrônicas. A irracionalidade da urbanização é, de certa forma, compensada pela alta eficácia das redes tecnológicas.

LAZER

É importante notar que as pessoas que não tiveram acesso externo à cultura podem ser adeptas de atividades de lazer fora de casa. A mais expressiva delas é ir ao shopping - citada por 70,7% dos entrevistados. Os centros de compra têm forte apelo em todas as classes, mas em especial nas A/B (86,4%) e menos nas D/E (52,3%). É grande o número dos que disseram ter ido à praia no ano anterior à pesquisa (56,7%), com forte predomínio nas classes A/B (77,4%). A adesão a festas populares (juninas, rodeio) vem em seguida: 46,2%.

Uma extensa lista de práticas mostra que 30,3% dos entrevistados jogaram futebol e 15,7% foram ao estádio para ver uma partida. Já 45,5% se dedicaram às palavras cruzadas; 51,9% executaram algum concerto em casa e 46,5% experimentaram novas receitas culinárias. ● E.C. De J.B.

➔ MAIS INFORMAÇÕES:

Página C3

Dos livros de enfeite aos mimos culturais

Faxineira e publicitária ilustram dois pólos do acesso ao lazer em São Paulo

SEBASTIÃO MOREIRA/AE



DE OLHO NA TV - Faz 15 anos que a faxineira Rosa não vai ao cinema

COMPORTAMENTO

Juliana Bianchi

Rosa e Ana Paula vivem na mesma cidade, mas em universos bem diferentes. A faxineira Rosa Pereira Lopes, de 44 anos, há mais de 15 não vai ao cinema. Sua vida social e cultural se resume a esporádicos passeios no Parque da Água Branca e no shopping da Lapa e a visitas a parentes. Moradora de Pirituba, zona oeste, Rosa cria sozinha três filhos com o dinheiro que consegue fazendo duplas jornadas de faxina e passando roupas para fora. Ela nunca foi ao teatro ou a museus, e, apesar de ter vários livros na estante da sala, jamais se interessou em lê-los. "Ganhei de uma patroa. Acho bonito para enfeitar."

Há dois anos, Rosa voltou a estudar e, em dezembro, deve completar o 4º ano do ensino fundamental. Ela não tem o hábito de ler jornais. "Os meninos só compram aos domingos por

causa do caderno de esportes", conta Rosa. Ela aproveita o tempo livre no trabalho para folhear revistas de celebridades. O passatempo preferido está mesmo na TV. "Se sobrar dinheiro no mês, o que quase nunca acontece, vou usar para alguma necessidade, não lazer."

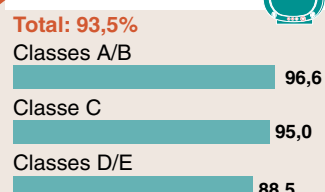
Com duas faculdades completas, solteira e sem filhos, a publicitária Ana Paula Dantas, de 34 anos, dedica 6% de seu orçamento mensal à cultura. "Todas as semanas me dou de presente pelo menos um programa cultural." O mimo da semana passada era um ingresso para a peça *A Casa dos Budas Ditosos*. "Faz dois meses que não vou ao teatro. É um absurdo."

Também não faltam idas ao cinema "pelo menos três vezes por mês" e a exposições. "Acabei de ver a mostra da Rússia, na Faap, e a dos *Corpos Pintados*, na Oca." Na agenda, ainda há shows. "Fui a um do Simoninha semana passada." No dia-a-dia, a TV fica meio de lado. ●

O CONSUMO CULTURAL

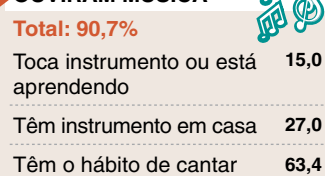
Dados referentes às práticas nos 12 meses anteriores à pesquisa, na região metropolitana (em %)

▶ ASSISTIRAM TELEVISÃO



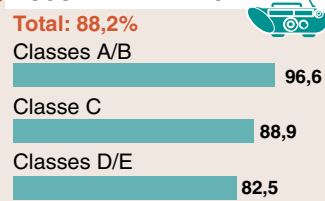
69,1% disseram que assistem TV diariamente

▶ OUVIRAM MÚSICA



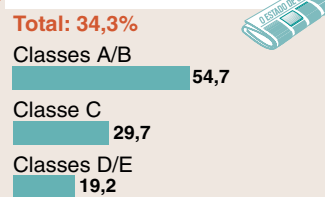
Têm hábito de cantar 71% das mulheres e 55% dos homens

▶ ESCUTARAM RÁDIO



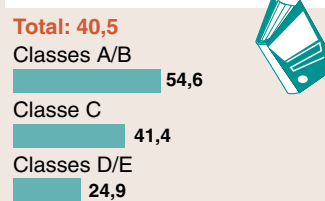
58,4% escutam programas de RÁDIO diariamente

▶ HÁBITO DE LER JORNALS



Têm hábito de ler 40,1% revistas

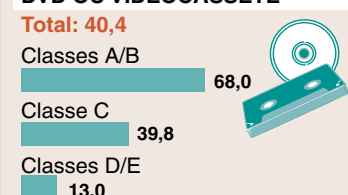
▶ LERAM PELO MENOS UM LIVRO POR PRAZER



Leram pelo menos um LIVRO por gosto em 12 meses 44,7% das mulheres e 36,0% dos homens

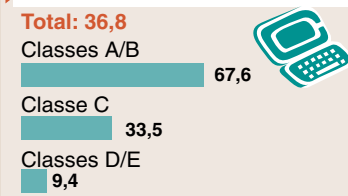
Mais dados no site www.centrodametropole.org.br
Fonte: Cepid-Fapesp/CEM-Cebrap, margem de erro: 2,2 pontos percentuais

▶ ASSISTIRAM A FILMES NO DVD OU VIDEOCASSETE



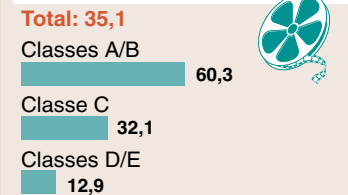
31,5% assistiram a filme em DVD ou VIDEOCASSETE pelo menos uma vez ao mês

▶ USARAM COMPUTADOR



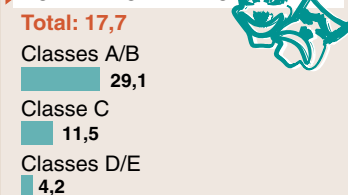
Tiveram acesso à internet 29,8% do total e 61,7% das da população classes A/B

▶ FORAM AO CINEMA



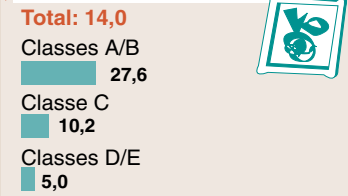
17,1% nunca foram ao CINEMA

▶ FORAM AO TEATRO



46,8% dos que chegaram ao ensino superior foram ao TEATRO nos 12 meses anteriores

▶ FORAM AOS MUSEUS



14,9% disseram ter ido a exposições de arte nos 12 meses anteriores

Democratizar a arte ainda é desafio

Frequência a teatro, cinema, museus e exposições mostra um perfil elitizado

Edney Cielici Dias

A pesquisa do Centro de Estudos da Metrópole (CEM), na avaliação de personalidades ligadas à oferta de artes e espetáculos, põe em evidência desafios de inclusão cultural da população da Grande São Paulo.

O cineasta João Batista de Andrade, secretário estadual da Cultura, ressalta que dados sobre a frequência ao cinema (35,1%) são altos se comparados às estimativas nacionais, que apontam um público não superior a 10%. Mas esse aparente bom resultado mascara, segundo ele, um aspecto fundamental. São os mais ricos que vão em grande número ao cinema (60,3% das classes A/B), com participação bem menor das classes C e D/E (32,1% e 12,9%).

O crescimento do número de salas, diz Andrade, está relacionado à expansão dos shoppings. Cria-se uma cadeia de consumo ligada ao ir ao cinema, e os ingressos passam a custar mais. Os pequenos circuitos quebraram, até porque não recebiam cópias das distribuidoras. "Isso afunila o mercado para o cinema brasileiro que tinha vocação popular. Não há como chegar a esse público." As grandes redes determinam o mercado de cinema. "Não é mercado, é mercado." O secretário, que assumiu o cargo em maio, está trabalhando em projetos para recuperar circuitos de cinema da periferia e no interior do Estado.

O escultor Emanuel Araújo, ex-secretário da Cultura na gestão José Serra, não se surpreendeu com o fato de apenas 14% da população metropolitana ter ido a museus em um ano. "Inferivelmente, é isso mesmo."

Emanuel foi o responsável pelo processo de reformulação da Pinacoteca (1992-2002). No início dos anos 90, o museu tinha visitação irrisória. Dez anos depois, chegou ao pico de 1 milhão de visitantes. O sucesso da exposição de Rodin, em 1995, foi um marco desse processo. Hoje ele dirige uma instituição com marcada preocupação didática, o Museu Afro-Brasil. Um convênio com a Petrobrás permite que não seja cobrado ingresso, algo que Emanuel julga fundamental para atrair o público.

Comentando a frequência de 17,7% da população ao teatro, predominantemente de pessoas das classes A/B e de alta escolaridade, o diretor José Cel-

Para Zé Celso, quadro de exclusão é reflexo de uma 'Daslu cultural'

so Martinez, do Teatro Oficina, usou uma imagem atual: "É reflexo da Daslu cultural. É o que se conhece, mas não deixa de ser assustador." No caso de Zé Celso, é uma questão princípios: a cultura tem de interessar a todos. "O meu fino biscoito vai chegar às massas", diz, citando Oswald de Andrade. Ele lembra que, nos grandes períodos do teatro, como o gregos e o elisabetano, a platéia era ampla.

Para mudar o quadro elitizado atual, Zé Celso sugere que empresas comprem espetáculos, para baratear os ingressos. E que seja seguido o exemplo do Oficina, de espetáculos que tentam criar um processo de interação com a comunidade. ●

De vez em quando,

O CUPIDO

troca o arco e flecha pelo

GARFO E FACAS.



Porque a vida é agora.

Dia dos Namorados é no Rubaiyat, o templo da carne.
Pague com Visa e ganhe um presente exclusivo.

Alameda Santos, 86, tel. 3141 1188 - Av. Brigadeiro Faria Lima, 2954, tel. 3078 9488

