



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: MÍDIA E COTIDIANO**

WALDELIO PINHEIRO DO NASCIMENTO JÚNIOR

**COTIDIANO, CULTURA POPULAR E IDENTIDADE
NA TV COMUNITÁRIA CANAL CAPIBARIBE-PE**

João Pessoa - PB

2014

WALDELIO PINHEIRO DO NASCIMENTO JÚNIOR

**COTIDIANO, CULTURA POPULAR E IDENTIDADE
NA TV COMUNITÁRIA CANAL CAPIBARIBE-PE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cotidiano

Orientador: Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães

Dr. Henrique Paiva de Magalhães
Presidente da Banca Examinadora
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas – PPGC
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Dr. Wellington José de Oliveira Pereira
Professor convidado interno ao Programa
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas – PPGC
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Dr. Luís Custódio da Silva
Professor convidado externo ao Programa
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – PPJ
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

João Pessoa - PB

2014

P654c Pinheiro, Júnior.
Cotidiano, cultura popular e identidade na TV Comunitária
Capibaribe-PE / Waldelio Pinheiro do Nascimento Júnior.—
João Pessoa, 2014.
128f. : il.
Orientador: Henrique Paiva de Magalhães
Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHLA
1. Comunicação. 2. Televisão comunitária. 3. Identidade.
4. Folkcomunicação. 5. Cotidiano. 6. Participação.

UFPB/BC

CDU: 007(043)

AGRADECIMENTOS

Sempre acreditei que, assim como diz a letra da canção Prelúdio, sonho que se sonha só, é só um sonho, mas sonho que se sonha junto é realidade. Transformar um devaneio em realidade, construir algo a partir de um sonho, depende, em grande parte, da quantidade de mãos que você consegue cooptar, da quantidade de corações que são capazes de acreditar em um projeto que, nem sempre, é seu.

No caminho percorrido até aqui, muitos foram os que aderiram, acreditaram, sonharam juntos. Muitas foram as palavras de incentivo e, até mesmo, as de ultimato, tão importantes quanto as primeiras para um processo de crescimento.

Desde que me interessei em estudar e compreender os processos comunicacionais e entender, cientificamente, meu cotidiano profissional, percorri um longo percurso, no qual destaco a importância de pessoas especiais nesta caminhada, às quais quero agradecer. Como me encontro em fase de esgotamento mental, peço a complacência e compreensão daqueles que se sentirem injustiçados – e com razão – pelo meu esquecimento.

Agradeço, em primeiro lugar, à Santíssima Trindade, pelo amor, pela graça e pelo companheirismo. Sem a provisão e a misericórdia do Trino Deus, nada do que foi feito se fez, pois dEle procede toda boa dádiva. Importa, contudo, que eu diminua e que Ele cresça, porque dEle, por Ele e para Ele são todas as coisas.

Toda gratidão especial à minha família, incentivadores incondicionais. À minha mãe, pela paciência e dedicação a meus estudos, ao meu pai, pelos primeiros jornais e gibis, e, posteriormente, pelos livros e revistas, comprados à duras penas para satisfazer a sanha incontida daquele pequeno leitor. Às minhas irmãs, Elanne e Gislanne, por serem minhas irmãs – e tudo o que isso possa significar. À minha esposa Júnia, pelo companheirismo, dedicação e cuidado, principalmente nos momentos mais difíceis. Por fim, aos meus filhos, Ian, Catarina e Isabela, razões de minha vida, alegrias de meus dias, por quem tudo vale a pena. Ao tempo em que peço perdão pelos momentos ausentes, em nome dos estudos, agradeço por seus amores e por também acreditarem.

Ao meu orientador, Henrique Magalhães, por acreditar e ser paciente, mas também pelo carinho e respeito dispensados, desde antes da minha incursão ao PPGC.

Aqueles que têm sido companheiros e colegas de comunidade acadêmica, de trabalho ou de estudos, pela amizade, incentivo, paciência e até mesmo por discordar, quando se fazia necessário. A Thiago Marques e Gabriela Figueiredo, Patrício Rocha e Laena Antunes,

Danielle Huebra, Cely Farias, Fabiano Diniz, Valeska Picado, Niutildes Batista, Arthur Lins, Paulo Lages, José Nilton e Tânia Braga. A Andréa Karinne e Fábio André, Siméia Rêgo, Graciele Barroso, Lívia Barroso, Marcelo Lima, Bruno Ribeiro, Niaranjan Pinheiro, José Cícero e Luciano Batista.

Aos amigos professores Wellington Pereira, Luís Custódio, Wilfredo Maldonado, Marcos Nicolau, Marcel Vieira, Olga Tavares, Sandra Moura, Osvaldo Trigueiro, Suely Maux, João Martinho, Bertrand Lira, Cláudio Paiva, João de Lima e Norma Meireles.

Aos amigos e companheiros que, mesmo à distância, me cobriram de boas vibrações, energias positivas, palavras de incentivo e orações. A José Marques de Melo, Cristina Schmidt, Cristina Gobbi, Betânia Maciel e Guilherme Fernandes – nas pessoas de quem agradeço, extensivamente, à família Rede Folkcom. A Cicília Peruzzo, Roger de Renor, Dirceu Góes, Carlos Ripe, Gileno Paiva (*in memorian*), Pola Ribeiro. Aos amigos-irmãos, pelas palavras de incentivo, que em tantos momentos se fizeram minha força: Aline Pio, Nelício Júnior, Gidalfo Lopes e Fabiano Almeida.

Agradeço, de forma especial, a Willamy Tenório, em nome de quem saúdo e agradeço a todos aqueles que fazem parte da grande comunidade que é o Canal Capibaribe.

“Como um pássaro o tempo voa, a procura do exato momento onde o que você pode fazer fosse agora. Com as roupas sujas de lama, porque o barro *arrudeia* o mundo e a TV não tem olhos pra ver. Eu sou como aquele boneco que apareceu no dia na fogueira e controla seu próprio satélite, andando por cima da terra, conquistando o seu próprio espaço;
é onde você pode estar agora”

(Um Satélite na Cabeça. Chico Science e Nação Zumbi. Sony Music / Chaos, 1998)

RESUMO

Os impactos da modernidade modificaram as relações sociais e interferiram na formação e conservação das comunidades tradicionais; em especial pelas modificações advindas pelos processos comerciais e culturais da globalização. Tais processos encontraram na cultura, educação e mídia hegemônicas, suportes para difusão e manutenção de ideologias que, em sua maioria, não possuem espaços afirmativos para a diversidade, para as minorias e suas lutas sociais. Na contramão desse cenário, as próprias comunidades étnicas e tradicionais têm produzido, por meio de elementos e tradições da cultura popular, formas de resistência às influências globais e mensagens midiáticas. Entre essas formas, estão os meios de comunicação comunitários, espaços afirmativos voltados à autonomia, protagonismo e alteridade. Um exemplo foi a criação, em 2001, da primeira emissora comunitária, via cabo, do Nordeste brasileiro – o Canal Capibaribe, em Recife-PE, que tem como finalidade a abertura de espaço na mídia às comunidades em situação de risco, minorias étnicas e sociais. Figuras, na pauta do canal, grupos de cultura alternativa, popular e folclórica, além de manifestações de matrizes africanas. O Canal também realiza oficinas de formação crítica e cidadã, além de capacitação em produção audiovisual com indivíduos das comunidades – de onde surgem matérias e documentários que retratam as dificuldades e os aspectos positivos do seu cotidiano. Os participantes destas ações, além de terem sua cultura valorizada, se identificam com as lutas sociais e espaços, o que contribui para o aumento da autoestima e a reafirmação das identidades. Este estudo analisa o papel da comunicação comunitária na produção e no revigoramento dos laços de comunhão e solidariedade, vitais para o desenvolvimento dos ideais comunitários. A pesquisa qualitativa realizada, cuja base é um estudo de observação, utiliza método exploratório, com abordagem dialética amparada pelos Estudos Culturais e pela Folkcomunicação. A observação aqui proposta averigua as relações entre o Canal Capibaribe e a comunidade, verificando como a emissora comunitária se faz espaço de registro e veiculação da cultura popular, enquanto a segunda se apropria dos meios e da técnica de produção para constituir novos espaços de expressão e veiculação do cotidiano, reafirmando e fortalecendo as identidades culturais.

Palavras-chave: Comunicação; Televisão Comunitária; Identidade; Folkcomunicação; Cotidiano; Participação.

ABSTRACT

The impact of modernity changed social relations and interfered in the formation and preservation of traditional communities; especially by changes arising from commercial and cultural processes of globalization. Such processes found in culture, education and hegemonic media, media for dissemination and maintenance of ideologies which, for the most part do not have affirmative spaces for diversity, for minorities and their social struggles. Against this backdrop, the very ethnic and traditional communities have produced, through elements of popular culture and traditions, forms of resistance to global influences and media messages. Among these forms are the community media, affirmative spaces dedicated to independence, role and otherness. One example was the creation in 2001 of the first community cable television station in the northeastern of Brazil – the Capibaribe Channel, in Recife, which aims to open space in the media to communities at risk, ethnic minorities and social. Include in the agenda of the channel, alternative culture groups, popular and folk, as well as manifestations of African origin. The Channel also conducts workshops of critical training and civic education, and training in audiovisual production with individuals of communities - from which emerge materials and documentaries that portray the difficulties and the positive aspects of their daily lives. The participants of these actions, and have valued their culture, identify with social struggles and spaces, which contributes to increased self-esteem and the reaffirmation of identities. This study analyzes the role of community media in the production and reinvigoration of communion and solidarity ties, vital to the development of community ideals. The qualitative survey, whose base is an observational study, using exploratory method, with dialectical approach supported by Cultural Studies and the Folkcommunication Studies. The observation proposed here scrutinizes the relationship between Capibaribe Channel and the community, seeing how the community television station is done recording and broadcasting of popular culture space, while the second appropriates media and production technique to be new expression of spaces and serving everyday, reaffirming and strengthening cultural identities.

Keywords: Communication; Community Television; Identity; Folkcommunication; Everyday; Participation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras 1 e 2: Logomarca do Canal Capibaribe.

Figuras 3 e 4: Oficina de audiovisual e gravação de documentário, respectivamente

Figuras 5 e 6: Gravação de documentário em comunidade rural.

Figuras 7 e 8: Reportagem sobre a situação precária do transporte urbano coletivo.

A repórter é uma moradora da comunidade.

Figuras 9, 10 e 11: Gravação de eventos.

Figura 12: Material de divulgação de oficina veiculado

Figuras 13 e 14: Oficinas de produção audiovisual.

LISTA DE SIGLAS

- ABCCom** – Associação Brasileira de Canais Comunitários
- ABRAÇO** – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária
- AMARC** – Associação Mundial de Rádios Comunitárias
- CCC** – Cursos de Comunicação Comunitária
- CECIP** – Centro de Criação de Imagem Popular
- CESE** – Coordenadoria Ecumênica de Serviço da Diocese Anglicana do Recife
- CEUB / UniCEUB** – Centro Universitário de Brasília
- CIESPAL** – Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
- CUT** – Central Única dos Trabalhadores
- DENTEL** – Departamento Nacional de Telecomunicações
- DV** – Digital Video
- FNDC** – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
- FUNDARPE** – Fundação Cultural do Estado de Pernambuco
- INTERCOM** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
- MinC** – Ministério da Cultura
- PC** – Ponto de Cultura
- SBTVD** – Sistema Brasileiro de Televisão Digital
- TAL** – Televisión América Latina
- UCBC** – União Cristã Brasileira de Comunicação Social
- UnB** – Universidade de Brasília
- VHF** – Very High Frequency
- VHS** – Video Home System

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
OBJETIVOS DA PESQUISA	13
Objetivo Geral	13
Objetivos Específicos	13
JUSTIFICATIVA	14
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	15
1. COMUNIDADE E IDENTIDADE.....	20
1.1 Compreensões acerca da comunidade e sociedade	20
1.2 Comunidades em crise.....	27
1.3 Comunitarismo e novas possibilidades.....	31
1.4 A construção das identidades	35
2. COTIDIANO E PARTICIPAÇÃO	42
2.1 Cotidiano e mobilização social	42
2.2 Minorias.....	45
2.3 A participação social e outros conceitos.....	47
3. CULTURA POPULAR E COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA.....	56
3.1 A televisão e a ausência de espaços afirmativos para a cultura popular.....	56
3.2 Cultura popular enquanto forma de resistência.....	61
3.3 Comunicação como cultura popular	65
3.4 Mídia radical e contra-hegemonia.....	67
3.5 Uma perspectiva brasileira.....	70
3.6 Folkcomunicação: um entendimento.....	75
3.6.1 Ampliando o campo da Folkcomunicação.....	77
3.7 Outras perspectivas teóricas em comunicação comunitária.....	79
3.8 Uma história da comunicação comunitária.....	85
3.9 Televisão comunitária: das ruas ao cabo	88
4. CANAL CAPIBARIBE: O CANAL COMUNITÁRIO DE RECIFE	96
4.1 Contextualização histórica.....	96

4.2 A questão do financiamento.....	97
4.3 As experiências das oficinas	99
4.4 Diversidade como padrão de programação	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	119
ANEXO I: Fotografias e outras imagens.....	124

INTRODUÇÃO

A televisão, enquanto meio de comunicação massivo e de cunho comercial, pauta sua lógica no aumento da audiência, o qual está diretamente vinculado ao crescimento do lucro. Para alcançar tal intento, por vezes posiciona-se como espelho da sociedade, buscando criar uma ideia de proximidade com o telespectador. Entretanto, como a tevê precisa atingir um público de grandes proporções e falar para realidades distintas, em muitos casos ela homogeneiza a informação, tornando-a plana e adaptada à ideia de uma identidade nacional.

Para formular esse padrão estético, são utilizados elementos do próprio cotidiano e da cultura popular das comunidades, ressignificando-os e os transformando em produto televisual. Todavia, grande parte destes conteúdos deixam de considerar distinções culturais, principalmente relacionadas às minorias étnicas, econômicas, políticas e sociais.

Como alternativa a esta realidade, desponta a comunicação pública, em seus diversos níveis e modelos, cujo maior esforço é o de produzir e veicular materiais de interesse público e contribuir para a formação cidadã e a valorização da diversidade cultural.

Entre as experiências bem sucedidas de comunicação pública, as emissoras comunitárias figuram como espaços voltados a dar voz às comunidades ausentes na grande mídia, valorizando e difundindo sua cultura. O diferencial está na base do processo de produção da informação, que inverte o modelo vertical – massificante – para o formato horizontal. Neste molde, sujeitos locais – líderes, artistas e grupos ligados a diversos segmentos sociais – interferem na produção e tornam-se protagonistas, utilizando-se dos meios para transmitir sua própria mensagem.

Cunhado por Luiz Beltrão, em 1967, o termo Folkcomunicação diz respeito às práticas alternativas de comunicação desenvolvidas por públicos marginalizados, urbanos ou rurais, utilizando, para tanto, os meios que estejam disponíveis. Por meio destas, estes públicos expressam suas informações, ideias, opiniões e atitudes, valendo-se de agentes e meios que estejam, de alguma maneira, ligados ao folclore e à cultura popular.

É preciso ressaltar, contudo, que o folclore nem sempre se refere apenas às atividades tradicionais originadas nas camadas populares. Em muitos casos, o povo se apropria de instrumentos e produtos advindos de outras procedências, bem como de aparatos tecnológicos, e os incorpora às suas práticas.

As tecnologias de produção audiovisual, difundidas a partir do final dos anos 1970, e que se popularizaram no Brasil uma década depois, foram apropriadas por algumas

comunidades como canais de expressão, dando origem ao movimento conhecido como TV de Rua. Este movimento, aliado às Rádios Livres e às lutas pela democratização da comunicação, auxiliaram no processo da legalização dos canais de televisão comunitário, veiculados via cabo, em todo o Brasil.

Ligado a grupos e associações socioculturais, o Canal Capibaribe de Recife, primeira emissora comunitária via cabo do Nordeste, criada em 2001, veicula e produz conteúdos folkcomunicaçãois, pois veicula produções desenvolvidas pelas próprias comunidades ou eventos e práticas da cultura popular, não de forma predatória, mas incentivando e respeitando as diferenças e sua convivência pacífica.

OBJETIVOS DA PESQUISA

Objetivo Geral

- Analisar as relações entre o Canal Capibaribe e a comunidade, verificando como o primeiro apresenta-se como um espaço de registro e veiculação da cultura popular, e de que forma a segunda se apropria dos meios e da técnica de produção para constituir novos espaços de expressão e veiculação de seus desafios e seu cotidiano, reafirmando e fortalecendo as identidades e os laços comunitários.

Objetivos Específicos

- Verificar como se dá a relação do canal com a comunidade e com seus grupos culturais e folclóricos, analisando como o processo de produção transforma as atividades destes em conteúdo televisual;
- Averiguar como a comunidade interage com o canal e de que forma esta relação com a televisão altera seu cotidiano;
- Investigar como a comunidade tem seu cotidiano modificado pelas oficinas de audiovisual realizadas pela TV e como – ao ter acesso à tecnologia e ao ressignificar as técnicas audiovisuais – interferem na formação do imaginário e das identidades locais.

JUSTIFICATIVA

A cultura cotidiana, enquanto parte da vida da comunidade, bem como suas táticas de sobrevivência e suas experiências vinculadas à arte de fazer são, muitas vezes, vistas como temas pouco relevantes por muitos segmentos das Ciências Sociais; quando não, seus conceitos são empregados de forma equivocada (CERTEAU, 1994). Em se tratando da arte de fazer (atividade de reinvenção contínua do cotidiano), o problema parece recrudescer, pois não sendo algo pronto e acabado, e tendo sua existência, em muitos casos, dependente de relatos orais, esta arte se mostra como um objeto de pesquisa de difícil acesso. Neste sentido, a visão do investigador tenta estabelecer critérios que considerem a importância das relações cotidianas, sua autonomia e táticas produtoras de sentido.

No campo da formação de sentidos, tendo como viés a relação identitária, nota-se que a sociedade se encontra num processo de aproximação e uniformização, corroborado pela cibercultura, globalização e novas tecnologias. Neste contexto, desaparecem certos estamentos sociais e surge uma classe única de consumidores, público-alvo dos meios de comunicação de massa e sua estética generalizada. (HALL, 2005).

Por outro lado, percebe-se que, enquanto há, na América Latina, uma expansão simbólica das relações rotineiramente estabelecidas entre estas minorias e os meios de comunicação (MORAES, 2011), a academia não tem se debruçado suficientemente à análise dos possíveis efeitos que isto traga. Este aspecto, aliado à falta de vontade política e econômica, retarda o processo no Brasil, por exemplo. Tal circunstância auxilia na justificação desta proposta – primeiro pelo recorte que sugere, estudando as estratégias de apropriação de conteúdo realizadas pelas televisões comunitárias junto às comunidades e suas atividades culturais; depois, analisando como este conteúdo ressignificado interfere no cotidiano destes grupos sociais.

A fim de fornecer respostas ao problema proposto, escolheu-se uma emissora comunitária como objeto de estudo; seleção por proximidade e relevância regional. O Canal Capibaribe segue a vocação da cidade para comunicação alternativa, pois Recife está entre as primeiras cidades do Brasil a realizar experiências com as chamadas *TVs de Rua*, nos anos 1980 (PERUZZO, 2007).

Embora a proposta aborde questões ligadas ao conteúdo televisual, o estudo busca fugir da perspectiva simplesmente técnica ou tecnológica, focando seu recorte na relação dialógica entre as comunidades e a mensagem televisual. Por isto, o problema está sendo

proposto para a linha de estudos em Mídia e Cotidiano do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB, na qual, acredita-se, será possível encontrar o devido suporte metodológico, bem como arcabouço teórico para o bom andamento da pesquisa.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O Método, enquanto caminho a ser percorrido a fim de se alcançar um objetivo, é elemento imprescindível a toda investigação científica, tornando difícil tal empreitada sem aplicação de um conjunto de procedimentos técnicos, permeados por subjetividades e interpretações, capazes de nortear a investigação até os resultados. Assim sendo, pode-se afirmar que não há pesquisa sem método.

Em verdade, todo objetivo carece de método, que deve se adequar à complexidade do problema e aos resultados almejados. Os estudos voltados à compreensão dos métodos de pesquisa científica demonstram que, de acordo com o objeto proposto e resultados esperados, cabe ao cientista adequar sua pesquisa e metodologia – enquanto conjunto de métodos – tal qual um timoneiro ajusta velas e direção, a fim de chegar a determinado lugar ou, na busca por lugares ainda não encontrados, evitar os caminhos já percorridos.

O estudo aqui desenvolvido, por se encontrar na fronteira das Ciências Sociais e Humanas, careceu de um conjunto de procedimentos que se adequasse aos campos de pesquisa mencionados. Foi considerada, na escolha tanto do objeto, quanto do método aplicado, a proximidade do autor com os mesmos, cuja importância é destacada por Augusto Triviños (1997) quando afirma que, do ponto de vista instrumental prático, recomenda-se que o foco de uma pesquisa deve surgir da prática cotidiana e profissional do pesquisador, sendo capaz de ajudá-lo a alcançar a clareza necessária na delimitação e resolução do problema.

Isto posto, levou-se em conta o histórico de relações do pesquisador com minorias e grupos sociais em situação de risco e suas ações junto às associações e comunidades, em suas práticas de resistência e sobrevivência cultural, além da atuação e cooperação em meios de comunicação comunitários.

Assim, o trabalho proposto intenta realizar um estudo que possa ir além da simples análise da dimensão do ambiente midiático, o conteúdo das mensagens e suas dimensões. Antes, sugere o diálogo com a subjetividade humana, respeitando diversidades identitárias e nuances culturais, memória e alteridades presentes no cotidiano.

Como o universo a ser abordado na pesquisa é repleto de subjetividades, recorreu-se à pesquisa qualitativa, com método de procedimento exploratório, capaz de permitir ao investigador aumentar sua experiência em torno do problema escolhido, pois parte de uma hipótese e aprofunda os estudos nos limites de uma dada realidade, a partir de antecedentes, a fim de planejar uma pesquisa descritiva ou experimental (TRIVIÑOS, 1997).

Como ferramenta metodológica, o estudo se vale da observação. A pesquisa observacional é um modelo clássico da investigação científica e um dos mais utilizados pelas ciências sociais, sendo fundamental para os procedimentos antropológicos, por exemplo. Este método possibilita um elevado grau de precisão, pois, neste processo, o cientista vê o fenômeno como um todo sem, contudo, interferir em seu andamento, nem tampouco toma providências para que algo aconteça (GIL, 2012).

É preciso ressaltar que a observação não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar os fatos ou fenômenos que se deseja estudar, ajudando o pesquisador na identificação e obtenção de provas a respeito de seus objetivos.

O método observacional pode ser aplicado de várias maneiras. Este trabalho optou pela observação assistemática ou espontânea, a qual é frequentemente utilizada em estudos exploratórios, inclusive por não intentar exercer o controle sobre o fenômeno, acompanhando o mesmo à medida que ele acontece. Durante o processo de observação, o pesquisador recolhe e registra fatos e acontecimentos da realidade, sem se valer de meios técnicos especiais, ou de perguntas diretas (LAKATOS; MARCONI, 2011).

Quanto ao método de abordagem, baseou-se no método dialético, cujo pressuposto básico é o diálogo entre ideias antagônicas, capaz de originar como produto um pensamento sintético. Por considerar o papel histórico, enquanto elemento vital ao desenvolvimento social, o método dialético acaba por implicar em movimento, evolução.

De acordo com Antonio Carlos Gil (2012), o conceito de dialética é bastante antigo. Platão, por exemplo, o denominou como a arte do diálogo. A concepção moderna de dialética fundamenta-se em Hegel, para quem a lógica e a história seguem uma trajetória dialética, nas quais as contradições se transcendem, mas dão origem a novas contradições que passam a requerer solução.

Pedro Demo (2011) afirma que a dialética é a metodologia mais conveniente para as ciências sociais por levar em consideração os fenômenos históricos subjetivos e por afirmar que o conhecimento é uma construção gradual, que ocorre no decorrer dos processos sociais de transformação. Aliás, tal método é muito comum em países subdesenvolvidos, exatamente

por conta de sua ligação com os processos históricos de mudança e por propor que a pesquisa científica possa ser sensível dos problemas sociais.

O mesmo autor alerta para os enganos que costumam acercar as concepções equivocadas sobre este método. Ele esclarece que não existe uma dialética, de fato única. Tal posição reducionista acaba por limitar o método, como se todos os dialéticos formassem um exercito com a mesma roupa e as mesmas armas. Aliás, se assim o fosse, seria uma postura muito pouco dialética. Na prática, é possível encontrar não só dialéticas diferentes como, às vezes, até contraditórias (DEMO, 2011).

Outro erro comum é limitar a dialética a ser marxista, ou antimarxista, inclusive pela constatação de que não existe um marxismo único, dotado de um único materialismo dialético.

Inclusive, de acordo com Lefebvre (2013), Marx nem mesmo chegou a desenvolver sistematicamente seu método, limitando-se, em princípio a aplicá-lo. Na verdade, foram outros teóricos que estruturaram seus estudos e alargaram os conceitos trabalhados pelo sociólogo alemão, caso de Pierre Bourdieu (2004), por exemplo, que avança a noção do capital enquanto bens e riquezas, demonstrando que as desigualdades sociais podem decorrer também do acesso à cultura e à educação.

A dialética proposta por Hegel é idealista, afirmando que a superação se dá pela elevação e admitindo a hegemonia das ideias sobre a matéria. Segundo Gil (2012), tal concepção foi invertida por Marx. Assim, este trabalho recorrerá a uma dialética mais histórico-estrutural que materialista. Tal escolha preconiza o equilíbrio do jogo das condições objetivas e subjetivas e suas diversas formas de relacionamento.

Muitos autores consideram a dialética limitada, por se valer de uma interpretação materialista do fenômeno. Triviños (1997) alerta para a necessidade da compreensão filosófica do conceito de matéria, para tornar mais clara a real noção de materialismo. O termo matéria diz respeito a uma categoria filosófica que designa a realidade objetiva, dada ao homem, nas suas sensações, podendo ser apreendida, registrada, copiada, fotografada e refletida pelas sensações humanas, porém existindo independente delas.

A matéria é então a realidade objetiva, refletida pelas sensações. A matéria é capaz de reflexo, o qual se dá em vários níveis. A consciência, por exemplo, é um tipo de reflexo, a propriedade mais evoluída do reflexo. Assim, a consciência, mesmo não sendo matéria, é uma propriedade da matéria. O trabalho e a linguagem – estruturas culturais utilizadas para a

análise cultural pela Antropologia – estão intimamente ligados ao desenvolvimento da consciência, enquanto reflexo da realidade objetiva, no cérebro humano.

A abordagem dialética privilegia as mudanças qualitativas a adota a prática social como critério de verdade, base para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade. Como afirma Gil (2012), os fatos sociais não podem ser compreendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas e culturais.

Assim, o método dialético mostra-se como um caminho interessante a ser trilhado por um estudo que pretenda realizar uma análise dos processos históricos, sociais, culturais e econômicos que culminaram na concentração de riquezas e, por consequência, domínio sobre os meios de comunicação, suas ferramentas de produção, e suas mensagens vinculadas ao pensamento das classes dominantes. Sem levar em consideração as estruturas históricas de classe econômicas e políticas, não há como tratar eficazmente de estratégias populares de resistência e sobrevivência cultural, democratização dos meios de comunicação, ampliação dos espaços da diversidade e da alteridade.

Dialeticamente, as estratégias populares de resistência e sobrevivência sociocultural do folclore, bem como as lutas pela desconcentração da mídia e pela democratização dos meios de comunicação têm se posicionado em campo oposto ao da grande mídia e, em parte, superado o tratamento homogeneizado ou a ausência de espaços afirmativos desta.

A escolha de tal metodologia também se pautou pela aproximação do referido método de abordagem com o de procedimento e com a ferramenta metodológica empregada neste estudo, levando em conta as três etapas da pesquisa de linha dialética proposta por Triviños (1997) e demonstrada a seguir.

A primeira etapa, como sugere Triviños (1997), consiste na contemplação viva do fenômeno, a fim de estabelecer a existência e a singularidade do objeto, apontando as características que o diferencia de outros fenômenos. Neste momento, são reunidos materiais, informações e realizadas análises dos documentos. A partir de então, delimita-se o fenômeno.

Na segunda etapa, acontece a análise do fenômeno, a penetração da dimensão abstrata do mesmo. Durante esta fase, são observados os elementos, as partes que os integram e estabelecidas as relações sócio-históricas do mesmo. Como consequência desta análise, as situações espaço-temporais do objeto são apreciadas, e os juízos, raciocínios e conceitos sobre o mesmo, elaborados.

O terceiro momento da pesquisa conta com a observação da realidade concreta do fenômeno, estabelecendo os aspectos essenciais do mesmo, seu fundamento, realidade e

possibilidades, seu conteúdo, forma, e o que nele é singular e geral. Essa parte do estudo, já de posse das informações e observações, conduz à conclusão da pesquisa (TRIVIÑOS, 1997).

Do ponto de vista teórico-metodológico, a pesquisa foi também amparada pelos Estudos Culturais, cujo ponto de decolagem teórico, de acordo com Mattelart e Neveu (2004) é fazer das culturas populares, ou dos estilos de vida das classes sociais subalternas, objetos dignos de análise, juntamente com os conceitos de marginalidade e solidariedade, além de questões de gênero, raça e alteridades.

Ao realizar análise de uma emissora comunitária, inserida num contexto de cotidiano, fez-se necessário considerar estudos que abordam os meios “e suas implicações como componentes de uma dimensão sócio-antropológica maior: a dimensão da cultura, na qual os meios encontram uma lógica de desenvolvimento que lhes é própria, mas ao mesmo tempo inseparável das injunções culturais” (SANTAELLA, 2001, p.63).

Tal perspectiva, cuja inspiração está nas classes populares, na resistência à ordem cultural industrial e na *New Left*, corrente de renascimento das análises sociais, ofereceu lastro teórico fundamental para a compreensão dos processos culturais e suas relações de poder e de estratégias de mudança social.

De forma complementar, os estudos beltrianos da Folkcomunicação (BELTRÃO, 1980), como também aqueles voltados à compreensão dos meios populares, enquanto Mídia Radical (DOWNING, 2004), foram fundamentais no percurso desta pesquisa.

Os suportes teóricos supracitados consistiram em bases para o entendimento dos elementos da cultura popular e dos meios comunitários – entre eles o vídeo popular e a tevê de rua – enquanto formas de resistência e sobrevivência cultural, capazes de expressar as ideias, as lutas, reivindicações e demais manifestações do povo e para o povo, despontando como alternativas à mídia hegemônica.

1. COMUNIDADE E IDENTIDADE

1.1 Compreensões acerca da comunidade e sociedade

Apesar de possuir o mesmo radical de comunicação, a noção de comunidade, enquanto conceito, não se origina nos estudos comunicacionais. O conceito de comunidade tem sido abordado pela tradição sociológica, que dele tem se valido ao intentar explicar os processos de socialização e as formas de organização e funcionamento da sociedade.

Antes do advento da sociologia, o senso comum forneceu à filosofia, à teologia e ao direito moderno, concepções diversas acerca de comunidade e sociedade, desenvolvidas por meio de processos de depuração lógica, de bipolarização e de abstração generalizada, que em seguida iriam se incorporar à linguagem sociológica (FERNANDES, 1973).

Assim, de acordo com Florestan Fernandes (1973), os sociólogos herdaram, da linguagem comum, as diferentes acepções que foram aplicadas na formação dos dois conceitos e seus consequentes sistemas de referência conceitual. Diante das distinções culturais das civilizações e mesmo em conexão com formas extremamente diferenciadas de estratificação social, tais sistemas foram importantes para superar as possíveis leituras equivocadas do tema.

Embora não seja o primeiro autor a se aventurar na conceituação de comunidade, Ferdinand Tönnies (1973) é, para muitos estudiosos do tema, o ponto de partida para a compreensão da mesma. Em 1887, o sociólogo alemão publicou importante estudo acerca dos tipos de relações sociais, estabelecendo sua conhecida dicotomia entre *gemeinschaft* e *gesellschaft*, comunidade em oposição a sociedade – duas maneiras de agrupamento, sendo uma motivada por uma vontade natural e a outra por interesses individuais.

A comunidade, para Tönnies (1973), é uma organização social pura, idealizada, orgânica e real, cuja motivação é afetiva. Seu conceito inclui as formas embrionárias de socialização, em estado primitivo e natural. Assim, contempla relações locais como aldeia, família e vizinhança, lugares onde estão presentes características como calor, aconchego e proteção. A fonte comum dessas relações é a vida vegetativa, que começa com o nascimento e se desenvolve nas relações familiares, nas quais seus membros se reconheçam enquanto portadores de laços históricos e sanguíneos.

Contrapondo a noção de comunidade, Tönnies (1973) estabelece o conceito de *gesellschaft*, a fim de contemplar o tipo de relação social que, segundo ele, surge com a

modernidade, período em que são rejeitados os antigos estatutos de relacionamento e quando desaparece a noção de comunidade afetiva e solidária. Surge em cena, então, a sociedade, enquanto comunidade da vida moderna, um ambiente mecânico e imaginário, com relacionamentos frios e objetivos mediados por normas estabelecidas pelas leis, pela opinião pública, ou orientados por interesses específicos, marcados pelos valores da individualidade.

Assim, pode-se compreender sociedade como uma soma de indivíduos naturais e artificiais, cujas vontades e domínios se encontram em associações numerosas, mas que permanecem, entretanto, independentes uns dos outros e sem ação interior recíproca (TÖNNIES, 1973). Este pensamento é a base do que se convencionou chamar de sociedade civil, cujas relações estão baseadas no comércio, na negociação. Levando-se em consideração os conceitos desenvolvidos pelo sociólogo alemão, em certa medida, é possível compreender a comunidade como um organismo vivo, e a sociedade como um agregado mecânico e artificial.

A sociedade é o macro, o público, o universo, algo como uma terra estrangeira. O próprio autor adverte que, na sociedade, se diversas pessoas vivem umas ao lado das outras, de igual modo a uma comunidade, mesmo assim não estão organicamente unidas, mas separadas. Por outro lado, na comunidade, estão unidas, apesar de toda separação, pois existe algo maior que as une além dos limites geográficos.

Outros autores também se lançaram ao desafio da compreensão dos conceitos de comunidade e sociedade. Para o sociólogo alemão Hans Freyer (1973), a primeira só pode ser compreendida enquanto parte da série temporal concreta das formas sociais fundamentais.

O autor conceitua comunidade enquanto um mundo vital que é, essencialmente, unidade, capaz de reunir um grupo inteiro em um grande *nós*, e em cujo seio não há dominação. “Esse mundo constitui o espaço inevitável em que todos vivem e que, ao mesmo tempo, vive em todos, o espaço que imprime sua marca em todos e ao qual todos se acham vinculados”. (FREYER, 1973, p.134)

Mesmo levando em conta as possíveis contradições às quais a comunidade estaria sujeita, diante da sociedade moderna, o sociólogo reafirma a capacidade de resistência e sobrevivência da mesma, graças a uma essência própria.

A comunidade, de acordo com Freyer (1973) seria um corpo capaz de se renovar, constantemente, na sucessão de gerações, permanecendo uno e sobrevivendo diante de toda mudança. Onde quer que o mundo social circundante produza situações parciais

características e conexões condicionais que situem frente ao exterior os homens inseridos nelas, já se encontram todas as pressuposições para a constituição da comunidade.

No século XX, o também alemão, Louis Wirth, sociólogo membro da Escola de Chicago, desenvolveu um estudo sobre as relações sociais, identificando três termos em torno dos quais, segundo ele, deveriam girar os debates teóricos da sociologia: grupos sociais; comunidade e sociedade.

Para Wirth (1973), grupo social é a mais ampla, descolorida e de sentido mais geral dos três conceitos e se refere a qualquer agregação ou associação de homens que, de certo modo, podem ser considerados da mesma classe e com unidade própria; uma espécie de coesão de indivíduos. Todo grupo social se encontra preso por laços territoriais, físicos e ecológicos, bem como sócio-psicológicos. Este conceito de grupo social se distingue dos demais, pois trata-se de uma expressão genérica, enquanto comunidade e sociedade são termos subordinados, que possuem relação correlativa e recíproca entre si.

Comunidade e sociedade não são duas espécies de vida grupal diferentes. Antes, são dois aspectos de toda vida grupal humana. Comunidade seria, de acordo com ele, uma relação orgânica, entre seres da mesma espécie ou de outra, por meio de bases simbióticas, entre estas, uma cultura comum, ou compartilhamento de experiências, atividades, objetivos e compreensão (WIRTH, 1973).

Em tempo, o termo comunidade ainda significaria vida grupal, base territorial, vida em conjunto fundada no parentesco e na interdependência econômica, ou numa mútua correspondência de interesses.

Os homens vivem em comunidade em virtude das coisas comuns que têm entre si. E a maneira pela qual passam a possuí-las em comum é a comunicação. Desse modo, uma comunidade se caracteriza basicamente por dois aspectos, o de viver juntos e o de participar-se de uma vida em comum com o outro.

Louis Wirth desenvolve seu estudo no século XX, já em contexto avançado da modernidade. Por isso, é capaz de lançar mão de uma análise histórica diante do panorama atual. Historicamente, comunidade era uma expressão que ressaltava a unidade da vida em comum de um povo, um grupo primário em que as relações territoriais, de parentesco e de interesses eram mais fronteiriças do que é atualmente a forma de vida grupal prevalecente na civilização ocidental.

Quando, paulatinamente, a vida tradicional cede espaço para a civilização tecnológica, novas bases para a integração social surgem, mediando as ações coletivas e a

interdependência. Nesta conjuntura, há uma mudança do contrato social das comunidades primárias para o Estado.

Esta alteração trouxe consequências significativas para a vida em comum, provenientes dos conflitos entre atitudes, valores, personalidades, instituições e grupos econômicos, raciais, políticos e culturais. Estes conflitos são indícios de mudança social e desorganização, podendo ser compreendidos como partes ou sintomas de uma configuração mais ampla e complexa de comunidade: a sociedade.

Apesar da crença em que a ordem social resida no retorno aos laços locais de vizinhança, Wirth (1973) afirma que a civilização tem se dirigido à direção oposta, sendo praticamente impossível um retorno à comunidade tradicional, salvo renunciando-se às vantagens tecnológicas e culturais da vida comunitária presente.

Entre as décadas de 1930 e 1940, o sociólogo escocês, Robert Morrison MacIver produziu diversas obras a partir de estudos realizados sobre os conceitos e autores clássicos da sociologia. Enquanto lecionava na Universidade de Columbia, em Nova York, MacIver, juntamente com seu colega americano Charles H. Page, dedicou parte de seus esboços à análise dos conceitos de comunidade e sociedade.

Aproximando-se do conceito de Wirth, MacIver e Page compreendem comunidade e sociedade como partes interagentes e complementares. Para eles, a sociedade é uma organização que liberta e limita as atividades dos homens, além de estabelecer padrões a serem seguidos e mantidos, sendo uma condição necessária a toda realização da vida.

A sociedade é um sistema de costumes e processos, de autoridade e auxílio mútuo, de muitos agrupamentos e divisões, de controles de comportamento humano e das liberdades. Esse sistema complexo, que está sofrendo modificações, chamamos sociedade. É a teia das relações sociais. E está sempre mudando. (MACIVER; PAGE, 1973, p.117)

Para os autores, onde quer que membros de qualquer grupo, pequeno ou grande, vivam juntos e de modo tal que partilhem de interesses, ou das condições básicas de uma vida em comum, está estabelecida uma comunidade. O que caracteriza uma comunidade é a possibilidade de viver a vida por completo e ter todas as suas relações sociais dentro dela. Não é possível viver inteiramente dentro de uma empresa comercial ou de uma igreja, mas pode-se viver totalmente dentro de uma tribo, ou de uma cidade.

MacIver e Page (1973) propõem que, numa sociedade, podem coexistir e interagir diversas comunidades. Diferentemente dos grupos tribais, cuja vida é autossuficiente, as

comunidades modernas, mesmo as muito grandes, são muito menos autônomas e independentes. Desse modo, é possível se viver numa metrópole e ainda assim ser membro de uma comunidade muito pequena, caso os interesses pessoais estejam circunscritos dentro de uma estreita área. Por outro lado, pode-se morar numa aldeia e, ainda assim, pertencer a uma comunidade tão grande quanto à civilização.

Enquanto área da vida social, assinalada por certo grau de coesão social, a comunidade possui como bases coexistentes, segundo MacIver e Page (1973), a localidade e o sentimento de comunidade.

A localidade diz respeito à área territorial à qual uma comunidade sempre ocupa. Ainda que se trate de uma comunidade nômade, ela terá uma habitação local, mesmo que sujeita a mudança. Em dado momento, seus membros ocupam juntos um lugar definido na superfície da terra. É verdade que a extensão em comunicação é, em si própria, condição de uma comunidade maior. Ainda assim, é territorial. Quanto ao sentimento comunitário, os autores afirmam que, sendo uma comunidade área de vida comum, nem toda vizinhança é uma comunidade, pois partilhar o mesmo espaço não assegura a existência de um sentimento de coparticipação.

MacIver e Page (1973) não negam as consequências da modernidade sobre as comunidades primitivas e autossuficientes. De acordo com os mesmos, a civilização moderna desencadeia forças que rompem o isolacionismo das grandes ou pequenas comunidades. Essas forças são, em parte, tecnológicas, por conta do aperfeiçoamento dos meios de comunicação e de transporte; em parte, econômicas, graças à procura de mercados e de áreas mais amplas de intercâmbio econômico, requeridas pelos novos processos de produção industrial; e em parte culturais, visto que o pensamento, a arte e a ciência de um país, quaisquer que sejam as barreiras temporárias da construção ideológica e política, são inevitavelmente levados nas asas da civilização para outros países.

Ainda nos campos ideológico e político, o Estado, dentro de suas fronteiras territoriais, busca recriar este sentimento de comunidade, por meio do desenvolvimento de uma ideia de cultura e identidade nacional, valendo-se, para tanto, da educação formal e de produções culturais disseminadas pelos meios de comunicação.

Em seus estudos, MacIver e Page (1973) costumam empregar também o termo grande comunidade para se referir ao que Tönnies (1973) denomina sociedade, em contraposição às pequenas comunidades. Para a dupla de sociólogos, todo ser civilizado necessita tanto de pequenos quanto dos grandes círculos comunitários. Enquanto a grande

comunidade traz oportunidade, estabilidade econômica e proporciona paz, segurança, proteção e uma cultura mais variada, a comunidade menor oferece proximidade e relações mais íntimas, além de proporcionar amigos e amizade, mexericos e rivalidade face a face, orgulho local e morada.

Em tempo, os autores chamam a atenção para a necessidade de se distinguir ainda outros conceitos de relações sociais, tais como grupo, classe e associação. Por grupo, eles referem-se a qualquer reunião de seres sociais que entram nitidamente em relações sociais entre si. Um grupo envolve reciprocidade entre seus membros. Quando um grupo se torna expressamente organizado em torno de um interesse peculiar, configura-se uma associação.

Há muitas formas e tipos de grupos sociais, classe e multidão. Entretanto, quando se fala de classe social, ou mesmo de comunidade, não se está falando de uma associação. Uma classe, em si mesma, não é um grupo expressamente organizado em torno de objetivos. Nem tampouco uma multidão é uma associação, embora a primeira, caso se organize para atingir interesses específicos, possa tornar-se, temporariamente, uma associação. Conquanto uma associação não seja uma comunidade, pode se configurar numa organização dentro da mesma e, em alguns casos, pode se transformar, temporariamente, em comunidade.

Também segundo MacIver e Page (1973), na sociedade contemporânea, em todas as civilizações complexas, a família, no que tange aos seus membros adultos, torna-se mais uma associação que uma comunidade apenas, pois possui partes contratantes e finalidades bem definidas. Entretanto, para as novas vidas que nascem dela, é mais que uma associação, é uma comunidade preliminar que prepara para a comunidade maior.

Por fim, numa concepção mais contemporânea, Agnes Heller (2004) propõe que, além da dicotomia entre comunidade e sociedade, existe também uma bifurcação no próprio conceito de comunitarismo. Tal consideração pressupõe que, além das comunidades naturais, o indivíduo também experimenta a condição de pertencimento às comunidades escolhidas. Esta condição, embora não seja nova – a autora cita, por exemplo, os movimentos heréticos da Idade Média, tendo laços mais fortes que os da própria igreja oficial – ganha maior intensidade após o advento da modernidade, quando há uma espécie de crise nas comunidades orgânicas. Para a socióloga húngara,

A comunidade é uma unidade estruturada, organizada, de grupos, dispondo de uma hierarquia homogênea de valores e à qual o indivíduo pertence necessariamente; essa necessidade pode decorrer do fato de se *estar lançado* nela ao nascer, caso em que a comunidade promove posteriormente a

formação da individualidade, ou de uma escolha relativamente autônoma do indivíduo já desenvolvido (HELLER, 2004, p. 70).

Do ponto de vista clássico, o homem encontra-se inserido, durante toda a sua vida, a poucas comunidades, sendo muito pequeno o seu poder de decisão sobre seu pertencimento, principalmente pelo fato de ser naturalmente lançado nestas, quase sempre por tradição. É preciso ressaltar, entretanto, que mesmo nas comunidades orgânicas, é possível ao sujeito estabelecer sua individualidade. O que ocorre, contudo, é que ao desenvolver suas capacidades e características, enquanto indivíduo, ele o faz no seio da própria comunidade.

Em contraponto a tal situação, o indivíduo contemporâneo é capaz de pertencer a numerosos grupos, por analogia de interesses e objetivos. Se no modelo tradicional quase não há hierarquia entre as comunidades, no contexto atual são as finalidades que hierarquizam os grupos.

A inserção de um indivíduo em determinado grupo se dá por escolha pessoal, exceto nas comunidades orgânicas que ainda resistem, como a família, por exemplo, a qual não pode ser objeto de uma escolha livre, ou sua condição social. À medida que as individualidades se aproximam, elas constroem grupos sociais, os quais podem vir, posteriormente, a se converter em comunidades. A respeito de tal processo, Agnes Heller (2004) alerta que embora nem todo grupo possa ser considerado como uma comunidade, qualquer grupo pode chegar a tal condição.

O sujeito contemporâneo, ao se integrar em uma comunidade, não mais está preso a ela, como nas comunidades tradicionais. Ele pode permanecer em tal grupo por um longo tempo, ou apenas casualmente, enquanto durarem seus interesses e motivações, as quais podem se dar por uma necessidade exterior, estando atrelada a vínculos sociais, condições de classe ou atividades profissionais ou de lazer, ou podem ocorrer motivadas por uma necessidade interna, em consequência de uma escolha individual. Em tais casos, é exatamente o fato de ser um indivíduo que dá ao mesmo a capacidade e a oportunidade de escolher uma comunidade.

Muitos autores e estudos têm tratado dos vários níveis de transformações que vem ocorrendo nas relações sociais e que, principalmente após a modernidade, tem afetado e modificado, de forma irreduzível, as comunidades tradicionais. Cabe, entretanto, a ressalva de que a crise apontada acabou também por garantir novos espaços para o desenvolvimento identitário e protagonista do indivíduo, além de possibilitar outras formas de organização comunitária, permeadas por laços distintos.

1.2 Comunidades em crise

Por modernidade entende-se o período histórico que se consolida a partir da Revolução Industrial, no qual a razão e as ciências ganham maior ênfase e cujas repercussões podem ser sentidas em diversos campos, como a economia, a política, a geografia e a cultura, principalmente por conta dos processos que decorrem a partir do seu desenvolvimento, como a globalização e o capitalismo.

Sabe-se que os efeitos da modernidade não se deram ao mesmo tempo, em todas as partes do mundo, nem tampouco da mesma forma. Por tal motivo, costuma-se falar em modernidade tardia e capitalismo tardio, termos que indicam realidades que, por posições geográficas, políticas ou culturais, levaram mais tempos para se adequar ao projeto moderno de sociedade.

Uma ressalva precisa ser feita quanto à contemporaneidade. Embora alguns autores levem em consideração a atual ampliação das relações industriais do início da modernidade, principalmente por conta dos avanços tecnológicos e do rompimento com certas práticas sociais, para eles, o contexto atual ainda é uma continuação do período moderno, tratando-se de uma alta modernidade, ou simplesmente uma modernidade tardia, como já mencionado.

Por outro lado, os estudos culturais apontam para uma possível ruptura ou ampliação do raio de influência moderno sobre as culturas, um limiar de uma nova era que é chamado de período pós-moderno. Considerando que os processos modernos, bem como seus efeitos, ainda não chegaram ao seu fim, este trabalho se referirá à modernidade para significar o processo histórico, ocorrido nos últimos séculos e à contemporaneidade para fazer alusão ao período atual da modernidade.

Anthony Giddens (1991) afirma que os modos de vida produzidos pela modernidade rompem, de uma maneira sem precedentes, com os tipos tradicionais de ordem social. Em diversos sentidos, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas que a maioria dos tipos de mudança característicos dos períodos precedentes.

Ocorridas em diversas frentes, as transformações ocasionadas pela modernidade, por meio do capitalismo, afetaram as relações econômicas, ampliando disparidades sociais e conduzindo aos processos da globalização, muito por conta dos vários tipos de relacionamento comercial entre os povos e regiões, a exploração de riquezas naturais empreendida pelas potências industriais e as conseqüentes guerras e migrações.

Ainda, as inovações tecnológicas, os conglomerados midiáticos e a difusão e o maior acesso às informações e conteúdos produzido pela indústria cultural culminaram em processos de apropriação e ressignificação cultural, ocasionando cruzamentos, em vários níveis e intensidades, entre o local e o global (GIDDENS, 1991).

Foi também por conta do acesso aos meios de comunicação que as lógicas tradicionais de espaço e tempo foram rompidas e ampliadas. Estas e outras modificações geraram mutações na intimidade do indivíduo, e em seu cotidiano, interferindo em suas relações pessoais e de confiança, bem como em suas identidades, como será abordado mais à frente.

Outro campo a sofrer alterações significativas por conta da modernidade foi o das relações sociais, mais especificamente no que diz respeito ao comunitarismo. Peter Berger e Thomas Luckmann (2004) acreditam numa possível crise de sentido, sofrida pelas comunidades e identidades e causada pelo pluralismo sociocultural advindo com a era moderna.

Para os autores, o sentido se constitui na consciência humana, a qual se individualizou num corpo e se tornou pessoa por meio dos processos sociais. É por meio das relações interpessoais que o ser humano se torna uma pessoa, um ser dotado de consciência, individualidade, corporalidade específica, sociabilidade e formação histórico-social da identidade pessoal.

As instituições sociais, mais especificamente as comunidades tradicionais e orgânicas, as quais Berger e Luckmann (2004) denominam de comunidades de vida, seriam, então, lugares de segurança, vitais para a manutenção do sentido estabelecido. É claro que tais tradições e valores não se mantiveram intactos no decorrer dos anos. A grande causa da crise é a ruptura rápida e a descentralização dos sistemas de valores e das reservas de sentido e a ausência de um novo centro que ocupe seu lugar.

As instituições sociais são responsáveis diretas pelas múltiplas significâncias da experiência e da ação da vida humana; espaços para o desenvolvimento do papel do indivíduo como consumidor de sentido, mas também, como produtor de sentido. Nas comunidades de vida, as ações se repetem com regularidade e seus integrantes depositam confiança uns nos outros. Tais condições são imprescindíveis para relações sociais duráveis. Tais relações são simples, em sociedades arcaicas, ou mesmo nas culturas tradicionais mais avançadas, nas quais o sentido da individualidade é introduzido, sem grandes rupturas, no sentido geral da conduta de vida, estando vinculado a um sistema de valores coerentes.

Em tais grupos, tão importante quando o controle da produção de sentido é a comunicação deste sentido. É graças à maneira como os valores são informados e interpretados e o controle sobre quem o faz e quantas pessoas o podem fazer que se torna mais fácil a manutenção das crenças e laços, nestes grupos. A modernidade questiona, em todo o tempo, a autoridade de quem se propõe a ser porta-voz de valores, além de possibilitar um maior acesso às informações, a partir de fontes diversas, principalmente por conta da mídia.

Mesmo na modernidade, naturalmente ainda existem instituições sociais que preservaram, ou incorporaram certos valores tradicionais e que comunicam o sentido das ações para suas áreas operacionais, a fim de gerar e difundir sentidos para a conduta da vida, sem, contudo alcançar grande êxito. Mesmo alguns indivíduos que escolhem pertencer a estes grupos, podem também o fazer enquanto participam de outros grupos, às vezes, antagônico.

O pluralismo moderno conduz a um forte processo de relativização dos sistemas de valores e de interpretação. Os antigos sistemas e reservas são *descanonizados* e descentralizados, causando certa desorientação de indivíduos e de grupos inteiros, uma crise advinda por conta do pluralismo de sentidos.

O fácil acesso a todo tipo de informação leva os indivíduos a se sentirem num *supermercado de valores*, os quais podem ser incorporados em qualquer tempo e com qualquer finalidade, sem terem, entretanto, as raízes que garantiam sua durabilidade. Fugidios, tornam-se ainda mais frágeis quando são amalgamados com outros de origens diversas. O pluralismo, a crise das autoridades institucionais e a conseqüente alienação e anomia caracterizam a dificuldade das pessoas de encontrar um caminho no mundo moderno (BERGER; LUCKMANN, 2004).

A dissolução das comunidades tradicionais e a crise das comunidades de vida não podem ser vistas apenas como algo negativo. O acesso à informação e à comunicação admitiu um maior avanço na produção do conhecimento, ampliou a pauta dos movimentos sociais e permitiu aos sujeitos exercerem sua individualidade para além de seu clã, escolhendo outras possibilidades culturais, profissionais e de crença, e com o poder de construir uma família sobre a base de sua opção individual, não estando preso às indicações de sua família (HELLER, 2004). Tal poder de escolha deu aos indivíduos as condições para estabelecerem suas identidades, mesmos as de caráter passageiro, as contraditórias e as superficiais.

Por outro lado, o rompimento com as noções de espaço e tempo, com a ideia de pertencimento circunscrito a uma região e uma cultura e com as instituições tradicionais trouxeram, como conseqüências, impressões de insegurança e de solidão, atrelando o conceito

de comunidade à sensação de segurança e pertencimento. Zygmunt Bauman (2003) indica que os indivíduos sentem falta de comunidade porque sentem falta de segurança, qualidade fundamental para uma vida feliz, a qual o mundo atual é cada vez mais relutante em prometer e menos capaz de oferecer.

O imaginário que envolve o termo comunidade transmite a ideia de um lugar cálido, confortável e aconchegante, capaz de oferecer abrigo e calor, ao mesmo tempo em que oferece uma espécie de muro de proteção contra os perigos existentes do lado de fora. Ainda, a ideia de comunidade sugere viver entre pessoas amigáveis e bem intencionadas, em quem se pode confiar e se apoiar, em tempos de competição, desprezo pelos mais fracos, e ausência de amparo e ajuda (BAUMAN, 2003).

Entretanto, este ideal de comunidade está vinculado mais a questões éticas que estéticas, pois precisa ser tecida com base em compromissos de longo prazo, voltados ao bem-estar coletivo, às garantias dos direitos inalienáveis e obrigações inabaláveis. Tal ética estaria vinculada ao compartilhamento fraterno, capaz de reafirmar o direito de todos diante das adversidades externas, mas também contra as desventuras internas, riscos inerentes à vida individual.

Existe, entretanto, um preço a se pagar pelo privilégio de se viver em comunidade. Tal preço se dá, ainda segundo Zygmunt Bauman (2003), na forma da diminuição da liberdade individual, da autonomia e do direito à autoafirmação e à identidade. Para o autor, ao escolher fazer parte de um grupo, você aceita suas normas e regras, abrindo mão das opções individuais. Independente da escolha feita, ganha-se alguma coisa e perde-se outra. Se não ter uma comunidade representa ausência de proteção; alcançar uma comunidade pode significar perder a liberdade. Estariam contrapostas, dessa forma, as noções de comunidade e individualidade.

Extremismos à parte, na prática, a comunidade apresenta conflitos internos, como qualquer outro grupo social – tome-se a família, por exemplo – e promove consensos de ideais que podem, em alguns casos, beirar a homogeneização, à primeira vista. Entretanto, o grande diferencial entre o conceito de comunidade para o conceito de massa – enquanto agrupamentos humanos – é exatamente a não existência de uma mensagem homogênea permeando o grupo. Há, sim, afinidades de ideias, por conta das quais houve a aproximação dos indivíduos com aquela comunidade. Na atual conjuntura, em que o comunitarismo se dá por escolhas, as ideias afins e os conjuntos de sentidos e valores vêm antes da formação da comunidade que são, por tais condições, formadas.

Ainda, diante de uma sociedade cada vez mais competitiva e individualista, permeada por laços e afetos rasos e interesseiros, a comunidade, mesmo a recriada, ainda oferece aos sujeitos a condição de exercer sua individualidade, mas sem o espírito de competição, afinal, o indivíduo encontra-se entre semelhantes, do ponto de vista de interesses, ou entre diferentes, mas capazes de respeitar as alteridades e escolhas dos demais.

Apesar do aparente pessimismo acerca da anulação das individualidades, no seio da comunidade, Bauman (2003) traz uma importante reflexão sobre as formações destes grupos e sua relação à condição social dos integrantes de tais instituições sociais.

O comunitarismo seria uma filosofia dos mais fracos, os quais não possuem outro meio de assegurar proteção, resistência e voz. Diante de uma realidade opressora, escolhem então unirem-se para serem mais fortes. Já para os poderosos e bem-sucedidos, vale o ideal do esforço pessoal e do mérito próprio para assegurar valor às suas conquistas. Para estes, o desejo de dignidade, mérito e honra exige a negação da comunidade. Por este motivo é que, cada vez mais, a noção de comunidade está vinculada às minorias e às populações periféricas dos grandes centros urbanos ou de localidade rurais.

1.3 Comunitarismo e novas possibilidades

A formação das identidades está diretamente vinculada às relações interpessoais, tanto as que se mantêm por imposição e obrigação, quanto as que são escolhidas. Estas relações são vivenciadas, em muitos casos, pela necessidade e certeza de pertencimento intrínseca ao ser humano. Tais experiências de relacionamento interpessoal, carregadas de sentidos de pertencimento podem ser chamadas de comunidade.

Uma vez que a comunidade tradicional não existe mais, aquela forma de grupo que agregava o indivíduo, absorvendo-o em seu lazer, profissão, religião, já não vigora. Em seu lugar ergue-se uma diversidade de grupos que o indivíduo frequenta, participa, descentralizando seus múltiplos interesses. Os agrupamentos são distintos e não poderia ser de outra maneira, já que a sociedade apresenta-se marcada por outras relações, principalmente as econômicas (PAIVA, 1998, p.18).

Diferentemente da visão clássica, quando o sujeito nascia já inserido num contexto comunitário e ali permanecia durante toda a sua vida, o indivíduo moderno tem a possibilidade de escolher grande parte das suas experiências comunitárias, as quais se darão

num espaço social público, não privado, situado entre o convívio familiar e a sociedade. Antes de serem vivenciadas, contudo, as comunidades são imaginadas, desejadas e sua escolha, por parte do indivíduo, se dá a fim de suprir este desejo.

Historicamente, o imaginário sociocultural do ocidente aponta a comunidade enquanto proposta de um mundo melhor e mais harmônico. Além disso, de acordo com Roger Silverstone (2011), o que diferencia a comunidade dos outros tipos de agrupamento social é a existência de um sentimento reivindicatório, o qual permeia os ideais do grupo; a possibilidade de participação ativa e organizacional por parte de seus membros e a possibilidade de partilhar bens, ideias, afinidades e lutas. Essa partilha, questão central do ideal comunitário, toma outras proporções na era da informação

em que se alega que a comunidade e, com ela, um certo senso de identidade e autenticidade podem ser encontrados, não no mundo das relações face a face – há muito consideradas destruídas pela marcha implacável da modernidade – mas nas substituições do real pelo eletrônico e pelo virtual: passar de off-line para on-line, e outras coisas mais. Novas formas de relação social, novas formas de participação, novas formas de cidadania, tudo parece possível no espaço eletrônico (SILVERSTONE, 2011, p.184).

A relação entre comunidade e comunicação é fundamental, principalmente no contexto atual, em que o comunitarismo tradicional praticamente desapareceu e se faz preciso tornar comum para ser em comum; comunicar o sentido comunitário a fim de agregar os semelhantes.

A mesma comunicação, enquanto difusão e troca de informações, que cooperou para acelerar a crise nas comunidades tradicionais, também desponta como uma espécie de catalisador de novas possibilidades para o comunitarismo. Ao romper as noções de espaço e tempo e ampliar as relações humanas para além de seu espaço geográfico, ela coopera para a expansão das condições interessantes para que os indivíduos possam encontrar novos grupos e pessoas com interesses parecidos, gerando novas comunidades.

Antes da modernidade, as comunidades possuíam uma composição simbólica e também material, expressadas e preservadas em tradições e expressões da cultura popular. A partir da modernidade, há uma ampliação do raio de ação da cultura e dos valores destes grupos, os quais passaram a ser construídos em torno de textos e símbolos públicos da vida cotidiana, nos significados mediados pela cultura eletrônica.

As fronteiras da comunidade podem ser definidas de outras maneiras, e aqui também a mídia é fundamental. Na expressão de comunidade pela mídia,

pode-se detectar uma agenda política singular, como também uma agenda social; e pode-se ver, nessas reivindicações por comunidade, um apelo direto por identificação e participação. A experiência da comunidade é menos direta, e a comunidade é refratada de modo nada óbvio (SILVERSTONE, 2011, p. 189).

A cultura popular sempre se apresentou enquanto meio de resistência e sobrevivência, muito por conta de sua capacidade de inversão. Transformações advindas das sociedades foram refreadas e comunidades foram sustentadas, pelos rituais e práticas tradicionais antagônicas ao que era apontado como dominante na cultura de seu tempo.

Mesmo na era da mídia de massa, o popular se manteve em atividade e sua função de resistência encontrou outras formas de sustentar valores e ideais, seja por meio da imprensa alternativa e da televisão popular, seja valendo-se da rádio comunitária e da internet. Tal condição aponta para o fato de que, tanto na mídia de massa mais antiga, quanto na mais nova, existem possibilidades de se exercer atividades críticas, alternativas e reivindicatórias, a partir de suas margens.

A digitalização dos meios de comunicação ampliaram os espaços para vozes alternativas, abrindo canais de voz para os interesses específicos da comunidade, atendendo assim uma luta destes grupos, frente à sociedade, por espaços afirmativos para manifestar suas ideias, opiniões e problemas. Embora já se valesse da cultura popular tradicional como meio de comunicação, a incorporação das tecnologias da informação abriu um novo tempo para estes grupos.

A proposta da comunicação comunitária passa necessariamente pela revisão do conceito de comunidade, bem como pela análise da possibilidade de inserção dessa estrutura na atualidade. Cidadania e solidariedade transformam-se em paradigmas que permitem imaginar uma ordem com objetivos diferentes da premissa econômica universalizante, esta mesma que pretende instaurar de maneira genérica a globalização. A proposta comunitária surge como nova possibilidade de sociabilização, com o propósito de fazer frente ao modelo econômico em que o número dos excluídos parece cada vez mais ampliado (PAIVA, 1998, p.20).

O trabalho de elaboração de conteúdo midiático pela comunidade não só oferece uma visão alternativa do papel da comunicação na comunidade, como também outro ponto de vista sobre o próprio sentido de comunidade, valorizando diferenças e estreitando vínculos. Em tempo, tais conteúdos comunicacionais, produzidos pela comunidade, nem sempre estão voltados apenas para a resistência à transformação. Tais produções podem fornecer recursos simbólicos também para a mudança, caso ela se faça necessária.

A crise no fenômeno do comunitarismo tradicional não é recente. Em 1965, o historiador e antropólogo Luís da Câmara Cascudo publicou ensaio no qual analisava as transformações nas relações entre vizinhos no Brasil de então. Além do desaparecimento da percepção de vizinhança, ele observou as dificuldades da comunicação primária, ocasionadas pelo enfraquecimento do sentimento de comunidade. O tornar comum, princípio ativo da comunicação e condição vital para a comunhão estaria fragilizado pelas novas formas de relações humanas da sociedade moderna. Em tal contexto, confiança, aproximações, dependências, intimidades tornaram-se atitudes raras (CASCUDO, 2014).

A comunicação, enquanto elemento integrante do cotidiano das comunidades, se apresenta enquanto força capaz de compartilhar informações, conceitos e valores, dando real sentido ao ideal de tornar comum, colaborando para um olhar diferenciado sobre a vida, a interpretação do mundo e a intervenção no real. Ao funcionar como uma espécie de religante, a comunicação comunitária reforça e prioriza o local, o regional, o estar em contato, oferecendo ao indivíduo a sensação de pertencer, cujo valor, no contexto atual, é inestimável.

Raquel Paiva (1998) ratifica o papel atual da comunicação como estratégia de recriação, reforço e manutenção do espírito comum. Com a expansão informacional, o mundo passou a não ter fronteiras, as distâncias foram reduzidas, as relações espaço-temporais foram modificadas, criando um novo espaço: o virtual. Tanto este, quando a vida real, se encontram mediados pela tecnologia e pela comunicação – tanto a midiática quanto a comunitária.

Entretanto, como a mídia comercial se torna, cada vez mais, globalizante, universalista e etnocêntrica, o tratamento dispensado por ela sobre assuntos de interesse público é superficial e genérico – com raros espaços destinados ao local e à cultura popular.

Diante de tal panorama, o papel da comunicação comunitária ganha importância ainda maior, pois são estes que abordam a temática relacionada ao particular, ao que interessa especificamente aquele grupo e de conscientização de sua realidade, abrindo espaços para o diálogo entre gerações e reforçando as relações de pertencimento entre seus membros, e consequentemente, o poder reivindicatório (PAIVA, 1998).

A valorização da diversidade sociocultural e a possibilidade de se expressar, de ter voz, não só aumenta a autoestima dos indivíduos da localidade, como coopera para o reforço das identidades. Ao se perceberem enquanto parte de um grupo, com interesses, valores, reivindicações e situações de classe semelhantes, tais indivíduos promovem uma aproximação, abrindo caminhos para o desenvolvimento de um espírito comum capaz de transformar um grupo social em comunidade.

1.4 A construção das identidades

Com a chegada da modernidade e o conseqüente colapso da comunidade tradicional, entre em cena o conceito de identidade. Invenção do mundo moderno, o termo inicialmente serviu para designar a homogeneidade étnica, histórica e sociocultural de povos distintos, habitantes de uma região, ou dos Estados-Nações que também estavam sendo criados e estabelecidos naquele período. Zygmunt Bauman (2003) conceitua identidade como estabelecer uma aparência, identificar-se enquanto diferente e, por essa diferença, tornar-se singular.

Assim como ocorreu anteriormente com a comunidade, a modernidade também impôs rupturas a estas identidades nacionais e culturais inventadas para servirem de ancora durante as transições e revoluções geográficas, políticas e econômicas que ocorreram ao fim da idade média. Na contemporaneidade, estas velhas identidades, que consolidaram o mundo social, entraram em declínio, principalmente no final do século XX, fazendo surgir uma profusão de novas identidades e, conseqüentemente, fragmentando o indivíduo moderno. Agora, as paisagens culturais apresentam um pluralismo crescente no que diz respeito a gênero, etnia, crença, classe e nacionalidade – campos que, no passado, serviram como sólidas localizações sociais.

Para uma melhor compreensão das transformações ocorridas no conceito de identidade, ao longo do tempo, Stuart Hall (2005) propõe três concepções acerca do termo. Para ele, identidade serviu, em três épocas distintas, para designar o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno, como está apontado a seguir.

O sujeito do iluminismo, segundo o autor, estava baseado numa concepção humana enquanto indivíduo unificado, centrado, dotado da capacidade de razão, consciência e ação cujo centro consistia num núcleo interior, o qual emergia assim que o sujeito nascia. Embora se desenvolvesse, permanecia essencialmente o mesmo, contínuo ou idêntico a ele, ao longo da existência do indivíduo. Este centro essencial do eu, a que o autor se refere, era a identidade de uma pessoa.

A segunda concepção é a do sujeito sociológico, que refletia a crescente complexidade do mundo moderno. Tal percepção entendia que o núcleo interior do sujeito não era autônomo e autossuficiente, mas era formado por meio da relação deste com outras pessoas que o cercavam, as quais mediavam valores, sentidos e símbolos dos diversos mundos que ele habitava.

Esta compreensão abarca a concepção clássica da sociologia sobre identidade e interação: o sujeito nasce com um núcleo, uma essência interior, mas este é modificado, ao longo das experiências vivenciadas, num diálogo contínuo com os mundos culturais exteriores e suas identidades.

Por último, há uma percepção a respeito da identidade nos indivíduos contemporâneos, os quais Hall (2005) denomina sujeito pós-moderno. Com o colapso das identidades que compunham as paisagens sociais, o processo de identificação tornou-se provisório, variável, instável e problemático. O indivíduo contemporâneo não possui uma identidade permanente. Antes, torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente, modificando a maneira que o sujeito se representa dentro dos sistemas culturais que o rodeiam. Sua definição não é biológica, pois não nasce com o sujeito, sendo determinada historicamente.

De acordo com este pensamento, o sujeito assume identidades diferentes em diversos momentos, as quais podem ser, por vezes, contraditórias. Com a identificação sendo constantemente deslocada, a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia, pois à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, desenvolvem-se outras possibilidades – uma variedade cambiante de opções, com as quais se pode identificar, mesmo que de maneira temporária.

Embora inerente à modernidade, o deslocamento das identidades culturais recrudescer principalmente na segunda metade do século XX, graças a um conjunto de ações e forças de mutação. Este complexo, para fins de compreensão, pode ser sintetizado sob o termo globalização, fenômeno universal, que atravessa fronteiras, integra e recombina comunidades e organizações em novas convenções espaço-temporais. Anthony Giddens (1991) aponta que compreender a crise de identidade e o multiculturalismo atual só é possível quando se leva em consideração a globalização e o contexto das transformações globais que têm sido definidas como características da vida contemporânea.

A globalização envolve uma transformação mundial inédita, ao menos no ritmo e no alcance em que ocorreu. As velhas estruturas socioculturais das comunidades nacionais entraram em colapso, cedendo espaço a uma crescente transnacionalização das práticas culturais, políticas e econômicas, ocasionando mudanças nos modelos de produção e consumo, as quais, por sua vez, geraram identidades novas e globalizadas.

O mercado global de estilos, imagens e valores, veiculados pelas produções culturais de massa, ou pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, medeia a vida social,

cooperando ainda mais para a ausência de vínculos identitários duradouros e ancorados. Em tal contexto, as identidades parecem flutuar soltas, ora combinando-se, ora entrando em confronto, umas com as outras, disputando a atenção dos indivíduos para que estes as escolham, causando um efeito de supermercado cultural (HALL, 2005).

É na crise do multiculturalismo que se afirmam as novas identidades, valendo-se de modelos prontos para serem usados, ou por meio da reconfiguração de outros. Estes padrões identitários flutuam no ar, dependendo das escolhas individuais para serem validados. Em outros casos, são inflados e lançados ao cotidiano por outras pessoas, ou pelos meios de comunicação de massa, entrando em conflito com as identidades anteriormente adotadas pelos sujeitos. Durante este processo, pode substituir um valor já existente, como pode ser refutada, ou ainda, pode se amalgamar à anterior. O resultado das negociações permanece eternamente pendente (BAUMAN, 2005).

A ausência de um núcleo central, que seja capaz de produzir identidades fixas, leva os sujeitos a viverem dentro de um grande número de instituições ou grupos sociais. A participação individual nestes grupos se dá em conjunturas diversas e em vários graus de escolha e autonomia. O indivíduo sente-se a mesma pessoa, mas assume posições sociais diferentes, de acordo com sua expectativa e restrição social. Trata-se de identidades de ocasião, fenômeno típico da complexidade da vida moderna. Muitas vezes, tais papéis cooperam para que a pessoa evite confrontos e problemas. Em outras, as escolhas culturais, mediante contextos desfavoráveis, trazem consigo certa carga de conflitos.

A cultura, por meio de uma grande variedade de representações simbólicas, ou pelas relações sociais, molda a identidade subjetivamente. Desse modo, observa-se que quanto maior o acesso a culturas diversas, maior a fragmentação identitária.

Sendo formada ao longo do tempo, por meio de escolhas e processos inconscientes, a identidade de cada indivíduo permanece sempre incompleta, em formação. Por se tratar de algo em andamento, alguns autores propõem que a palavra mais correta para compreender este fenômeno não seria identidade, mas sim identificação, a qual expressaria uma construção a partir do reconhecimento de uma origem em comum, de um mesmo ideal, ou de características partilhadas com outras pessoas ou grupos.

Quando a identidade perde suas âncoras sociais, as quais eram responsáveis por fazê-la parecer natural, inata e inegociável, a identificação se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam, cada vez mais, uma companhia, um grupo, uma comunidade a

quem possam pedir acesso, saciando – mesmo que provisoriamente – sua sede por pertencimento (BAUMAN, 2005).

A partir da identificação, o individualismo daria lugar à solidariedade e fidelidade, embora restritas ao grupo em questão (HALL, 2014). Condicional, provisória e não determinada, a identificação é sujeita a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação e podendo ser ganha ou perdida, sustentada ou abandonada, necessitando de recursos materiais e simbólicos para sua manutenção.

Os significados produzidos pelas representações simbólicas dão sentido às experiências de negociação identitária e autoafirmação. Por meio destas representações, enquanto processos culturais, são estabelecidas as identidades individuais e coletivas. Os discursos e os sistemas socioculturais constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e se expressar, ao tempo em que os sistemas simbólicos fornecem respostas possíveis e dialogam com a subjetividade do indivíduo.

A subjetividade é elemento fundamental para o desenvolvimento das identidades. Para Woodward (2014), a subjetividade diz respeito à compreensão que o sujeito tem sobre si, a qual envolve pensamentos e emoções conscientes e inconscientes que constituem as concepções sobre quem se é, além dos sentimentos e pontos de vista pessoais. Ela é vivenciada num contexto social no qual a linguagem e cultura dão significado à experiência que se tem de si mesmo e na qual adota-se uma identidade.

Os processos de identificação são construídos dentro e fora do discurso, como pontos de apego temporários que as posições e as práticas discursivas constroem para o sujeito, para o que se vale também de símbolos, objetos, práticas e costumes.

Outro ponto interessante sobre a construção da identidade, seja ela referente ao nacional, quanto ao local, é que ela, ao mesmo tempo em que se edifica por meio das afinidades, também se estabelece a partir da relação com o outro, sendo marcada pela diferença e pela exclusão, definindo o que se é ao se estabelecer o que não se é.

Tal condição é, em grande parte, a causa das reivindicações essencialistas sobre quem pertence e quem não pertence a um determinado grupo identitário, nas quais a identidade é vista como fixa e imutável. Em alguns casos, tais reivindicações são baseadas na natureza, em questões étnicas, gêneros e relações de parentescos, baseando-se, quase sempre, em uma versão essencialista da história e do passado, na qual a história é representada como uma verdade inalterável (WOODWARD, 2014).

Diante de discussões e controvérsias a respeito da legitimidade de certas identidades contestadas e de grupos ainda excluídos e estigmatizados, mesmo numa era de multiculturalismo, a discussão sobre a temática sugere a emergência de compreensão dos sistemas simbólicos, os quais fornecem novas formas de dar sentido às desigualdades sociais, bem como das circunstâncias sociais e econômicas cambiantes, capazes também de interferir na criação identitária. Sendo o social também simbólico, não se pode negar que as identidades também estão vinculadas às condições sociais e materiais.

Se, por conta do globalismo e da homogeneização cultural, são deslocadas as identidades nacionais; as quais contam com incentivo político e midiático – as identidades locais e comunitárias estariam numa situação de maior fragilidade. Entretanto, contrariamente a este pensamento, são exatamente estas as que têm alcançado importância em todo este processo. As identidades nacionais e outras de cunho generalista são criações, invenções impostas baseadas em estereótipos. As identidades locais possuem laços agregadores, sendo mais resistentes aos processos globalizantes.

Certamente esta resistência não se dá sem tensões e conflitos, principalmente entre o global e o local. Tampouco está se dizendo que as culturas comunitárias sejam blindadas e imutáveis. O que existe, de fato, é uma maior resistência, por meio destes grupos, que não só retarda as transformações identitárias, como também gera cruzamentos e ressignificações culturais, os quais se mostram como forma de oposição.

Os grupos sociais da periferia sempre foram abertos às influências culturais externas, pois não são lugares fechados. Entretanto, o fato de serem abertos e receptivos não significa serem rasos e frágeis em seus valores e tradições. Antes, ao mesmo tempo em que olham com encanto para algo diferente e novo, podem olhar com certa desconfiança, ou ainda, incorporar elementos ao tempo em que dão a estes outro uso ou significado.

Frente às identificações de cunho mais universalista, principalmente aquelas apontadas como sendo pertencentes às grandes metrópoles, avançadas, evoluídas, cheias de civilidade e progresso, são apresentadas as identidades recheadas de vínculos tradicionais, ou sensações de pertencimento, seja a lugares, eventos, símbolos ou histórias particulares.

Diante de estruturas tão poderosas, o impacto global acabou por despertar um novo interesse pelo local. Segundo Stuart Hall (2014), o global não substituiu o local, havendo uma articulação, um diálogo interessante entre os dois. Para o autor, existe sim uma homogeneização promovida pelo global, mas há também uma fascinação com a diversidade, com as etnias, com as alteridades.

Seguramente a globalização, enquanto fenômeno moderno entrelaçado com o capitalismo, não desenvolveria tal afetividade pelo local se não o pudesse mercantilizá-lo. Desse modo, o global explora a cultura popular, transformando suas tradições e produções em produtos comercializáveis. Entretanto, como se verá mais adiante, a cultura popular não é ingênua, frágil e nem estanque, como querem alguns autores. Numa espécie de via de mão dupla, ela se dá conta de sua exploração comercial e, ao percebê-la como algo inevitável, entra no jogo e se apropria de algumas ferramentas – primeiro para difundir seus valores e em segundo lugar para promover um reforçamento das identidades locais, mesmo sabendo que isto pode interferir em seu cotidiano e em suas práticas tradicionais.

A mercantilização pode também aproximar culturas locais distintas, desenvolvendo diálogos interessantes aos dois ou mais grupos. Mesmo quando heterogêneas, algumas identidades locais são vistas e tratadas, pela cultura dominante, como a mesma coisa. O fato de possuir algo em comum, por vezes o preconceito, em outras a exclusão – ou ambas – gera um eixo comum de identificação entre culturas e comunidades diferentes, reforçando uma nova identidade, apesar da manutenção dos costumes e tradições diferenciados pertencentes a estes grupos.

Ao mesmo tempo em que as identidades locais são reafirmadas, como forma de sobrevivência cultural. por diversos movimentos sociais e minoritários, ideais e valores comuns, aliados à ideia de pertencimento, não só o espacial, mas o simbólico, gera novas formas de comunitarismos, as quais são imaginadas, contestadas e recriadas.

São também as inseguranças do mundo moderno e o anseio por proteção, cuja sensação pode ser encontrada num grupo social, que conduzem os indivíduos de desenvolverem identidades comunitárias.

Segundo Bauman (2003), a precariedade da construção solitária das identidades contemporâneas leva aqueles que se dispõem a empreender tal organismo a procurar cabides em que possam, em conjunto, pendurar seus medos e ansiedades, experimentados individualmente, para depois sentirem-se melhor quando na companhia de outros indivíduos em situação semelhante.

Em outro texto, é o mesmo Bauman (2005) quem afirma que as identidades são as entidades que definem as comunidades. A ausência de segurança individual e as lutas e desafios cotidianos gerados, em boa parte, pelo histórico socioeconômico ou com o colapso na estrutura oferecida pelo Estado desenvolvem ideais de solidariedade.

Reconhecer-se no mesmo barco à deriva em que o outro também se encontra é um convite a unir-se, em prol do bem comum. Os vários níveis de violência, física ou simbólica, a discriminação, em todas as suas formas e a falta de acesso a bens e serviços podem ser a chave para o retorno ao espírito comum, para a criação de uma identidade local, que não substitua, mas que coexista com a diversidade de identificações individuais.

Uma identidade que sirva como um grito de guerra, usado tanto para sua reafirmação, quanto de forma defensiva: um indivíduo contra o ataque de um grupo, um grupo menor e mais fraco – e, por isso mesmo ameaçado – contra uma totalidade maior, uma hegemonia dotada de mais recursos e, em muitos casos, opressora.

2. COTIDIANO E PARTICIPAÇÃO

2.1 Cotidiano e mobilização social

O cotidiano é parte intrínseca da vida de todo indivíduo. Ao nascer, cada ser social já se encontra inserido na cotidianidade, não conseguindo se desligar inteiramente da mesma e dela participando com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade, seus sentidos, capacidades intelectuais, habilidades, paixões e ideologias. Apesar da vida dos indivíduos estar mergulhada no cotidiano, segundo Agnes Heller (2004) nenhum homem é tão insubstancial a ponto de que viva tão-somente nesta.

O cotidiano é um campo de construção histórica. Embora dado no ato do nascimento, ele não é um elemento fixo e estanque. Ao contrário, se encontra no centro do acontecer histórico, enquanto verdadeira essência da substância social, podendo ser modificado pela ação dos sujeitos, por meio de suas relações com as estruturas socioculturais.

Sandra Barbosa Lima (1983) afirma que a vida cotidiana é uma das principais formas de manifestação da história, sendo circunscrita pelos diferentes períodos socioeconômicos e políticos e por seus limites e condicionamentos. Por sua vez, está sempre presente a possibilidade de superação desses limites através da busca da transformação do próprio cotidiano, por parte dos indivíduos.

Enquanto espaço de construção histórica, o cotidiano é uma obra inacabada, sendo modificado por meio da atividade criadora que lhe é inerente. É também um reflexo de seu contexto histórico, sendo por isso o fio condutor para se conhecer a sociedade.

Aliás, Henri Lefèbvre (1991) dispõe que são as escolhas e disputas antagônicas, vivenciadas no dia a dia e os choques históricos entre esses dualismos que fazem o cotidiano avançar. Por isso, para se descrever e analisar a vida cotidiana, é preciso fazê-lo a partir das dualidades, como por exemplo, decadência e fecundidade; miséria e riqueza; alienação e participação.

Se o cotidiano é transformado pela ação dos indivíduos, ele também é o elemento intermediário e mediador que permite a formação, a produção do ser humano, por si mesmo, no curso do desenvolvimento histórico. Centro real da práxis, a vida cotidiana também possibilita ambientes de convivência e relações sociais, nas quais os sujeitos vão construindo sua subjetividade e sua identidade (LEFÈBVRE, 1991).

Para Agnes Heller (2004), a vida cotidiana é heterogênea, sendo que cada indivíduo se relaciona com ela de maneira peculiar, por meio de suas experiências e atividades, tais como o lazer, o trabalho, a vida privada ou outras atividades sociais sistematizadas. As relações com o cotidiano variam de um ser social para outro, podendo se dar de forma particular e de forma genérica; nos aspectos de sua individualidade e personalidade – como capacidade intelectual, sentimentos, ideias e ideologias – como também nos aspectos coletivos e culturais.

É no âmbito da vida cotidiana que cada indivíduo se percebe enquanto ser singular. É também nos processos da cotidianidade – linguagem, trabalho, interação, vida política, entre outros – que o sujeito desenvolve consciência de sua realidade, por meio de dinâmicas singulares, como também por questões de classe.

Como a cotidianidade é espontânea, torna-se importante local de escolhas, estando carregada de alternativas e sendo capaz de permitir aos sujeitos que estes façam opções inteiramente indiferentes, do ponto de vista moral. Por outro lado, também consente ao indivíduo realizar uma decisão moral, ou socialmente motivada. Quanto maior for a importância do compromisso pessoal diante de tal deliberação, mais facilmente esta decisão eleva-se acima da cotidianidade. Quanta mais intensa for a motivação do indivíduo pelo humano-genérico, mais facilmente sua particularidade será direcionada à esfera da genericidade.

Agnes Heller (2004) alerta que a vida cotidiana, quando permanece, em sua maior parte, vinculada à genericidade, torna-se propícia à alienação, não por sua estrutura, mas por conta de determinadas circunstâncias sociais. Assim, a ausência de consciência particular, de participação nas decisões sociais e os políticos e econômicos de marginalização podem conduzir os sujeitos à condição de alienados.

A alienação ocorre quando há um abismo entre o desenvolvimento do humano-genérico e as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos, entre a produção homogeneizada e a participação consciente do indivíduo nesta produção.

Há, contudo, saídas possíveis desta situação. A própria vida cotidiana deixa ao indivíduo uma espécie de margem de movimentação, pensamento e possibilidades de explicitação, garantindo-lhe, enquanto ser consciente, outros pontos de vista em nome dos quais possa se manifestar, enquanto essência unitária.

O sujeito precisa se conhecer, a fim de se encontrar enquanto indivíduo, e estar apto para realizar ações e escolhas com motivações heterogêneas de forma consciente. É preciso

também encontrar o equilíbrio para permitir a coexistência da particularidade – e das identidades advindas deste processo – com a genericidade, aprendendo a conviver em grupo, mesmo enquanto indivíduo.

Esta necessidade de autoconhecimento, capaz de elevar o indivíduo acima da vida cotidiana, advém por meio da tomada de consciência, adquirida através da arte e da ciência. Tal prática, por vezes conflituosa, pode conduzir a processos de catarse, quando o sujeito torna-se consciente do humano-genérico e de sua individualidade (HELLER, 2004).

Após a tomada de consciência individual, o sujeito, ao travar contato com ideologias que se relacionem com sua realidade, desenvolve a tendência de buscar se relacionar com pessoas que possuam posições, opiniões ou interesses semelhantes aos seus. Dessa busca, nasce o desejo de integrar comunidades e grupos sociais e políticos.

Considerando-se o cotidiano como reflexo da sociedade, é perceptível como a estrutura capitalista, que direciona grande parte dos campos sociais da vida cotidiana, acentua as contradições entre o ser humano como produtor e como participante da produção humana, em seu sentido global (LIMA, 1983). De tal constatação e conscientização, nascem os anseios de resistência e alternativa a esta condição, numa perspectiva em que os sujeitos possam assumir papéis de protagonismo, em seus cotidianos.

Na vida cotidiana, na fábrica ou outros espaços coletivos, ao se relacionarem entre si e constituírem grupos, os indivíduos percebem a identidade das suas situações. A situação percebida como individual agora é vista como coletiva, comum. Ao identificar as semelhanças nas condições de vida, ou de algum aspecto dela, os indivíduos podem desenvolver uma identidade e uma consciência reivindicatória, que deriva numa ação grupal reivindicatória (MONTAÑO; DURIGUETTO, 2010).

Por conta da conscientização, a qual permite aos indivíduos a condução da vida e a possibilidade de decisões, em nome do bem estar coletivo, é no cotidiano que se dão os movimentos sociais, as mobilizações reivindicatórias e as lutas de classe. Ainda, é também a vida cotidiana o ambiente nato da cultura popular, enquanto canal de expressão, resistência e catarse libertária, por meio de seus saberes, práticas, crenças, folguedos e manifestações artísticas e religiosas.

As características culturais, próprias dos grupos populares em situação de risco, resultam do processo de ajustamento a condições econômico-sociais que lhe foram impostas. Surgem, assim, na medida em que os integrantes destes grupos enfrentam, na cidade, problemas comuns, problemas esses que são determinados pelo processo de desenvolvimento.

Por se tratar de uma estrutura viva, a cultura popular é responsável pela manutenção das tradições, dos costumes e do espírito comum, pilar do sentimento comunitário. E é este tornar comum, presente nas relações sociais mediadas pela cultura popular, que transmite, comunica, compartilha alegrias, dificuldades e lutas, aglutinando indivíduos em torno de um bem coletivo.

Enquanto manifestações populares autênticas, os movimentos sociais representam interesses coletivos de um grupo, ou comunidade, e por isso são parte integrante da cultura popular, estando, em muitos casos, tão arraigados aos seus elementos tradicionais que acabam por entrelaçar as questões ideológicas com folclóricas, originando manifestações com características de resistência que reafirmam identidades.

Apesar de não serem esteticamente tão atraentes como os festejos e folguedos, os movimentos sociais são integrantes da cultura popular, pois representam a voz do povo e geralmente estão vinculados aos públicos excluídos e minorias, representando suas angústias e reivindicações, suas lutas cotidianas.

É no cotidiano também que os indivíduos formam, reforçam, ou transformam suas identidades, bases do novo comunitarismo e por meio das quais os sujeitos se elevam de sua condição de alienação e se reconhecem, em si mesmo e nos seus semelhantes, desenvolvendo uma consciência de sua condição de minoria social e marginalidade para, a partir de então buscar outros, em situação semelhante, a fim de se sentir partícipe de um grupo e, por consequência, amplificar sua voz e se sentir seguro.

2.2 Minorias

Nas lutas cotidianas e no ideal comunitário, em que há uma identificação em torno dos mesmos desafios e conquistas, é que são formadas, reafirmadas e fortalecidas as identidades minoritárias, geralmente numa referência a grupos vinculados à diversidade social, étnica ou de gênero. É preciso deixar claro que o termo minoria não se refere ao sentido quantitativo, numérico. Antes, diz respeito a parcelas sociais da população com pouco, ou nenhum, poder político e econômico.

Muniz Sodré (2005) esclarece que, qualitativamente, democracia é um regime de minorias, pois apenas no processo democrático é que a minoria, enquanto voz qualitativa, poderia ser ouvida. A compreensão da noção de minoria se torna mais acessível quando se

recorre à etimologia. Enquanto maioria é *mündigkeit*, condição social que implica literalmente a possibilidade de falar, minoridade, ou *unmündigkeit*, é a impossibilidade de falar, de emitir opinião. Menor, então, é aquele que não tem acesso à fala plena, que não tem voz.

O que une indivíduos excluídos em tornos de grupos e comunidades minoritárias é o impulso de transformação. Por tal motivo, as minorias são geralmente constituídas por grupos direta, ou indiretamente, vinculados às lutas e movimentos reivindicatórios, nos campos social, ambiental, político e econômico, buscando transformações que sejam alternativas às condições impostas pelo capitalismo.

Entretanto, além da questão identitária, o conceito de minoria pode também estar vinculado à ideia de lugar, não o lugar do espaço físico e geográfico, mas lugar social, “um campo de fluxos que polariza as diferenças e orienta as identificações.” (SODRÉ, 2005, p.12). Desse modo, o lugar minoritário é um espaço de conflitos, de fermentação social e de tomada de posição contra-hegemônica. Neste lugar, a minoria se inscreve no campo da reinvenção das formas democráticas, fazendo oposição ao poder dominante.

O reconhecimento do caráter de minoria de determinado grupo perpassa pela autoafirmação de tal condição, validando uma identidade produzida dentro do discurso simbólico. Contudo, mesmo grupos minoritários diferentes possuem certas características específicas em comum, entre eles, a vulnerabilidade jurídico-social, uma vez que grande parte das minorias não se encontra institucionalizada pelas regras do ordenamento jurídico e social vigente.

Como já dito anteriormente, outro ponto em comum, no que diz respeito à condição minoritária, é a luta contra-hegemônica, quando determinado grupo entra em ação em nome da redução do poder vigente, ou pela conquista de um espaço decisório, junto a este poder. Tal luta necessariamente não se vale do uso de armas, podendo se dar no campo das ideias e das disputas simbólicas por áreas de poder. Entre estas áreas, destaca-se a comunicação, ou mais especificamente o espaço midiático, como se verá mais à frente.

Ainda no que diz respeito às características que indicam um grupo minoritário, Sodré (2005) destaca a identidade *in statu nascendi*. Tal propriedade está ligada à condição da identificação social, apresentando-se no papel de uma entidade em constante formação. Desse modo, mesmo quando já existe há muitos anos, o grupo social minoritário vive do eterno recomeço.

Por último, outro ponto comum aos grupos minoritários é o uso de estratégias

discursivas, enquanto ferramenta de expressão, formação e manifestação de ideais. Tal distintivo diz respeito diretamente à cultura popular e à comunicação alternativa e comunitária, como será mais aprofundado a seguir. Passeatas, manifestações, panfletagens, mobilizações por intermédio de meios eletrônicos ou das mídias sociais, divulgações de sua pauta de luta em jornais, programas de televisão, meios digitais, ou mesmo em tradições, folguedos e festejos folclóricos, são alguns dos recursos de resistência destes grupos.

Falando especificamente do uso de tecnologias contemporâneas e do espaço midiático pelas minorias, é preciso ressaltar que a mídia é, atualmente, um dos principais espaços de manifestação cultural, com grande poder na formação e na manutenção identitária. Ao se apropriar dos processos produtivos e do discurso midiático, tais grupos de excluídos produzem narrativas que fogem do padrão midiático comercial. As minorias, então, passam a contar suas próprias histórias, o que garante não apenas o direito à expressão, à valorização e respeito da sua identidade, mas também o direito à produção e difusão de sua cultura.

Ao utilizar os meios de comunicação contra-hegemônicos, a minoria exerce parte de sua cidadania, pois se manifesta, exerce seu direito à voz, aumenta a autoestima das identidades excluídas, coopera na formação cidadã crítica e incentiva a promoção de mudanças. Como umas das principais características dos novos movimentos sociais e da comunicação comunitária é a participação ativa de seus integrantes, é também por meio de tal ação que se abrem portas ao protagonismo dos atores sociais.

2.3 A participação social

Como já mencionado no capítulo anterior, a civilização moderna, por meio da mídia massiva e de seus complexos industriais e comerciais, conduziu a humanidade – principalmente o ocidente – a uma crise social e um conseqüente individualismo. Entretanto, num segundo momento, como um meio de reação à atomização, solidão e alienação crescentes, novas formas de coletividade e participação foram sendo desenvolvidas, reacendendo o espírito comunitário. Tal prática traz consigo um significado que vai além da sensação de segurança, podendo denotar uma condição democrática de atuação social, o qual preze mais pelo relacionamento pessoal e bem estar comum que pela obtenção de poder.

Neste contexto, palavras como participação e protagonismo ganham cada vez mais destaque, se fazendo presentes em discursos e textos oficiais ou jornalísticos ou mesmo em

conversas informais a respeito de movimentos sociais ou ações coletivas. Juan Díaz Bordenave (1994) aponta que o uso cada vez mais frequente da palavra participação pode indicar a aspiração de setores populares, cada dia mais numerosos, em assumirem o controle do próprio destino, afinal,

a participação facilita o crescimento da consciência crítica da população, fortalece seu poder de reivindicação e a prepara para adquirir mais poder na sociedade. Além disso, por meio da participação, conseguem-se resolver problemas que ao indivíduo parecem insolúveis se contar só com suas próprias forças (DÍAZ BORDENAVE, 1994, p. 12).

Muito tem se falado atualmente também sobre o protagonismo social. Formado pelas raízes gregas *proton*, que significa o primeiro e *agon*, que indica a luta, o termo originalmente designava o lutador principal de um torneio. Mais tarde, acabou sendo utilizado, tanto na literatura e no teatro, como na televisão e no cinema para representar o personagem ou ator principal de um enredo. Do ponto de vista sociológico, o conceito estaria vinculado aos papéis desenvolvido por atores sociais, isto é, as práticas e formas de integração, interação e participação dos indivíduos na sociedade civil. Como o protagonista é personagem principal, está claro que os papéis sociais aqui apontados não dizem respeito ao sujeito social passivo, mas sim a uma atuação social ativa, crítica, produtora de sentido e transformadora de sua realidade (GOHN, 2005).

Para os autores Antonio Carlos Gomes da Costa e Maria Adenil Vieira (2007), o protagonismo pode ser entendido como atuação cidadã, de indivíduos ou grupos, na luta por posições, crenças e valores e no enfrentamento de situações e desafios em seus contextos de desenvolvimento, a fim de criar espaços e condições para a construção e valorização de identidades pessoais e sociais.

Desse modo, o protagonista seria aquele que se insere e se envolve em contextos reivindicatórios, na busca pela solução de problemas e assume papéis ativos em prol da garantia de direitos, de poder decisório, do exercício de sua autonomia e da cidadania.

Maria da Glória Gohn (2005) associa diretamente o protagonismo social na sociedade civil à atuação cidadã. Para tanto, ela esclarece que o conceito de cidadania, surgido na Grécia clássica, nos séculos V e IV A.C., dizia respeito ao conjunto de direitos e deveres que os habitantes da cidade tinham de contribuir para a organização social, política e governamental da sociedade. Para tanto, deveriam participar ativamente das assembleias onde se decidiam ações sociais e políticas voltadas ao bem estar coletivo.

A partir do século XVIII, o ideal de progresso racional aceleraria o ritmo das mudanças sociais, modificando a concepção sobre o que é ser cidadão. A criação de direitos sociais e o reconhecimento da necessidade de uma instrução transformadora na vida dos indivíduos indicariam a educação como elemento imprescindível não só para a aquisição de conteúdos, como também para o desenvolvimento de uma nova consciência e a consequente capacidade de modificar a si mesmo e a sua realidade (GOHN, 2005). Portanto, embora o protagonismo e autonomia estejam vinculados a escolhas e posicionamentos pessoais, quase sempre precisam de uma formação cidadã que impulse uma tomada de consciência e uma posterior mobilização.

Por estas e outras aproximações conceituais, comumente o protagonismo vem se inserindo nos discursos em referência à participação social, associando o exercício do protagonismo, por parte dos atores sociais, às práticas participativas. Em ambos os conceitos, o indivíduo adota uma posição ativa frente aos desafios cotidianos e na busca por espaços de interlocução política ou com vistas à transformação social.

Ao manter contato com outros atores em condições semelhantes, o ator social assume-se parte de um grupo, indo além das fronteiras do individualismo, buscando atos de solidariedade e de aproximação com mundos e projetos que impulsionem ideais de uma vida mais autônoma e livre. Em tal condição, enfatiza-se o caráter de coletividade e de inclusão social, na busca de alternativas para problemas sociais, na autonomia cultural, intelectual e moral e no respeito às diferenças.

Embora não se possa precisar que, no campo dos discursos simbólicos, protagonismo e participação sejam sinônimos, tampouco se pode negar a grande aproximação conceitual entre os termos, estando ambos vinculados a outros conceitos de caráter híbrido como a responsabilidade social, a identidade, a autonomia e a cidadania. Desse modo, percebe-se que quando se mencionam uma ou outra expressão, a ideia comum transmitida é a de envolvimento cidadão e ação coletiva em prol da solução de desafios cotidianos.

Entretanto, Maria da Glória Gohn (2005), indica que a participação seria um dos componentes que integrariam as práticas do protagonismo, sendo responsável pela integração do indivíduo aos movimentos sociais. Assim, mesmo que os conceitos sejam próximos, pode-se compreender a participação enquanto etapa inicial e elemento vital ao exercício do protagonismo, afinal, todo indivíduo que intente exercer seu papel social ativo, precisa antes tomar consciência de sua condição e integrar-se a um grupo comunitário para pensar e agir coletivamente, o que configura a participação social.

Em tempo, como participação e integração é anseio inerente do ser humano, estes se desenvolvem a partir e por meio de sua inserção, em diversos níveis, nas atividades socioculturais de suas comunidades, as quais também são transformadas nestes processos. A partir deste entendimento, é preciso certa cautela no emprego dos termos participação e protagonismo, usando-os diante da conveniência correta do contexto discursivo.

No que diz respeito à participação coletiva, é salutar reafirmar que ela, além de um instrumento para a solução de problemas, é uma necessidade basilar do ser humano. Por isso que, mesmo em meio à crise no ideal comunitário tradicional, os indivíduos buscaram uma nova forma de integração que permitisse, além das atividades pertinentes ao cotidiano comunitário, certa satisfação pessoal e íntima; o desenvolvimento da interação com outros indivíduos, o incremento de seu pensamento reflexivo e o prazer em realizar atividades criativas, voltadas à expressão e valorização de si mesmo e dos outros.

Tal encanto pela atuação social e pelo estar junto demonstra que os processos participativos possuem duas bases principais, as quais devem se complementar e estar em equilíbrio. A primeira seria a base afetiva, traduzida pela comunhão, pela alegria em participar e a segunda uma base instrumental, onde há uma compreensão de que fazer coisas coletivamente é mais eficaz que fazê-las sozinho.

Certas compreensões têm apontado a participação social como o simples acesso aos bens, serviços e recursos inerentes à sociedade industrial, como: alimentação, saúde, trabalho, educação, comunicação social, previdência social (LIMA, 1983). Entretanto, tal concepção trata de uma participação passiva, diferente da participação ativa aqui apresentada, capaz de interferir no aparelho institucional em que as decisões são tomadas.

Ao contrário do que se poderia supor, a participação não depende da outorga de benefícios, por parte do Estado ou da sociedade para acontecer. Enquanto processo coletivo transformador e contestatório, ela é construída através da tomada de decisões e das atividades sociais em todos os níveis. É por meio dela que os setores marginalizados podem se incorporar à vida social, por mérito próprio e não na condição de convidados ou espectadores. É neste papel principal que se pode conquistar, de fato, um aspecto ativo e decisório nos processos de produção, distribuição, consumo, vida política e criação cultural (DÍAZ BORDENAVE, 1994).

Por conta destes atributos, a participação pode interferir positivamente para a redução da marginalização de indivíduos e grupos, uma vez que o conceito de marginalidade diz respeito à condição de estar às margens de alguma coisa, ficando de fora de um processo

sem nele poder intervir. Tais ações sociais, ao permitir canais de voz e condições de intervenção nos destinos da comunidade amplia, inclusive, a compreensão social do que seja o marginal, reduzindo preconceitos. Aliás, a marginalidade pode ser concebida como a falta de participação, seja passiva ou ativa, ou como limitada participação nestes dois aspectos.

Como pontua Sandra Lima (1983), a marginalidade equivale a uma falta de identidade sociocultural, resíduo do modelo de desenvolvimento econômico, moderno e urbano age a partir da perspectiva de cima para baixo. Sem compreender este contexto social, é praticamente impossível entender o processo de marginalização.

A visão etnocêntrica da cultura considera seu *modus vivendis* como um padrão ideal, apontando as alteridades e suas práticas culturais como atrasadas. Entretanto, a marginalização não é causada por um atraso de um grupo mediante outro considerado mais moderno e desenvolvido. Antes é um resultado lógico e natural do modelo desenvolvimentista moderno, numa sociedade onde o acesso aos benefícios está desigualmente repartido. O subdesenvolvimento de uns – explorados e sacrificados – é provocado pelo superdesenvolvimento de outros, os quais acumularam vasto patrimônio.

Não se pode analisar a participação social dos grupos populares como consequência de sua integração ou não à sociedade, afinal, é a própria posição que ocupam na estrutura econômica e social, bem como a natureza dos processos desenvolvimentistas que condicionam e limitam parte das manifestações sociais, culturais e políticas dos grupos populares. Em síntese, é exatamente o fato de estarem excluídos, ou sem o real acesso a espaços decisórios e canais de voz que leva estes grupos a organizar e participar de mobilizações sociais.

Outro aspecto que deve chamar a atenção é que, geralmente, quando se fala em populações periféricas, vem à mente apenas a realidade das comunidades urbanas que se encontram em situação de risco. Entretanto, a marginalização é um fenômeno que, em muitos casos, também atinge grupos humanos que vivem em espaços rurais. Infelizmente, a oposição do modo de vida urbano, em relação às práticas e valores rurais, é frequentemente tomada como referência para explicar a falta de integração ou de espaço político decisório das populações que engrossam as zonas periféricas rurais, inclusive ao migrarem para as cidades, onde formarão favelas, cortiços e outros grupos considerados marginais (LIMA, 1983).

Em muitos casos, em meio aos grupos considerados marginais, há baixo nível de educação formal, predominando práticas tradicionais e formas não convencionais de adquirir e transmitir conhecimento. O preconceito contra estas práticas e valores, principalmente com

o folclore, com os saberes e religiosidade popular, conduz a distorções de interpretação, inclusive por parte dos próprios poderes constituídos, quando buscam empregar estratégias de desenvolvimento e incorporação destes setores populares à sociedade.

Sem respeitar suas peculiaridades e sua autonomia cultural, muitas ações e políticas de governo apenas tentam integrar tais grupos às condições exigidas pela modernidade. No contexto modernizador, participação é simplesmente a possibilidade de se tornar consumidor de bens materiais.

Difícilmente se obterá algum sucesso em tais programas enquanto não se levar em conta a natureza e as características do modo de vida das populações de baixa renda, abandonando a ideia de se estabelecer uma escala comparativa de valores baseada nos padrões das camadas altas e médias da população, as quais se inserem de modo diverso nos processos produtivos e que têm acesso a bens, recursos e canais de participação nem sempre acessíveis às populações de renda baixa (LIMA, 1983).

A participação real e eficiente, que produz resultados, caminha juntamente com a autonomia, cujo sentido sugere um avanço no grau de consciência política dos cidadãos, aliado ao reforço do controle popular sobre as autoridades e suas decisões, bem como o fortalecimento do grau de legitimidade do poder público, quando este responder às necessidades reais da população.

Autonomia, na concepção de Maria da Glória Gohn (2005), diz respeito à capacidade de ser um sujeito histórico, o qual sabe ler e interpretar criticamente o mundo à sua volta e é capaz de participar de fato, compreender e se expressar por conta própria. A autonomia é condição vital para uma transformação humana real, capaz de garantir liberdade, justiça e direitos, não apenas assegurada por questões normativas, mas por meio de processos emancipatórios proativos, enquanto prática cotidiana, no jogo diário de relacionamentos baseados na convivência e respeito pelas alteridades.

Os indivíduos adquirem autonomia quando constroem um campo ético e político de respeito ao outro, seja amigo ou adversário, jamais vendo este outro como membro de sua teia pessoal de relações, subordinado à sua dominação, ou esteio para seus interesses particulares e particularistas de poder e, muito menos, como um inimigo. A autonomia emancipatória dos indivíduos é construída com base na clareza, visibilidade e transparência das ações, que prioriza a dimensão comunicativa de reunir informações e disponibilizá-las, como parte do campo ético (GOHN, 2005, p. 33).

A conexão entre autonomia e participação conduz esta última a uma dimensão que está além do ativismo imediatista, afinal, a participação social não diz respeito apenas ao

processo reivindicatório, mas sim ao ato de tomar parte na produção, na gestão e no usufruto dos bens de uma sociedade determinada, de maneira equitativa.

De acordo com Díaz Bordenave (1994), pode-se compreender que a participação pode se dar em dois níveis: a microparticipação e a macroparticipação. A primeira seria a associação voluntária de duas ou mais pessoas numa atividade comum, sem que haja o interesse único de obter benefícios pessoais e imediatos. Já a participação macrosocial compreende a intervenção nos processos dinâmicos que constituem ou modificam a sociedade, seja por meio da produção de bens materiais e culturais, seja por sua administração e usufruto.

Desse modo, a participação social não é a mesma coisa que ser membro de uma associação. O indivíduo pode participar, em nível micro, na família e em associações, mas também participa, em nível macro, quando intervém nas lutas sociais, econômicas e políticas de seu tempo. Tal intervenção vai além do que se compreende hoje por intervenção política democrática, baseada nos rituais eleitorais nos quais os cidadãos escolhem seus representantes, mas não possuem nem administram os meios de produção material e cultural. Tal participação macrosocial apresenta-se mais fictícia que real.

Em tempo, o mesmo Díaz Bordenave (1994) propõe uma classificação dos tipos de participação existentes e possíveis, de acordo com contextos e finalidades. A participação de fato geralmente acontece no seio da família nuclear, ou no clã, nas tarefas de subsistência, ou religiosas, recreação e defesa contra os inimigos. Já a participação espontânea é aquela que leva os homens a formarem grupos de vizinhos ou amigos. Tais grupos são fluidos, sem uma organização estável ou propósitos definidos a não ser o de unicamente satisfazer a necessidade psicossocial de pertencer, comungar e trocar afetos.

Além dessas, há também a participação imposta – aquela que ocorre quando o indivíduo é obrigado a fazer parte de grupos e realizar certas atividades consideradas indispensáveis, tais como atividade escolar, serviço militar, voto obrigatório ou um ritual religioso imposto pela família. Diametralmente oposta a esta última, está a participação voluntária – principal interesse desse trabalho – quando um grupo é criado pelos próprios participantes, os quais definem sua organização e estabelecem seus objetivos e métodos de trabalho. São exemplos deste tipo de participação os sindicatos livres, as associações profissionais, os movimentos sociais, as cooperativas e os partidos políticos.

Ressalva-se que nem sempre a participação voluntária surge por iniciativa dos membros do grupo. Às vezes a participação pode se dar provocada por agentes externos, que

ajudam os outros a realizarem seus objetivos, como facilitadores, multiplicadores, educadores populares, entre outros.

Outra variável, no que tange à participação, de acordo com o pensamento do intelectual paraguaio, está vinculada aos graus de intensidade da mesma. O menor destes é a informação, por meio da qual os indivíduos apenas tomam conhecimento de algo que diga respeito ao grupo social. Outros graus compreendem a consulta, elaboração e a cogestão e a delegação; sendo que neste último, existe certa autonomia, em alguns campos, mas sua existência obedece a limites pré-estabelecidos.

Dentre os graus de participação, o maior é a autogestão, na qual o grupo traça seus objetivos, escolhe seus meios e estabelece certa organização para o grupo, sem a necessidade de uma autoridade externa. Na autogestão, a diferença entre administradores e administrados praticamente não existe, principalmente por conta dos laços comunitários, os quais visam o bem comum e são respaldados pelo espírito de solidariedade.

Apesar de ser cada vez mais rara, numa era de individualismo crescente, a solidariedade é comum em nível comunitário, próprio de um ambiente social de relativa igualdade, onde as ações visam a identificação com o grupo e o interesse coletivo. Nas periferias urbanas e nas localidades rurais, por exemplo, os membros se veiculam por uma série de laços que passam a constituir uma solidariedade orgânica.

Estas comunidades são os locais em que as ações solidárias se tornam mais patentes. O cuidado com a segurança e o bem estar do vizinho e da sua família, a noção de que um problema local é algo que prejudica a todos e, por isso, é uma luta coletiva são incentivos à participação, em diversos níveis, trocando a condição de solitário para a de solidário, abrindo mão de parte de sua individualidade para a integração com um grupo. É natural que o grupo comunitário possua um núcleo de liderança, mas diferentemente de outros grupos sociais modernos, tal equipe está mais ocupada do estímulo, organização e mobilização dos demais membros que simplesmente com o status ou benefícios que a posição de liderança possa lhe trazer.

Estar em comunidade não é isolar-se do mundo, a fim de viver num ambiente fantasioso de constante felicidade. Um grupo social desta natureza não se constitui um fim em si, mas uma condição para a sobrevivência sociocultural, ao fortalecer e valorizar identidades, e um instrumento para a participação transformadora. Os grupos populares não são, nem pretendem ser, organismos sociais estanques, afinal, se relacionam – e encontram seu sentido a partir daí – com todo o tipo de instituições econômicas, religiosas, sociais, políticas e

culturais que compõe a sociedade, seja por contatos físicos, seja por meio das mensagens veiculadas pela mídia.

A participação comunitária consiste num microcosmos político-social suficientemente complexo e dinâmico de forma a representar a própria sociedade ou nação. Quer dizer que a participação das pessoas em nível de sua comunidade é a melhor preparação para sua participação como cidadãos em nível da sociedade global. (DÍAZ BORDENAVE, 1994, p. 58).

No âmbito da participação solidária, a comunicação ocupa papel fundamental, principalmente no que tange à conscientização, articulação e formação cidadã dos integrantes das comunidades e grupos minoritários. Os canais comunitários são a base para a participação democrática, pois a informação de qualidade sobre as demandas e problemas sociais do cotidiano é vital para o reconhecimento da necessidade de mobilização, bem como os canais de consulta, reivindicação e protesto, os quais precisam ser visíveis, estar ao alcance de todos e contar com amplo e fácil acesso.

É a reflexão sobre sua condição e a prática reivindicatória que conduz e aperfeiçoa o processo de participação. Quando as pessoas compreendem sua realidade e reflete criticamente sobre ela, elevam a qualidade de sua participação, principalmente quando desenvolve a capacidade de superar contradições sociais e a de compreender os significados dos processos históricos e econômicos que conduziram até aquela realidade, traçando conjeturas para o futuro.

A formação e capacitação para os processos participativos se dão na práxis, unindo prática, técnica e teoria, e colocando-as ao serviço da luta bem comum. E é no ideal de bem coletivo que está o sucesso de todo movimento de participação, pois tal condição está vinculada, em parte, ao respeito pela diversidade e à valorização das minorias, sabendo integrar tais identidades ao processo participativo sem, contudo, exigir posturas uniformes das mesmas.

3. CULTURA POPULAR E COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA

3.1 A televisão e a ausência de espaços afirmativos para a cultura popular

Os primeiros experimentos voltados à transmissão eletrônica de som e imagem em movimento datam dos anos 1920. O desenvolvimento de tal sistema deu origem ao que se convencionou chamar de televisão. Entretanto, a nova tecnologia precisou esperar o fim da segunda grande guerra para se estabelecer enquanto meio de comunicação e ainda outras duas décadas para se popularizar.

A partir dos anos 1950, durante sua fase de massificação, a televisão se aproximou, de forma definitiva, da linguagem do entretenimento, incorporando um grande número de profissionais advindos da industrial cinematográfica, musical e publicitária, além de artistas do rádio, do teatro e do circo. Apesar da riqueza estética e de conteúdo que tal amálgama poderia ter originado, infelizmente, por vezes, a televisão recorreu às formulas prontas, aos estereótipos e ao ritmo industrial de produção, o qual relega a inovação e a criatividade ao segundo plano.

Enquanto meio de comunicação complexo, caro e que depende constantemente de inovações tecnológicas, a televisão comercial precisou se adequar à lógica de mercado, a fim de assegurar maior lucro. Enquanto parte de grandes conglomerados comunicacionais, tais emissoras estão em franca concorrência, definida, em sua forma, por relações de força não percebidas que podem ser apreendidas por meio de indicadores tais como as fatias de mercado, o prestígio frente aos anunciantes, ou o capital coletivo de profissionais reconhecidos (BOURDIEU, 1997).

Quando as tevês são diretamente dependentes do mercado e a concorrência é a tônica da programação televisual, o índice de audiência é o critério que define o valor de cada conteúdo, bem como de sua inserção comercial. Tal crivo é o que garante, ou não, se um programa terá sucesso de público ou se, em caso contrário, deverá passar por reformulações, ou mesmo ser tirado do ar (BARBOSA, 2010).

Para garantir o maior público possível e o conseqüente retorno financeiro, as emissoras buscam criar programas que atraiam seus telespectadores, por vezes dando preferência ao interesse do público em detrimento do interesse público. Desse modo, em plena era da *ditadura da imagem*, da espetacularização da programação e da notícia, um assunto pertinente, mas que não renda imagens sensacionais, será substituído por qualquer outro,

mesmo frívolo ou insignificante, mas que seja capaz de render cenas de forte conteúdo emocional.

O sensacionalismo, a busca pelo espetáculo, se transformou em pedra angular de diversos programas televisivos. A onda popularesca, que mescla reportagens sobre aberrações com entrevistas que desnudam por completo a intimidade alheia, ocupa, agora, o horário nobre da televisão (BARBOSA, 2010, p. 58).

Assim, ainda de acordo com Bourdieu (1997), para assegurar o sucesso de audiência, que se traduza em lucro, as emissoras buscam produzir conteúdos que atraiam o interesse e que, não raras vezes, acabam por se inclinar para um sensacionalismo explícito, mascarado de interesse público e recheado de moralismos cínicos e atrações apelativas, cuja estrutura não chega a ser percebida pelos telespectadores.

Os apresentadores, animadores e jornalistas de tais atrações convertem-se em pequenos diretores de consciência, porta-vozes da opinião pública, recheada de uma moral pequeno-burguesa, ditando o que se deve pensar sobre os problemas cotidianos da sociedade, só que de forma superficial, banalizada, homogeneizada e, em certa medida, despolitizada, sem se preocupar, de fato, com uma revolução simbólica.

Não só a televisão, mas a comunicação de massa como um todo, interfere nas formas de organização social, nas mais diferentes culturas, não só produzindo outros modelos de sociabilidade, como também interferindo na subjetividade e no imaginário contemporâneo.

A exibição constante de conteúdos brutais ou agressivos, sem a devida reflexão acerca dos mesmos, contribui para a banalização e para o aumento da tolerância à violência. Além disso, como afirma Maria Rita Kehl (2004), ao apresentar o outro enquanto ameaça, incentiva medidas agressivas como meio de defesa, como uma resposta a essa ameaça que o outro representa. Por isso, ao ver no ar a cena de algum suspeito, ou criminoso, sendo morto em confronto com a polícia, ou por meio da barbárie da população – muitas vezes incitada pela tevê – sente-se alívio, fica-se mais tranquilo: trata-se de uma ameaça a menos.

Buscam-se heróis, capazes de cumprir a lei, antes que os ativistas dos direitos humanos possam intervir, a fim de proteger o marginal. Procuram-se vinganças, enquanto forma correta de justiça, repressões e execuções, enquanto forma de se extirpar o mal da sociedade (BUCCI, 2004).

Além da necessidade de se mostrar o criminoso morrendo, é preciso mostrar também a polícia matando, diante das câmeras. Tal imagem, sempre associada à competência da ação

policial, é muito valorizada e aplaudida pelos apresentadores do jornalismo policial. Na luta do bem contra o mal, os policiais cumpriram seu papel e eliminaram agentes do crime.

Eugênio Bucci (2004) aponta que, nestes casos, o policial é também uma espécie de vítima que, sem entender, por completo, a dimensão de tal *mise en scène*, é explorado, a serviço do espetáculo. Se tais programas funcionam como anabolizantes da indústria do pânico, também contribuíram para deformar a imagem do policial – inclusive a imagem que ele mesmo tem de seu papel – aumentando a brutalidade dentro da própria polícia.

Ainda no campo do sensacionalismo, os programas humorísticos, ao se valerem dos estereótipos regionais, ou da exploração pitoresca e da ridicularização dos tipos humanos que não se inserem nos padrões impostos pela sociedade conservadora e por sua mídia moralista, como as minorias étnicas, religiosas, de classe, ou de gênero, esvaziam os debates sobre as alteridades, o respeito às diferenças e as políticas públicas voltadas às populações em situação de risco.

A situação se agrava quando, mesmo numa análise superficial, percebe-se que os mesmos meios de comunicação que veiculam os referidos conteúdos apelativos são os mesmos que destinam pouquíssimo, ou nenhum, espaço afirmativo para a difusão das lutas e conquistas dos movimentos sociais, minorias e da cultura popular.

Aliás, quando o assunto é a cultura popular, quase sempre estes espaços não se dão de forma afirmativa. Os meios de comunicação de massa, comprometidos com a lógica do capital, se apropriam de elementos do folclore, a fim de criar discursos públicos difusionistas de uma cultura industrial que os ressignifica, transformando-os em simulacros do cotidiano e criando estereótipos capazes de atrair o público da mesma maneira que o comércio busca atrair consumidores.

A televisão se mostra, entre outros aspectos, como meio bastante eficaz de propagação da cultura massiva, que obedece a uma lógica de mercado. Seu enfoque global (em detrimento do regional), aliado aos modelos estereotípicos pré-fabricados veiculados à exaustão, durante a programação, gera nos meios um ambiente excludente, que ignora a diversidade e não dá vez às diferenças sociais ou culturais. Um mar de repetições onde, segundo Muniz Sodré “a mídia (...) se empenha em consolidar o velho entendimento de povo como *público*, sem comprometer-se com causas verdadeiramente públicas nem com a afirmação da diversidade da população brasileira” (SODRÉ, 1999, p.244).

Embora a mensagem propagada pela grande mídia difunda uma cultura massiva, comercial, esta mídia, principalmente a televisão – que busca se afirmar como espelho da

sociedade – procura dar à sua produção uma aura populista ou popularesca. Para tanto, não sendo uma cultura espontânea, com vida própria, precisa capturar tradições, costumes e práticas cotidianas, folclóricas, literárias, musicais e da religiosidade popular como matéria-prima genuína, apta a ser manufaturada.

Como afirma Ecléa Bosi, “a cultura de massas, diferentemente do folclore, não tem raízes na vivência cotidiana do homem da rua. Ela produz modas (...) mas não foi capaz de criar nada” (BOSI, 1996, p. 77). Boa parte da relação de apropriação da cultura popular, pela televisão, simplesmente não busca valorizá-la, nem difundi-la, mas apenas utilizá-la como matéria prima a ser adaptada para consumo.

No Brasil, a televisão chegou por mãos da iniciativa privada e, até hoje, enfrenta consequências desta origem. Ao contrário de alguns países europeus, onde o Estado foi o responsável pelo início das transmissões e pela criação de marcos regulatórios, em terras tupiniquins, a televisão foi trazida e controlada, em seu início, pela visão de negócios de Assis Chateaubriand, maior empresário brasileiro de comunicação do seu tempo.

A introdução da televisão no Brasil coincide com um período de mudanças na estrutura social, econômica e política do país – um período de industrialização, investimentos em infraestrutura e grande movimento de migração do campo para as grandes cidades (MATTOS, 2000). Quando a TV Tupi foi inaugurada, em setembro de 1950, pelos Diários Associados, despertou interesse imediato de outros empresários da comunicação, dando início às disputas pelas concessões de canais e iniciando a era dos grandes conglomerados comunicacionais no Brasil – situação que perdura ainda hoje.

Em 1964, quando os militares assumem o Estado brasileiro, a indústria televisiva estava em franco processo de solidificação. O novo governo vislumbrou no novo meio, uma forma de ampliar sua hegemonia política e promover a manutenção da ordem e da unidade nacional: um agente de modernização e eficaz ferramenta de integração nacional, segurança e paz social (MATTOS, 2000). Assim, passou a utilizá-la com fins de disseminar e solidificar uma ideia de identidade nacional que dissesse respeito a todo o povo.

A programação da tevê no Brasil, então sustentada por anúncios de marcas estrangeiras, passou a ter no Estado um grande parceiro. Essa época, que Sérgio Mattos (2000) denomina de *boom* da televisão, ocorre no mesmo período do chamado *milagre econômico*, modelo de desenvolvimento adotado pelo governo militar, nos finais dos anos 1960. Este momento econômico, aliado aos interesses do Estado, possibilitaram avanços técnicos e tecnológicos que fortaleceram os canais aliados ao regime governamental.

Para dar sequência ao projeto de integração, a programação televisiva passou a exibir artistas e músicos ligados à cultura popular, a qual também passava por um momento de industrialização. A música, a literatura, o cinema e principalmente o conteúdo televisual desta época retratam bem este momento (ORTIZ, 1999).

As telenovelas, porta-vozes deste processo, se dedicaram a abordar temáticas vinculadas ao Nordeste e, posteriormente ao Norte e Centro Oeste, difundindo costumes e tradições locais, mas sob a ótica do Sul do país. Esta prática pasteurizou as nuances culturais e as peculiaridades, tratando-as do pitoresco ao cômico e mostrando seu povo como um grupo uniforme, de pessoas incultas, que necessitavam de avanços socioculturais.

Durante o momento de transição entre a ditadura civil-militar e o atual período democrático, a constituição federal brasileira de 1988 buscou atender a princípios e demandas capazes de promover o acesso aos direitos humanos, civis, políticos e sociais, bem como às condições para a valorização do regional, o respeito à diversidade e o exercício pleno da cidadania, ficando, por isso, conhecida como *constituição cidadã*.

Em seu artigo 221, a carta magna nacional define as prioridades na programação das rádios e televisões. Obrigatoriamente, tais emissoras, por operarem concessões públicas, têm a obrigatoriedade de produzir e veicular materiais educativos, artísticos, informativos, culturais, que valorizem o regionalismo e as diferenças, bem como que respeite os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Apesar desta regulamentação vigente, cada vez mais conteúdos duvidosos tem sido veiculados nas emissoras comerciais do país. Numa reação em cadeia, provocada pela concorrência, quanto mais apelativo for o programa veiculado por uma tevê, maiores as chances de ele ser copiado pelas demais.

Na verdade, o sensacionalismo na televisão brasileira não é um problema recente. Desde seu início, a tevê incorporou muito da linguagem de outros meios, trazendo profissionais do rádio, do teatro, do cinema e do circo para compor seus quadros. Entre esses, se encontravam artistas de programas humorísticos de baixo nível, bem como redatores e locutores de jornais populares, páginas policiais e programas de rádio de mesma linha. O que se vê em tais programas é uma espécie de rebaixamento do nordestino, do nortista, do morador das periferias rurais e urbanas. Seus conhecimentos e tradições são apresentados como ignorância, estupidez ou ingenuidade, frente aos costumes e a cultura das grandes metrópoles.

A televisão ou a mídia eletrônica, com seu poder instantâneo, segue os modelos vigentes e entoca o Folclore dentro de programação especial, de parca audiência. Nas novelas, por exemplo, o falar é caricatural e os temas populares se confundem com o realismo mágico, sem conexão esclarecedora para os telespectadores. Como a TV é a moldura do bonito, não há lugar para o povo, de tez queimada, analfabeto, feio, na visão hegemônica da beleza padronizada pelo plin-plin (...). Em regra, o Folclore não frequenta a televisão e quando é inserido, incidentalmente, concorre para ridicularizar ou tornar exótica a manifestação da cultura do povo (BARRETO, 2005, p.109)

A cultura popular, de acordo com Roberto Benjamin (2000), é essencialmente local. Mesmo que, em muitos casos, se fale em elementos ou características comuns de uma cultura nacional, ou até mesmo de traços universais na tradição popular, a produção cultural popular é regional ou local. A produção televisual, geralmente centralizada no eixo sul do país e voltada para um público em nível nacional, ainda não se conscientizou desta característica ou simplesmente a ignora.

Esta ausência de espaços afirmativos, que valorizem e difundam a diversidade cultural e os folclores regionais, é uma das razões que tem fortalecido os laços e ideais da comunicação popular e alternativa, em todas as suas formas, durante um longo tempo. O povo deseja canais de voz e expressão nos quais possa elaborar e emitir suas produções culturais, mensagens, opiniões, assumindo posições, diante da realidade sociopolítica e resistindo às interferências, diretas e indiretas, da cultura de massa, veiculadas pela mídia hegemônica.

Tais formas de expressão popular, advindas das práticas dos grupos marginalizados, se apropriam dos conteúdos e da estética dos produtos midiáticos e os integra às suas práticas cotidianas, criando estratégias de comunicação peculiares e eficazes, dentro de seu contexto, como será analisado a seguir.

3.2 Cultura popular enquanto forma de resistência

A preocupação em estudar e compreender a cultura é algo bastante recente. Uma análise histórica demonstra que a cultura tem acompanhado a humanidade desde seu princípio, permeando e auxiliando a organização da vida social. Contudo, segundo José Luiz dos Santos (1994) há grande dificuldade em se chegar a consensos e definições.

No curso da história, os agrupamentos humanos se desenvolveram isoladamente, com suas próprias dificuldades e peculiaridades, gerando uma diversidade de aspectos variantes de grupo para grupo e de clã para clã. Assim sendo, como definir um objeto tão

subjetivo e tão abrangente – que está ligado, etimologicamente, tanto ao cultivo agrícola, quanto ao ato de cultuar uma divindade?

Na tentativa de alcançar o entendimento acerca do termo, a contemporaneidade presenciou um desdobrar taxionômico que catalisou o surgimento de muitos termos derivados do *colere* – em meio a eles, cultura popular, cultura erudita, cultura de massa, contracultura, cultura pop, entre outros – que disputam a atenção das Ciências Sociais, dedicadas a alcançar explicações e limites entre estes campos.

A cultura popular não foge à regra. Quase sempre a expressão é utilizada em contraponto ao termo cultura, referindo-se à primeira como uma cultura do povo, de menor valor, enquanto respalda-se a segunda como sendo a verdadeira cultura, erudita. De acordo com Marilena Chauí (2007), fica implícito, nesta relação, um conflito, uma oposição de classes, onde a elite possui uma posição mais favorável.

Há, contudo, outro perigo no uso do termo do povo, pois o adjetivo popular tende a deslizar para outro que encobre efetivamente a contradição e a luta: o adjetivo nacional, cuja peculiaridade, sobejamente conhecida, consiste em deslocar a luta interna para um ponto externo à sociedade e que permita a esta última ver-se imaginariamente unificada (CHAUI, 2007).

Dessa forma, mostra-se a cultura popular como algo homogêneo, desprezando a diversidade e sua complexidade. De acordo com Antonio Arantes (1981), a interpretação terminológica de cultura popular está à mercê de outros pontos de vista distorcidos. Um deles está ligado às práticas do fazer – como atividades laborais, rurais e artesanais – claramente dissociada e desprovida do saber, posição claramente utilizada para a manutenção das classes sociais.

Outro olhar comum sobre a cultura popular associa o termo ao tradicional – algo antigo, passível de ser mantido em museus. Esta visão engessa a cultura do povo e a faz parecer velha e ultrapassada, cuja idade de ouro deu-se no passado, quando estas atividades tradicionais eram parte de uma cultura culta, tendo sido “filtrada ao longo do tempo pelas sucessivas camadas de estratificação social” (ARANTES, 1981, p.16).

A visão antropológica contemporânea parece discordar acerca desta última visão. Para Roque de Barros Laraia (2009), a cultura é viva e dinâmica, se relaciona com conflitos dos mais diversos e com outras culturas e sociedades, se adaptando ao longo do tempo, pois “cada sistema cultural está sempre em mudança” (LARAIA, 2009, p.101).

O ponto de vista de Ecléa Bosi (1996) mostra-se bastante coerente. Para ela, a cultura popular é a cultura do cotidiano, que é criada e desenvolvida pelo povo, pelas comunidades e que existe independentemente de seu reconhecimento pela educação formal. Para Bosi, “ao lado da chamada cultura erudita, transmitida na escola e sancionada pelas instituições, existe a cultura criada pelo povo, que articula uma concepção do mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais” (BOSI, 1996, p.63).

Marcos Ayala e Maria Ignez Novais Ayala (2011) defendem que o termo mais coerente a ser empregado, para se referir às manifestações culturais advindas do povo, seja culturas populares, no plural. Para os autores, é impossível configurar a cultura popular enquanto um sistema cultural coeso, coerente e homogêneo, mesmo quando delimitado geograficamente. Apesar do reducionismo a que certos autores submetem tal conjunto de atividades, uma análise mais acurada permite perceber que se trata de um sistema complexo, diverso e em constante movimento.

A cultura popular não é estanque, nem tampouco pode ser observada em sua forma original, pura e engessada, como insistem alguns folcloristas. Ela é viva e se relaciona, constantemente, com um contexto maior, um processo social e cultural mais amplo. Assim, para melhor compreensão da mesma, é preciso considerar seus vínculos com as condições de existência e com os interesses de seus produtores ou de seu público, integrantes de um segmento social específico, dominantes ou dominados.

Está claro que numa sociedade capitalista, a desigualdade econômica leva a diversas formas de desigualdade, principalmente ao acesso de outros bens – materiais e imateriais – produzidos pela sociedade. Assim, os dominados economicamente também o são política e culturalmente (AYALA; AYALA, 2011). As práticas culturais populares se dão sob vários níveis de influência dessa desigualdade de acesso aos bens econômicos e simbólicos e expressam as condições de vida e os pontos de vista das classes dominadas.

Uma classe social que tente exercer hegemonia sobre as demais não pode fazê-lo recorrendo apenas aos mecanismos de repressão e coerção. Para manutenção do poder político, econômico e social, a classe dominante geralmente impõe às demais sua ideologia.

Ao serem produzidas por grupos que estão em condição de subalternidade frente à classe hegemônica, as manifestações de cultura popular são, por vezes, contraditórias, pois veiculam concepções de mundo que reproduzem a dominação e as desigualdades entre os diversos setores da população e, ao mesmo tempo, expressam a consciência que seus produtores têm dessa desigualdade e de sua própria situação, apontando pontos de vista e

posições que contestam a ideologia dominante, contribuindo para a transformação da estrutura social vigente (AYALA; AYALA, 2011).

Partindo do princípio do significado de cultura, enquanto formas desenvolvidas ou aplicadas por certo grupo social para adequação ou transformação de seu meio ambiente, indicando caminhos de relacionamento com o contexto natural e social, a cultura popular apresenta-se enquanto condições de sobrevivência do povo, uma vez que o acesso a bens de consumo, informação, instrução e comunicação são limitados.

A cultura popular, embora expressão da classe dominada, não se trata de uma cultura alheia, paralela ou inferior à cultura dominante, mas sim algo que se executa no interior da mesma, ainda que para resistir a ela. Trata-se, na concepção de Marilena Chaui (1993), de uma espécie de jogo interno, com lógicas e práticas próprias, onde tais expressões cotidianas assumam por vezes o papel de conformismo e em outras de resistência. Desse modo, é possível compreender o folclore não apenas com o tradicional, em contraponto ao moderno, mas sim como uma totalidade orgânica autônoma que dialoga com as manifestações contemporâneas, ora rejeitando-as, ora se apropriando de seus elementos e dando, aos mesmos, nova função.

Diante de tal inserção da cultura popular num processo social e cultural mais amplo, o folclore, por sua simples existência, contesta a cultura oficial ao negar-lhe sua pretensão de universalidade e indicar a existência de diferenças, conflitos e desigualdades no interior da sociedade. De acordo com Marcos Ayala e Maria Ignez Novais Ayala (2011), tal contradição se dá quando o folclore reafirma valores, expressa comportamentos e implica usos e costumes que são opostos, ou ao menos alternativos aos vigentes na cultura hegemônica e na conduta social das classes dominantes.

É mister ressaltar, entretanto, que parte da elaboração e difusão de práticas e produtos culturais, mesmo no âmbito folclórico, só é possível a partir de suportes materiais, organizacionais e financeiros, principalmente no atual cenário moderno, onde as relações sociais são, por vezes, mediadas pelo capital. Seja na elaboração de indumentárias e instrumentos, na produção de gravuras e literatura de cordel, ou mesmo nos grafites em muros e reprodução de fanzines, é muito difícil difundir certos conteúdos quando não se possui determinados recursos.

Desse modo, a produção de comunicação popular, no contexto tecnológico atual, quando intenta valer-se de soluções audiovisuais, carece do acesso às ferramentas de produção e difusão, bem como da apropriação das técnicas e da linguagem próprias a estes

meios a fim de facilitar a realização de tal conteúdo, seja numa rádio comunitária, seja no vídeo popular, ou mesmo na confecção de hipermídias.

3.3 Comunicação como cultura popular

A comunicação está no cerne das relações humanas. O *communicatio*, a ação de tornar algo comum, é o elemento de estruturação comunitária; o verbo, capaz de operar a comunhão. Sem comunicação, não há comunidade – um lugar onde é possível se sentir em casa, na concepção de Agnes Heller (2004).

As comunidades possuem um conhecimento orgânico e comum, que habita o imaginário coletivo, permeia as relações e auxilia na manutenção da identidade de grupo. Este conhecimento subexiste e se difunde, independente do reconhecimento externo e da cultura estabelecida como oficial.

A cultura popular – manifestações produzidas criativamente pelo povo, que dela participa ativamente – é mediada pelo afeto e disseminada pelas formas comunicacionais. Sendo elemento cotidiano, a cultura popular é viva e está em constante interação e ressignificação, não possuindo um dono, ou um criador. Sobre a cultura popular, o historiador Peter Burke (2010) afirma que toda a sua criação é coletiva e pertence ao povo que dela se serve.

Esta cultura, produzida coletivamente, no seio da comunidade, em muitos momentos forneceu ao povo, enquanto grupo social à margem do poder político e religioso, formas alternativas de comunicação e resistência cultural – que existiram paralelamente às versões oficiais e fugiam dos controles da igreja e do estado.

Na história sociocultural da humanidade, se for considerada a cultura oral como ponto de partida, já podem ser apontados indícios da cultura popular como forma de resistência. Aliás, a transmissão oral, historicamente reconhecida, continua presente no cotidiano das relações humanas como principal meio de difusão de conteúdo noticioso, educativo, lúdico ou na manutenção de tradições.

Da Europa medieval aos impérios feudais africanos e asiáticos, a oralidade sempre possuiu forte respaldo social, político e religioso, pois o manejo hábil das palavras era considerado uma espécie de dom e, quase sempre, os signatários desta graça eram considerados pessoas comprometidas com a verdade, com as tradições e divindades de seu

povo. Havia uma grande preocupação na fidelidade dos fatos transmitidos e a manutenção da palavra era questão de honra – algo de importância maior que a própria vida.

Em diversas sociedades a atividade de ensino-aprendizagem via oral era muito comum. Segundo Pierre Lévi (1993), nas sociedades de oralidade primária, isto é, onde ainda não há a presença da escrita, figuras humanas como os bardos, os *aedos* e os *griots* aprendiam seu ofício escutando os mais velhos. Estes mantenedores da cultura e da história de seu povo possuíam grande respeito e consideração – características basilares das sociedades orais. De acordo com o historiador africano Amadou Hampâtê Bâ (1982), as tradições africanas consideram que quando um ancião morre, é como se uma biblioteca se queimasse, se perdesse.

Mesmo no período cultural oral da sociedade, havia necessidade de meios alternativos de comunicação. Padres, bispos e frades comunicavam a versão oficial da igreja para as questões científicas, políticas, sociais e humanas. Arautos faziam este mesmo papel, trazendo em sua mensagem a versão autorizada pelo dirigente político. Contudo, no meio do povo, trovadores, cantadores e repentistas, montavam sua própria versão dos fatos e das notícias, narrando acontecimentos – quase sempre de forma satírica, valendo-se do humor e dos elementos do imaginário popular.

Além da oralidade, a produção artesanal ocupava lugar de destaque entre os agrupamentos sociais. Mestres do ofício, artesãos, gravuristas e os que sabiam trabalhar ferro ou couro possuíam importante papel nestas sociedades. A confecção de potes, gravuras e imagens que retratavam o cotidiano e as divindades baseavam-se nos mitos e elementos do imaginário local, sendo útil para manutenção das identidades e renovação dos laços comunitários.

A chegada da escrita trouxe consigo novas possibilidades para a comunicação. Ainda assim, as comunidades mantiveram suas formas alternativas de resistência cultural, por meio das tradições da cultura popular e de seus escritos, como os folhetins, os cordéis e os livros manuscritos que driblavam a análise da Santa Sé. De acordo com Peter Burke e Asa Briggs (2006), mesmo o advento da imprensa, logo cooptada pelo poder político e econômico, foi acompanhado pelos panfletos, jornais sindicais ou ligados aos movimentos políticos de contestação, como a imprensa anarquista, por exemplo.

É possível perceber uma disposição histórica à assimilação e adaptação das diferentes tecnologias da inteligência pelo povo, sua posterior ressignificação e uso em

benefício de suas causas – paralelamente à manutenção das tradições da cultura popular, ampliando a autonomia das comunidades.

Como entidade viva, a cultura popular se apropria de elementos de seu cotidiano e se vale dos aparatos que tem à mão, para guardar ou transmitir seus saberes. À medida que surgem novos dispositivos e técnicas e os mesmos tornam-se acessíveis para as classes de menor poder aquisitivo, os mesmos passam a ser empregados na produção de conteúdos e sentidos. A literatura de cordel, por exemplo, surge enquanto manuscrito e, posteriormente, passa a ser produzida em tipografia, linotipia e hoje pode ser escrita e difundida por meio de hipertextos.

3.4 Mídia radical e contra-hegemonia

Antes de se estabelecer parâmetros conceituais capazes de balizar o conhecimento acerca dos meios populares de comunicação, faz-se necessário abordar, ainda que apenas de maneira introdutória o conceito de hegemonia.

Parte dos estudos culturais europeus e latino-americanos tem sido influenciada pela obra do italiano Antonio Gramsci, principalmente no que tange às reflexões sobre poder, capitalismo e cultura. Ao utilizar o termo hegemonia, o autor se refere ao domínio sociocultural, político e econômico exercido pelas classes dominantes, frente às classes subalternas.

Tal condição se estabeleceu durante dois séculos de expansão e consolidação do capitalismo, o qual acentuou as diferenças sociais entre ricos e pobres e possibilitou à burguesia grande acúmulo de bens, alçando a mesma à condição de elite econômica. Por consequência, tal domínio econômico assegurou a tal elite maior poder decisório no cotidiano das sociedades e, posteriormente, dos Estados modernos, grandes aliados do capital e com quem mantém relações de interdependência (GRUPPI, 1991).

Para assegurar a manutenção de seu poder hegemônico, a burguesia, as elites se valem basicamente de dois caminhos, ou braços: o coercitivo, que inclui o uso da polícia, dos tribunais, da força militar; e do cultural, cujo controle se dá por diversas vias, tais como a educação escolar e os meios de comunicação, por meio dos quais ocorrem difusão de informações e formação de opinião.

Desse modo, chega-se ao conceito de hegemonia cultural, o qual indica o predomínio de uma cultura em relação às outras, não por sua pretensa superioridade, mas pela força, alcance e impacto de sua difusão, além da sua capacidade de interferência sobre as demais, causando muitas vezes modificações nelas (GRAMSCI, 1991).

Por conta do vínculo de dependência econômica estabelecido entre a mídia e a elite, as versões sobre certos fatos e contextos sociopolíticos veiculados pela primeira tendem a representar a visão da segunda, a qual, por vezes, é moralista, individualista, preconceituosa e preocupada, mais com o lucro que com o bem estar social. Sabe-se que tais meios de comunicação, no contexto globalizado e capitalista moderno, organizaram-se em torno de grande conglomerados empresariais, pertencentes a poucos donos e cuja lógica acaba por ser idêntica a de empresas e multinacionais de outros ramos.

Em tal via, é útil, lucrativo e seguro para a mídia industrial a conservação da estrutura de classes vigente, dos interesses da elite e a manutenção do povo na condição de consumidor, sem que lhe seja despertado o olhar crítico acerca da sociedade, nem que lhe sejam destinados espaços afirmativos de participação, exercício da cidadania e diálogos com a diversidade cultural e identitária.

Por conta desta ausência de meios que amplifiquem e ecoem sua voz, o povo recorre a formas alternativas, e economicamente acessíveis, de comunicação, servindo-se de elementos de seu cotidiano e da cultura popular para engendrar suas estratégias de resistência e difusão de sua cultura, seu ponto de vista e suas lutas, enquanto classes oprimidas seja pelo estado, seja pelo poder do capital.

A tais meios de comunicação costuma-se atribuir a classificação de contra-hegemônicos, por serem produzidos de forma independente dos poderes vigentes e, em muitos casos, até mesmo em revelia a estes. Estes meios alternativos são desenvolvidos pelo povo e para o povo, na tentativa de suprimir esta carência de lugares no discurso estabelecido.

Esta comunicação alternativa pode ser desenvolvida de forma artesanal, como fanzines, jornais de bairro, ou por meio do uso de equipamentos eletrônicos ou novas tecnologias, como rádios comunitárias, vídeo popular, sites, blogs e redes sociais. Seu conteúdo, bem como sua organização, conta com forte adesão da participação popular. Além disso, funcionam como formas criativas de resistência sociocultural, frente às mensagens repassadas pela educação formal e pelos meios de comunicação de massa, que intentam desenvolver uma identidade única, homogênea, estéril e baseada no ponto de vista cultural dos grandes centros.

John Downing (2004) designa estas formas contra-hegemônicas de se fazer comunicação como mídia radical. Com este termo, o autor se refere à mídia feita geralmente em pequena escala e com diferentes formatos, cujo conteúdo está voltado às minorias e à diversidade, expressando uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Em certos contextos políticos, alguns, para difundir suas mensagens, precisam romper regras e operar na clandestinidade.

A matriz da mídia radical é a cultura popular. Segundo Downing (2004) o folclore é o alicerce da produção comunicacional alternativa, a qual vai além do uso das tecnologias, pois inclui atividades como o teatro de rua, a dança, entre outras manifestações. O autor compreende que a cultura popular e a cultura de massa estão entrelaçadas, dando origem ainda à cultura de oposição, que surge a partir dos vários níveis de inter-relacionamento entre as demais.

As classes populares, na concepção do autor, não absorvem passivamente os conteúdos midiáticos. Ao contrário, constituem-se enquanto uma audiência ativa, pois processam, reelaboram e redefinem as mensagens midiáticas, dando origem à cultura de oposição, advinda dos intercruzamentos do folclore com a cultura massiva. Assim, a mídia radical é uma alternativa que constitui a forma mais atuante da audiência ativa e expressa tendências de oposição, abertas ou veladas, por meios das diversas manifestações da cultura popular.

Por ter sua origem nas camadas populares e não em meio a um contexto comercial, a mídia radical não está interessada em disputar audiências, por entender que tal atitude a faria ser domesticada pela lógica do mercado, tornando-a estática e efêmera. Assim, além de ser mais democrática que a mídia estabelecida e de propor a seu público o debate, a crítica e a ação, estes meios contra-hegemônicos servem a dois propósitos distintos: expressar, verticalmente, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento e obter, horizontalmente, apoio e solidariedade, construindo uma rede de relações contrária às políticas e às estruturas de poder (DOWNING, 2004).

Tais relações de intercruzamento se dão em duas vias, porém com finalidades distintas. Como pontua Roger Silverstone (1994), a mídia se apropria da oralidade, das informações e fatos históricos e, muitas vezes, das tradições e valores comunitários, num processo de incorporação e conversão, posteriormente transmitindo-os conforme seus interesses. Contudo, comunidades e grupos étnicos, culturais e tradicionais, em suas atividades cotidianas, inventam, recriam e exercem sua própria comunicação, seus meios

locais, pois não se enxergam nas mensagens veiculadas pela grande mídia, nem tampouco nos valores morais e religiosos impostos pela cultura oficialmente padronizada.

Os conglomerados comunicacionais, difusores da cultura urbana dos grandes centros do país, adentram o cotidiano das comunidades e alteram parte de seu cotidiano, provocando processos de transformação e adaptação. Por outro lado, geram também um movimento contrário de resistência, de sobrevivência e manutenção das tradições.

De fato, seria ingênuo imaginar uma cultura popular pura, não contaminada pelos elementos externos. Como elemento vivo, a cultura popular se serve da cultura de massa, da mesma forma que esta última se vale de conteúdos produzidos pela cultura popular. Aliás, como assegura Ecléa Bosi (1996), a cultura de massa, em seu processo de criação, se vale da criatividade popular, adaptando-a a sua mensagem.

De modo semelhante, a cultura popular recebe as mensagens de massa, mas não as recebe sem reação, ou interpretação e de forma única ou homogênea. O saber popular, livre de certos paradigmas sociais e se valendo de uma identidade fortalecida pelas relações sociais, pela irreverência, humor e um imaginário coletivo local, interpreta e faz um uso muito peculiar destas informações – como forma de sobrevivência cultural.

A fim de se manter viva, a cultura popular se funde, amalgama e incorpora elementos externos, mas diferentemente da cultura de massa, não se torna estéril, pois estando no cerne da comunidade, tem vida e criatividade próprias.

3.5 Uma perspectiva brasileira

Analisando as formas criativas de resistência e sobrevivência cultural, dos grupos existentes às margens da comunicação midiática que, em 1967, o teórico e jornalista brasileiro Luiz Beltrão cunhou o termo Folkcomunicação, que ele mesmo define como um conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore (BELTRÃO, 1980).

Representantes destes públicos marginalizados, aos quais Beltrão classificou como comunicadores *folks* e agentes folkcomunicacionais, se apropriam dos conteúdos e da estética dos produtos midiáticos e os integra ao seu próprio modo de expressão cotidiano, criando estratégias de comunicação peculiares e eficazes, dentro de seu contexto, valendo-se de seu

respaldo e mediações. É possível perceber uma aproximação conceitual entre o agente folkcomunicação do brasileiro e o intelectual orgânico de Gramsci.

Como já mencionado, o sociólogo italiano Antonio Gramsci (1991) desenvolveu estudos acerca da hegemonia – hegemonia política se deve a hegemonia cultural – os países imperialistas asseguram sua hegemonia por meio do imperialismo cultural, difundido pelos meios de comunicação – da consciência de classe, da educação como forma de dominação, além da cultura popular e dos intelectuais orgânicos, como elementos de resistência dos saberes e tradições locais.

Ao assegurar que a única possibilidade de escapar à visão de mundo hegemônica e dos meios de massa se encontraria nas manifestações culturais advindas das camadas mais pobres e na utilização de meios alternativos / comunicação popular, o pensamento de Gramsci influenciou, juntamente com os estudos de Birmingham, os Estudos Culturais Latino-americanos, principalmente os que foram desenvolvidos na segunda fase do CIESPAL – Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para a América Latina.

Criado em 1959, como forma de incentivo à pesquisa em Comunicação e como meio de evitar insurgências políticas socialistas na parte Sul do continente americano, o CIESPAL, num segundo momento, rompeu com a ideologia norte-americana e mudou sua linha, enfatizando movimentos sociais e comunicação popular, dando espaço a teóricos latino-americanos.

As várias faces da cultura popular, formas criativas de resistência e manutenção das tradições, presente no cotidiano das comunidades e produzidas pelos marginalizados, trazem, em seu conteúdo, críticas ao sistema e formas de apropriação e ressignificação das mensagens veiculadas pelos grandes meios. Este pensamento seria abordado no Brasil exatamente pela teoria da Folkcomunicação.

Quando, em 1965, o jornalista e professor Luiz Beltrão mudou-se para Brasília, para assumir a direção da Faculdade de Comunicação de Massa da UnB, levou em sua bagagem as primeiras sementes de suas pesquisas sobre comunicação e cultura popular, que deram origem a seu estudo de Folkcomunicação. Embora nascido numa família de classe média e tendo estudado em colégios tradicionais, Beltrão travou extenso contato com o folclore, bem como com as atividades socioculturais do povo, uma vez que estas eram patentes e permeavam o cotidiano, tanto rural quanto urbano, do Nordeste da primeira metade do século XX.

Durante os mais de 25 anos em que atuou como jornalista, Beltrão conviveu de perto com o dia a dia das camadas populares, suas dificuldades e estratégias de sobrevivência. Foi

também sindicalista e amigo de lideranças das Ligas Camponesas do Nordeste. Já professor de jornalismo, viajou para outros estados, conhecendo de perto vários cenários culturais. Todas estas experiências certamente levaram-no a refletir sobre processos de troca de informação e o intercâmbio de opinião, entre indivíduos presentes em grupos marginalizados.

Ao chegar a Brasília, Beltrão já era um professor reconhecido nacionalmente e um escritor maduro, tanto na produção voltada ao ensino do jornalismo, quanto na literatura. Em sua obra de ficção *Os Senhores do Mundo*, publicada em 1950, por exemplo, já estava presente a temática referente às classes subalternas, mostrando a realidade das pessoas marginalizadas. Esta inquietação e interesse pelas formas populares de interação voltaram aos seus escritos em 1965, em forma de artigo científico publicado no primeiro número da *Revista Comunicações & Problemas*. O artigo, que foi uma das bases para a tese que lhe garantiu o doutoramento, em 1967, pela própria UnB, tratava do ex-voto como veículo de transmissão de notícia.

O pensamento inquieto de Beltrão, já desperto para a temática, encontrou na nova capital federal um ambiente riquíssimo e extremamente propício às suas pesquisas, para as quais conseguiu cooptar colegas e alunos, inicialmente na Universidade de Brasília e posteriormente no Centro de Estudos Universitários de Brasília – CEUB (mais tarde UniCEUB), transmitindo a outras gerações não só conhecimento, mas sua paixão pelo tema da Folkcomunicação.

Inaugurada em 1960, Brasília reuniu, num só espaço geográfico, migrantes advindos de diversas partes do país, principalmente do Norte e Nordeste. Trabalhadores, operários, funcionários públicos, aventureiros e suas respectivas famílias, com suas culturas, religiões e tradições. Este imbricado de elementos folclóricos apresentou-se, diante dos olhos curiosos de Beltrão, como uma boa amostra, um resumo do Brasil, com inúmeras possibilidades para a pesquisa em comunicação.

Diferentemente das sociedades rurais, os meios urbanos são os centros mais dinâmicos das sociedades complexas, espaços de contradições evidentes, onde se desenvolvem vários processos e fenômenos sociais. São centros de convergência, com seus rituais, símbolos, sistemas de troca, interações sociais e, no caso específico do Distrito Federal, relações econômicas e de poder que permeiam grande parte do cotidiano. Como Brasília havia sido ocupada recentemente, muito da diversidade migrante sobreviveu e conviveu, não sendo subjugada, nem suplantada, por uma cultura mais forte e tradicional. No máximo, aconteceram diversos níveis de relações que originaram hibridismos e mestiçagens.

Na primeira metade do século XX, em plena modernidade, o Estado brasileiro buscou desenvolver um ideal de unidade nacional – e assim evitar levantes provenientes de movimentos locais, com forte identificação cultural – por meio da tentativa do desenvolvimento de uma identidade. Para tanto, se serviu de estereótipos capturados em meio à sociedade e ao folclore regionais, principalmente em localidades distantes do eixo Rio – São Paulo, centro cultural, econômico e político do país.

A fim de difundir o ideário da identidade nacional, o Estado se valeu da educação, mas contou, principalmente, com os meios de comunicação de massa, situação que recrudescer durante o governo militar. Neste período, uma indústria voltada à música popular brasileira ocupou as rádios, com ritmos provenientes do Norte, Nordeste e mesmo do Sul do país. E uma profusão de sotaques e padrões de comportamento tornou-se cada vez mais comum nos cinemas e telenovelas.

É nesse contexto que Beltrão desenvolveu suas pesquisas na nova capital federal. Estudioso dos meios de massa, a ele interessava também descobrir e reconhecer as formas de resistência, mediação e produção de conteúdo utilizadas pelas camadas populares e sem letramento para se instruir e se informar, valendo-se de elementos do cotidiano, e que estivessem direta ou indiretamente ligadas ao folclore e à cultura popular, ou ainda o processo de incorporação das mensagens dos grandes meios e suas ressignificações para resultar numa nova substância – a Folkcomunicação.

A preocupação de Beltrão com o popular, já demonstrada durante sua carreira de jornalista, encontrou, entre seus desafios, o pensamento elitizado da academia brasileira e programas curriculares dos cursos de Jornalismo e Comunicação, então comprometidos com a teoria crítica da escola de Frankfurt e voltados ao estudo apenas da comunicação de massa – problemas que, de certo modo, ainda persistem em algumas realidades. Defensor do ensino universitário para os profissionais das redações, Beltrão, por outro lado, era incisivo quando analisava que a universidade brasileira estava distanciada do povo. Assim, admoestava a mesma a se *deselitizar*, tornando-se popular.

As posições de Beltrão e sua preocupação com os grupos marginalizados, aliados à vigilância paranoica do estado militar, levaram à sua demissão da UnB, em 1969 e posterior cassação de seu título de doutor em comunicação, fatos que não o fizeram abandonar sua pesquisa. Já na CEUB, organizou grupos interessados na investigação em Folkcomunicação.

Num relato de experiências investigativas, *O interesse pela Folkcomunicação*, publicado originalmente pela Intercom, em 1983, é possível ver o desenrolar dos seus estudos,

ganhando novos objetos, outras possibilidades. Ao publicar este relato, Beltrão já possuía dois livros voltados exclusivamente para as relações entre folclore e comunicação: *Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideias* (1971), resultado de sua tese de doutoramento e *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados* (1980).

No texto de 1983, Beltrão estava às voltas com métodos e taxonomias, procedimento natural para uma teoria em pleno desenvolvimento. Neste ínterim, imerso num ambiente de confluências culturais, buscou organizar seu pensamento, já com vistas a novas publicações. Para tanto, fez em seu texto uma sugestão para que fossem incluídos textos regulares acerca do tema no Boletim Intercom.

Há, contudo, outra faceta perceptível no relato feito pelo jornalista pernambucano. Em meio ao trabalho classificatório, percebe-se um pesquisador muito sensível, como de fato deve ser quem se propõe a compreender as subjetividades do povo. Somente alguém cheio de sensibilidade enxergaria o Amor, a Esperança, a Fé e o Tempo como Sistemas de Comunicação.

O povo não possui meios para manifestação, por isso se utiliza dos meios que lhe dão. Com este pensamento, professor e equipe fizeram um grande levantamento de material bibliográfico e objetos, que vão desde literatura de cordel e almanaques farmacêuticos a folhinhas, calendários, discos, cartas, previsões astrológicas, episódios de telenovela e filmes, entre outros. Visionário, empreendeu estudo acerca do culto pentecostal – muito antes do *boom* vivenciado pelo segmento evangélico – e analisou-o pelo olhar da religiosidade popular, ao lado do culto à Ana Lídia, menina/mártir beatificada pelo povo do planalto central.

Em sua análise, Beltrão percebe que os grupos populares possuem alternativas próprias de emissão, criação e elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica, da religião oficial e do estado.

Quando se trata das relações entre os comunicadores *folks* e a mídia convencional, algumas situações permitem uma inversão da lógica dominante. Como pontua Ecléa Bosi (1996), do ponto de vista funcional, a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte.

Este conteúdo, quando oral, assimila formas democráticas de produção e disseminação. A informação oral corre como que nas asas do vento, pois o agora ouvinte será

o veículo seguinte. Entretanto, a fim de coletar novas histórias, tal sujeito será ouvinte novamente, em razão da necessidade instintiva da natureza humana de informa-se e informar.

3.6 Folkcomunicação: um entendimento

Como expressa o próprio termo, a Folkcomunicação ocupa-se das formas de comunicação e expressão popular, dos meios pelos quais o povo transmite suas mensagens e opiniões. Sendo o ato de comunicar inerente ao cotidiano das comunidades, a ação está presente em todos os processos sociais. Contudo, numa sociedade composta por um grande número de grupos heterogêneos – seja por motivos étnicos e culturais, seja por distanciamentos socioeconômicos e geográficos – a comunicação se apresenta como um problema basilar da sociedade contemporânea.

Esta questão se agrava em tempos atuais, quando tradição e modernidade andam lado a lado, interferindo mutuamente num processo dialético. Neste contexto, os conglomerados comunicacionais, difusores da cultura urbana dos grandes centros do país, adentram o cotidiano das comunidades e alteram sua cultura, provocando processos de transformação, adaptação ou resistência.

As complexas e eficientes redes dos conglomerados de comunicação, da economia e da cultura, também, agendam os acontecimentos e moldam os estilos de vida dos que habitam os sertões nordestinos. É, nesse movimento de transição, que emergem as tradições. Não para ‘matar a saudade’, mas como parte do processo de articulação da modernidade e do desenvolvimento regional. (TRIGUEIRO, 2000. p. 82)

Luiz Beltrão se debruçou sobre as atividades culturais e comunicacionais de criação e reelaboração empreendidas pelo povo, pelos marginalizados pela comunicação midiática e, a partir de seus estudos, desenvolveu o conceito de Folkcomunicação. Ele trouxe à compreensão acadêmica o valor das produções populares, principalmente ao identificar nelas processos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões, além da resistência cultural frente à cultura hegemônica (BELTRÃO, 1980).

Os comunicadores populares produzem e ressignificam mensagens e conteúdos midiáticos, sob seu próprio ponto de vista e realidade cotidiana, empreendendo processos comunicacionais cujas bases são elementos, direta ou indiretamente, ligados ao folclore. Tais

procedimentos acabam por gerar estratégias peculiares e eficazes de comunicação. Segundo Osvaldo Trigueiro, mesmo sem possuir representação na grande mídia,

esses grupos possuem alternativas próprias de emissão, e criação na elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica. (TRIGUEIRO, 2008, p. 22).

As formas de resistência mencionadas utilizam canais e códigos próprios para preservar sua autonomia diante da avalanche de informações despejada pela grande mídia. Quando Beltrão analisou este contexto, as camadas sociais marginalizadas, privadas de meios de maior abrangência, cujo manejo estava concentrado em mãos privilegiadas, valiam-se “de formas tradicionais e rudimentares de expressão ao seu alcance” (BELTRÃO, 2001, p. 62) para manterem uma oposição à arrancada cultural alienígena.

Em tempos atuais, o poder de formação e alienação cultural do discurso imagético proferido pela televisão foi ampliado juntamente com a difusão tecnológica. Contudo, num contexto de cultura digital e cibercultura, quando mais e mais pessoas, inclusive das comunidades marginais, tem acesso à tecnologia e meios de difusão digitais de custo reduzido, o trabalho de resistência cultural destes grupos são reforçados. A tecnologia entra em jogo não de forma predadora e destrutiva, mas para reforçar, registrar e difundir tradições e valores.

Por mais intenso que seja o poder das mensagens veiculadas pela mídia hegemônica, estas não conseguem suprimir os repertórios culturais vinculados às tradições populares, praticadas e transmitidas pelos atores sociais das comunidades. É impossível impedir as manifestações individuais e coletivas (TRIGUEIRO, 2000).

O que tem ocorrido, na verdade, é uma ampliação nos vários níveis de relacionamento entre a cultura industrial e midiática e a cultura popular. Uma vez que a indústria cultural não é capaz de criar nada novo, de fato, precisa de fontes genuínas onde buscar ideias e materiais. Entretanto, com o maior acesso à informação e tecnologia, advindo na contemporaneidade, não é só a mídia que tem bebido mais no folclore. O povo também desenvolveu novas e eficazes formas de resistência.

É claro que tais processos não se dão sem conflitos e também não sem cruzamentos entre os elementos destes campos culturais distintos. Estes novos caminhos e os resultados advindos dos mesmos ampliam a noção de folclore, enquanto produção de valores, práticas e sentidos advindos do povo.

O popular tem seu sentido constantemente alterado pelos conflitos sociais. Por isso mesmo não deve ser apontado como um conjunto de objetos e artes ultrapassadas, mas sim enquanto uma posição prática, a qual não deve ser fixada num tipo particular de produtos e mensagens. Mesmo elementos que não se originam diretamente do povo pode, por meio da incorporação, assumir a condição de meio folclórico, a qual é outorgada pelo uso e não pela origem ou posição.

Todavia, alguns teóricos e folcloristas insistem em não compreender a cultura popular como algo vivo e em constante reelaboração, rejeitando ou diminuindo o papel das novas manifestações. Diante dessas posições, os estudos folkcomunicacionais vêm ganhando força e se tornando imprescindíveis para a compreensão da cultura popular e sua relação com a cultura midiática.

3.6.1 Ampliando o campo da Folkcomunicação

Luiz Beltrão (1980) ao analisar as estratégias dos grupos marginalizados, também definiu os tipos e características de marginalização possíveis, no contexto brasileiro de então. Para ele, os grupos rurais marginalizados são os habitantes dos rincões sertanejos, os quais não possuem acesso à energia elétrica, transportes eficientes e meios de comunicação eletrônicos. Subinformados, acabam por serem também excluídos e alheios às metas de desenvolvimento adotadas pelas políticas públicas. A ausência de escolas no meio rural mantém estes grupos em situações de analfabetismo ou de baixo-letramento, com um vocabulário peculiar, reduzido e extremamente regional.

Diante desta situação, estes grupos se valem, preferencialmente, das formas orais de comunicação, como as conversas e o relato de atividades e acontecimentos. Também as normas e regras sociais são transmitidas da mesma forma, pela família, pelos mais velhos e pelos líderes comunitários, os quais adquirem este status por meio do reconhecimento.

Já os grupos marginalizados urbanos, de acordo com Luiz Beltrão (1980), são caracterizados por seu reduzido poder aquisitivo, devido aos baixos salários recebidos em empregos, subempregos ou atividades informais que não exigem mão de obra especializada. Além destes, desocupados, pequenos comerciantes, aposentados e praticantes de contravenções e outras atividades ilegais constituem este grupo, o qual, geralmente, habita a

periferia das cidades grandes, em barracos, nas favelas. Tal condição expõe os marginais urbanos a falta de assistência em saúde, planejamento familiar, segurança, educação e lazer.

O acesso aos meios de comunicação, pelos grupos marginais urbanos, é limitado, primeiro por conta do custo dos aparelhos e, principalmente, devido ao baixo nível de instrução formal, o que gera dificuldades em decodificar as mensagens propagadas pela mídia (BELTRÃO, 1980).

Estes grupos não se sentem representados nas mensagens e tipos humanos veiculados pelos meios de comunicação, mesmo quando estes intentam retratar o cotidiano de um marginalizado. Entretanto, o fato de não compreender por completo os conteúdos midiáticos faz com que este grupo faça uma interpretação própria, adequando a mensagem ao seu contexto, o qual é permeado pela pobreza, violência, preconceito e repressão.

Por fim, Beltrão (1980) define os grupos culturalmente marginalizados, os quais são considerados marginais por contestarem a ordem social estabelecida, adotando posturas culturais ou políticas diferentes da vigente e/ou oficial. Estes grupos podem se encontrar inseridos tanto nos grupos marginais urbanos, quanto nos rurais, uma vez que os indivíduos participantes destes grupos encontram-se num, ou noutro contexto.

Meio século se passou desde que Beltrão iniciou seus estudos sobre o folclore e as formas populares de comunicação. Como a cultura é algo vivo e em constantes relações dialógicas, naturalmente sofreu modificações ao longo destes anos, aceleradas principalmente pela incorporação de novos dispositivos produtivos e tecnologias da comunicação. Neste ínterim, também as formas de compreensão acerca dos elementos culturais foram modificadas, em parte para compreender novos fenômenos e as possibilidades advindas de suas práticas.

Desse modo, os estudos teóricos, metodológicos e empíricos da Folkcomunicação vêm sofrendo gradativa transformação, ocupando-se ainda do folclore tradicional, de suas manifestações, folguedos, festejos e dos elementos culturais rudimentares, sem desviar o olhar dos novos grupos de excluídos e marginalizados que agora disputam espaços afirmativos em meios de comunicação.

O conceito de marginal foi ampliado, indo além das classes mais desfavorecidas e dos moradores das localidades rurais. Aliás, mesmo estes, hoje em dia, modificaram seu modo de ser, suas práticas e costumes, principalmente por conta do acesso à informação, energia elétrica, telefonia móvel e educação básica, além da maior facilidade para a aquisição

dos meios de comunicação eletrônicos, principalmente a televisão – e a antena parabólica, a partir dos anos 1980.

No atual contexto, com uma maior pluralidade sociocultural e identitária, nem sempre os marginais estão vinculados às questões de classe, tampouco podem ser mensurados por conta da aquisição de bens de consumo. Nesta conjuntura, novas identidades vieram à tona, trazendo ao debate problemas das minorias étnicas e de gênero e suas lutas por reconhecimento, respeito e por direitos iguais.

Ainda, a mídia vem, cada vez mais, bebendo na criatividade da cultura popular, inserindo, em seus programas, músicas, danças, tradições e culinárias típicas. Diante deste cenário tão amplo e repleto de novos caminhos, uma nova geração de pesquisadores da Folkcomunicação está se formando. Partindo dos estudos iniciais, estes cientistas voltam seus olhares para as novas manifestações, ou mesmo para releituras das tradições estudadas, as quais se tornaram mais complexas, como os ex-votos virtuais, por exemplo, ou sites de literatura de cordel e xilogravura produzida num software.

Da presente análise, conclui-se que os estudos da Folkcomunicação estão consolidados e sua área expandida para além do conceito inicial, e que sua evolução corresponde ao desempenho dos estudiosos desta temática em acompanhar as mudanças culturais ocorridas nas últimas décadas. O intercâmbio cultural permite verificar que a problemática da comunicação a nível das populações de cultura folk e suas relações com a cultura de massa é também objeto do interesse de pesquisa acadêmica (ainda que sob outras denominações) em diversas partes do mundo, inclusive em países onde as populações de cultura folk são absolutamente minoritárias e a cultura de massa tende a ser considerada com expressão cultural única. Ao expandir a área de abrangência dos estudos, coloca-se o desafio de prosseguir na pesquisa para consolidação do conhecimento científico. Impõe o trabalho interdisciplinar e o recurso às diversas técnicas de pesquisa em uso nas ciências humanas e nas ciências de linguagem, utilizadas isoladamente e em combinações variadas, aliadas à experimentação de técnicas próprias e à criatividade, sem prejuízo de vigor científico, na condução das investigações (BENJAMIN, 1999)¹.

3.7 Outras perspectivas teóricas em comunicação comunitária

No âmbito da comunicação popular e contra-hegemônica está a comunicação comunitária. Fruto da necessidade que determinados grupos periféricos, marginalizados e excluídos tinham em se fazer ouvir, a comunicação comunitária desponta, em meados do

¹ Ver referência completa

século XX, por meio da produção de pequenos jornais de bairro, tabloides de movimentos sindicais e setores progressistas da igreja católica, e tem seu *boom* entre as décadas de 1960 e 1980, primeiramente com a implantação das rádios livres e, posteriormente, com o aparecimento dos movimentos vinculados ao vídeo popular e às televisões de rua.

Cicilia Peruzzo (2006) atenta para a necessidade de se estabelecer diferenciações entre os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária, a fim de possibilitar uma melhor compreensão acerca das mesmas. Tal situação se dá por conta do uso inadequado do termo comunitário, desde o final do século passado, para se referir a todo o tipo de mídia alternativa, ou ainda para designar certas produções de cunho popular desenvolvidas pelos grandes meios de comunicação.

A comunicação popular², enquanto forma alternativa de comunicação, tem sua origem nos movimentos populares, ocorridos no Brasil e na América Latina, durante as ditaduras militares que assolaram o continente na segunda metade do século XX. O termo designa um processo de comunicação que emerge dos segmentos excluídos da população, apontando para as manifestações advindas do povo, feitas por ele e para ele, enquanto espaços de participação democrática e instrumentos políticos que expressam anseios por uma sociedade igualitária e socialmente justa. Possui caráter mobilizador coletivo com vistas à formação e participação política.

Por comunicação alternativa, a autora compreende um tipo de mídia não alinhada aos meios comerciais tradicionais, nem submetida ao controle do Estado – no caso histórico dos regimes militares. Representada por pequenos jornais, em geral tabloides, a imprensa alternativa geralmente se posiciona política ou ideologicamente, analisando criticamente a realidade e contestando modelos de desenvolvimento, apresentando-se, de fato, como uma opção, uma alternativa enquanto fonte de informação.

Seja pelo acesso às novas tecnologias ou pela ampliação da concepção da comunicação, no contexto dos movimentos sociais, a comunicação popular ampliou suas ações, deixando de dialogar apenas com pequenos grupos locais, muitas vezes limitados ao

² Aqui, Cicilia Peruzzo se equivoca quanto ao sentido do termo folclore, o que, aliás, é um engano costumaz, cometido por muitos autores. Ela afirma que o termo comunicação popular pode se referir também a outras dimensões, como o popular-folclórico, quando abarca as manifestações culturais tradicionais e genuínas do povo, como literatura de cordel, por exemplo. Cabe ressaltar aqui que esta concepção tem sido rejeitada, tanto por antropólogos, quanto por folcloristas e pelos estudos folkcomunicaçãois, para quem toda manifestação de origem popular é folclore e que este, enquanto saber e cultura do povo, é vivo e não se prende à concepção limitada das antigas tradições. Antes, o folclore dialoga constantemente com as inovações tecnológicas e com a cultura oficial ou com a de massa, dando novo sentido às tradições, ou produzindo novas manifestações. Partindo desse ponto de vista, a comunicação popular é tão antiga quanto à cultura popular de determinado povo, representando historicamente suas formas de expressão e resistência. Assim, no Brasil, a comunicação popular é anterior ao período indicado pela autora.

espaço geográfico, aumentando seu raio de ação e dando espaço para pautas mais plurais que as originais, vinculados apenas aos temas político-ideológico e de contestação. Atualmente voltados também à formação e à educação, tais meios incorporaram o lúdico, a cultura e o divertimento, sem deixar de lado a combatividade.

Ainda abordando a classificação proposta por Peruzzo (2006), além da comunicação popular e da alternativa, há também a comunitária, a qual, em muitos casos, pode ser confundida com as demais. O que ocorre é que, além de todos estes modelos terem o povo como protagonista principal e como destinatário final, na prática, eles não são estanques. Aos se relacionarem umas com as outras, acabam por incorporar conceitos e reproduzir práticas.

Entende-se por comunitários os meios de comunicação cuja propriedade é coletiva, sendo administrada por associações, movimentos sociais e organizações sem fins lucrativos. Além disso, são baseados em princípios públicos, assegurando a participação ativa da população, a difusão de uma programação de interesse social, vinculada à realidade local e cujos conteúdos afirmativos possuem fins educativos e culturais, contribuindo para aumentar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível de conhecimento dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas (PERUZZO, 2007).

Geralmente o termo é empregado para se referir aos meios de comunicação tecnológicos e/ou voltados à difusão de mensagens sonoras e audiovisuais. Por isso mesmo, a mídia comunitária carece constantemente de investimentos, tanto para o acesso aos dispositivos, quanto para sua manutenção e seu conseqüente funcionamento. Apesar das dificuldades operacionais que enfrentam, inclusive por não obter lucros com sua programação, a comunicação comunitária se constitui enquanto importante força contra-hegemônica, no setor comunicacional, em direção à construção de uma nova ordem neste campo (PAIVA, 2007).

Em países como o Brasil, onde a divisão de classes e a dificuldade de acesso à bens e informações é ainda mais evidente, os meios comunitários rompem com a lógica vigente ao assegurar direitos que vão além do acesso à informação, enquanto receptor. Trata-se de garantir aos cidadãos o papel de protagonistas, capazes de participar ativamente da produção e emissão de conteúdos. Como efeito, pode-se observar aumento da autoestima, valorização das identidades e a experimentação de laços e vínculos entre seres-humanos e entre estes e sua história, seu território.

Por sua própria natureza, a comunicação comunitária mostra-se importante porta para

a polifonia, tornando possível a pluralidade de vozes e a inserção de grupos sociais que estão à margem da visibilidade social. Raquel Paiva (2007) aponta a pluralidade enquanto característica prioritária aos meios comunitários. Tal atributo, segundo ela, contribui para a redução de visões preconcebidas e preconceituosas sobre os mais diversificados grupos humanos e propostas.

Além da polifonia, para Paiva (2007), outras propriedades marcam a atuação dos meios comunitários como, por exemplo, o desenvolvimento de novas formas de linguagem e interferências transformadoras no sistema produtivo. Por não ter vínculos com anunciantes, e seus interesses comerciais, nem com estruturas verticais em rede, comuns aos grandes conglomerados comunicacionais, tais meios gozam de grande liberdade editorial e estética. Ao se sentir livre de compromissos econômicos ou políticos, a comunicação comunitária consegue ampliar sua produção discursiva, gerando novas formas de expressão e linguagens.

Em outro viés, a produção comunitária contribui para o desenvolvimento de maior vínculo entre os profissionais envolvidos, assalariados ou não, pois as relações de trabalho e os sistemas produtivos encontram-se menos demarcados pela especificidade de funções – cujo padrão ainda é a linha de montagem – e o profissional envolvido se sente responsável pelo produto final.

É comum, aliás, que quem esteja inserido nos processos de planejamento, gestão ou criação de conteúdo nestes meios seja residente da própria localidade, ou representante de movimentos coletivos inseridos na comunidade, o que serve também para gerar uma estrutura mais integrada e reduzir as distâncias entre receptores e produtores de mensagens, diferentemente da grande mídia, cujo distanciamento entre quem faz e quem consome a mercadoria midiática é cada vez maior.

Na comunicação comunitária, as pautas, as decisões sobre programação, modos de abordagem e mesmo a análise crítica da produção são uma constante alimentadora de todo o processo. É impensável que um projeto de comunicação comunitário efetivo possa sobreviver abdicando de um esquema de interpenetração sociopolítica entre produtores e destinatários. (PAIVA, 2007, p.143)

Independente de quais sejam os vínculos de um veículo comunitário, seus projetos e os laços identitários e ideológicos de seus colaboradores, seu propósito está sempre vinculado à educação e à formação cidadã. Para tanto, atua junto à comunidade e, por vezes, em paralelo com a educação formal. Ainda, a comunicação comunitária pode se mostrar como ambiente

propício para o desenvolvimento de pesquisas sociais e tecnológicas e lugar de reflexão sobre a comunicação.

É preciso, entretanto, ressaltar que não se faz necessário que uma única experiência de comunicação comunitária presente, ao mesmo tempo, todas as características abalizadas, afinal, enquanto veículos alternativos – livres das estruturas engessadas, tidas como padrão pela grande mídia – e pelo fato de serem um constructo coletivo, tais meios estão inseridos num processo de aperfeiçoamento progressivo. Desse modo, mesmo quando não consigam preencher todos os atributos indicados, estes meios podem prestar bons serviços às comunidades onde se inserem.

Aliás, a simples presença de emissoras comunitárias, ainda que não totalmente participativas, já é suficiente para causar efeito imediato na comunidade. Ao veicularem informativos e notícias importantes, capazes de afetar os moradores locais, democratizam o acesso às mesmas, quando transmitirem músicas, interferem no imaginário local, impactam a identidade cultural e a autoestima da comunidade. Ainda, podem se relacionar pessoalmente com os habitantes da localidade ao transmitirem anúncios, dedicatórias, notas de felicitações e pesar, o que contribui para o fortalecimento das relações sociais locais.

Enquanto projeto coletivo, quanto mais democrático e livre de interferências políticas e econômicas for um meio comunitário, mais contribuirá para ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania. Porém, Cicilia Peruzzo (2007) ressalva que não se deve compreender a ausência da finalidade lucrativa como uma restrição à geração de recursos, mas sim que tais meios não sejam movidos por interesses econômicos e que os recursos angariados sejam revertidos para a operacionalização do próprio veículo de comunicação e não para lucro particular de alguém.

Como afirmado anteriormente, a comunicação comunitária pode colaborar, de forma salutar, com a educação da comunidade, seja pela democratização de informações relevantes ao cotidiano local, como profilaxias e cuidados com a saúde, seja pela difusão de conteúdo cultural de valor, ou ainda pela formação cidadã, a qual permite que seus receptores desenvolvam senso crítico sobre seu cotidiano, ou sobre a própria mídia.

Outra forma de colaborar com o nível educacional da comunidade pode se dar de forma mais direta, por meio de cursos e palestras visando à capacitação da comunidade para um envolvimento mais ostensivo com o meio. É parte integrante do movimento da comunicação comunitária, desde seu princípio, a realização de oficinas e cursos de formação cidadã. Tais cursos são geralmente ministrados por ONGs, associações, universidades, ou

mesmo por outros comunicadores comunitários, já envolvidos e capacitados, que atuam enquanto multiplicadores.

Em tais momentos, as pessoas locais aprendem sobre o discurso midiático, linguagem da comunicação, democratização da mídia, diversidade cultural e identidade, além da formação técnica, a qual pode incluir fotografia, design gráfico, uso das redes sociais, operação de rádio, locução, roteiro audiovisual, filmagem e edição. É comum, nestas ações, o maior engajamento de jovens e adolescentes, grupos etários que costumeiramente sofrem com a ausência de atividades lúdicas e culturais, em suas localidades. Todo este envolvimento contribui decisivamente para a valorização da identidade local e o aumento da autoestima.

Ainda, o público participante pode desenvolver habilidades que vão desde a perda da timidez, até o desenvolvimento da criatividade, do espírito de equipe e da liderança. Na vivência cotidiana, nas reuniões de equipe, no relacionamento humano, inclusive com pessoas de idades diferentes, aprende-se a respeitar e valorizar a memória local. Ao se envolverem numa atividade criativa de produção midiática, mesmo aqueles que não irão desenvolvê-la profissionalmente, passam a compreender o processo comunicacional e seus recursos, passando a questionar a validade das informações veiculadas pela imprensa e os produtos que lhe são impostos pela indústria cultural.

É claro que tais contribuições podem também variar entre as diversas experiências de comunicação comunitária, pois, infelizmente, nem todas conseguem pôr em prática as condições ideais para uma maior interferência na formação cidadã local. Cicilia Peruzzo (2007) aponta as ações necessárias a um meio comunitário, a fim de que o mesmo possa favorecer o processo educativo. Para ela, é vital que tal meio sirva como canal para o exercício da liberdade de expressão de todos aqueles que estejam comprometidos com ações de interesse social.

Outra medida importante é instituir a propriedade coletiva e práticas participativas na gestão e na programação, abrindo espaços para a participação direta dos cidadãos, a fim de que possam expressar seus pontos de vista, suas reivindicações e alegrias. Estes espaços podem se dar dentro da programação existente, por meio da veiculação de conteúdos artísticos, ou ainda pela difusão de programas produzidos autonomamente por grupos e organizações coletivas da localidade.

Como forma de assegurar a participação coletiva, cabe também ao meio criar e capacitar uma rede de repórteres populares, para que muitas pessoas se sintam capazes e aptas para atuar na emissora; sistematizar reuniões de pauta, que contem com a participação de

representantes de entidades locais; e organizar assembleias, conselhos e comissões que assegurem ao cidadão, produtores ou receptores, espaço e voz decisória no planejamento e na gestão da emissora. Além disso, é preciso implantar mecanismos de avaliação da programação e da atuação do meio, a fim de corrigir erros e distorções e conduzir a emissora em direção ao aperfeiçoamento constante.

Um meio de comunicação comunitário atuante desenvolve sua programação como uma alternativa à grande mídia, tratando de temas vinculados à realidade concreta do lugar onde a emissora se situa, sem, entretanto, agredir valores éticos e as alteridades. Em tempo, valoriza produções locais, difundindo a criatividade popular, gerada na própria comunidade e dá prioridade a conteúdos de qualidade, voltados ao interesse público local e ao bem-estar coletivo, tratando não só de problemas, mas dos festejos, das melhorias em infraestrutura e das conquistas dos movimentos populares (PERUZZO, 2007).

Por fim, um meio comunitário precisa manter seu caráter mobilizatório, ao incentivar a participação popular e independente, evitando vínculos que comprometam esta característica, como empresas, partidos políticos e igrejas, por exemplo. Ao realizar qualquer tipo de arrecadação e aplicação de recursos, é preciso que isto seja feito de forma transparente, com decisão conjunta.

Na perspectiva de uma comunicação pública, a importância da comunicação comunitária, enquanto meio facilitador do acesso à informação e diversidade, bem como espaço de fomento ao exercício dos direitos e deveres de cidadania, é inegável em muitas localidades no Brasil, principalmente em comunidades desassistidas pelos poderes constituídos e carentes de políticas públicas. A relevância e as potencialidades da comunicação comunitária serão aprofundadas no próximo capítulo.

3.8 Uma história da comunicação comunitária

A comunicação contra-hegemônica comporta uma extensa lista de formas de expressão e produção de sentido, abarcando desde a oralidade, dança ou teatro de rua a manifestações contemporâneas, como o grafite, a tatuagem e as diversas possibilidades advindas com a internet. Para fins de estudo, costuma-se compreender a comunicação comunitária como uma categoria, em meio ao universo da mídia radical, que compreende as produções comunicacionais, desenvolvidas por grupos comunitários, que operam de forma

próxima aos contornos midiáticos tradicionais, como o jornal, o rádio ou a televisão, por exemplo, com acentuada diferença quanto a questões de propriedade, lucro e participação popular.

Fruto da expansão dos jornais sindicais e da imprensa alternativa, a partir dos anos 1930 e 1940, no Brasil, os jornais de bairro representam bem esta categoria. Historicamente, tanto sua produção, quanto sua circulação, estavam restritas à sua localidade de origem ou ao grupo social a quem representava. A partir do acesso a inovações tecnológicas, movimentos sociais e eclesiásticos, aliados a associações de moradores, passaram a desenvolver outras maneiras de expressão que fossem capazes de transmitir ideologias, lutas e manifestações culturais populares.

A partir dessa contextualização, geralmente considera-se comunicação comunitária as formas de expressão que, além de contar com o protagonismo popular em sua concepção e desenvolvimento, se valem de ferramentas e dispositivos tecnológicos para produzir, veicular ou transmitir conteúdos sonoros ou imagéticos, tais como rádio, televisão e vídeo.

Historicamente, a comunicação comunitária se desenvolve em meados do século XX, num momento imediatamente posterior à segunda grande guerra. Tal período é marcado por intensos conflitos sociais, cuja pauta de reivindicação ampliou à tradicional agenda dos movimentos trabalhistas e sindicais, dando origem aos novos movimentos sociais (GIDDENS, 2012).

Além da inserção das questões raciais e de gênero na ordem do dia, tais mobilizações passaram a lutar por qualidade de vida, meio ambiente, bem estar animal, valorização cultural e pela democratização da comunicação. A ausência de espaços formais para exercer seu direito à voz, ou mesmo a total proibição de expressão ideológica, levou diversos grupos, em países e realidades distintas, a empreender a mesma ideia: construir seus próprios espaços.

Pode-se afirmar, então, que boa parte dos primeiros meios comunitários surge em meio aos movimentos políticos contestatórios e enquanto reação ao monopólio das comunicações, tanto por parte do Estado, como das grandes corporações midiáticas comerciais.

As primeiras tentativas de gestão popular da radiodifusão remontam à segunda metade dos anos 1920, na Áustria e EUA. Tais ações, embora não tão bem sucedidas, serviram de base para projetos semelhantes que despontaram, a partir dos anos 1950, em vários países. Outra iniciativa surgida na primeira metade do século XX é da Rádio Espana

Independente, na Espanha, cujas transmissões clandestinas começaram em 1941 e se estenderam por 30 anos, enfrentando a ditadura franquista.

Apesar da experiência eficiente da rádio revolucionária espanhola, considera-se, enquanto marco da comunicação comunitária, os movimentos das rádios livres italianas e das rádios piratas inglesas, principalmente pelo aspecto da participação popular. Declarados ilegais pelas leis inglesas, alguns projetos populares de radiodifusão, a partir de 1958, montaram seus transmissores dentro de barcos, passando a operar fora das águas territoriais da Grã-Bretanha, como forma de burlar a tutela estatal. Enquanto símbolo de resistência, estas rádios hasteavam uma bandeira negra nos mastros dos barcos emissores, sendo então chamadas de rádios piratas.

O movimento das rádios livres, por sua vez, teve seu início na Itália, em 1975 e se estendeu à França, em 1978. Com o intuito semelhante ao movimento inglês, as rádios livres visavam perfurar o monopólio estatal das telecomunicações, valendo-se de transmissões de rádio ilegais e não autorizadas. Tais emissoras estimularam a participação da sociedade no desenvolvimento de conteúdos, incentivando as pessoas a sair da condição de ouvintes passivos para a de agentes ativos de seus discursos, colocando no ar as suas ideias (MACHADO; MAGRI E MASAGÃO, 1987).

O surgimento das rádios livres, na América Latina, está diretamente vinculado aos movimentos de libertação e redemocratização, ocorridos a partir dos anos 1950, como os mineiros da Bolívia e os guerrilheiros de El Salvador e Nicarágua, os quais construíram transmissores para emitir notícias, opiniões críticas e conteúdo de formação política aos cidadãos de seus países. Entre 1958 e 1959, a Rádio Rebelde, criada pelos revolucionários cubanos, funcionou como importante instrumento de combate.

No Brasil, as primeiras experiências com radiodifusão alternativa se deram na década de 1970, durante o período de forte repressão da ditadura civil-militar e se intensificaram a partir de 1985. Mesmo com a redemocratização do país, a intensa perseguição, orquestrada pelo Estado e pelas grandes corporações midiáticas, fazia com que tais transmissões quase sempre não se estendessem além de poucos dias, com raras exceções.

Proibidas por lei de transmitir, as rádios livres brasileiras operavam na clandestinidade, realizando constantes migrações dos seus transmissores, a fim de que os mesmos não fossem localizados pelo DENTEL – Departamento Nacional de Telecomunicações. Com a radiodifusão alternativa sendo considerada um ato criminoso, tal

departamento realizou um grande número de apreensões, lacrando ou destruindo transmissores e prendendo muitos comunicadores comunitários.

A radiodifusão comunitária foi regulamentada no Brasil por meio da lei Nº 9.612, promulgada apenas em 1998 – após mais de duas décadas de luta e três anos depois da regulamentação das televisões comunitárias, inclusas na lei Nº 8.977, de 1995, conhecida como Lei do Cabo. Em ambos os casos, além do atraso na criação dos códigos que legalizaram a comunicação popular, outros pontos e discussões importantes são ausentes, ou insatisfatórios, deixando de atender as demandas reais destes meios.

Os meios comunitários, no Brasil, estão organizados em várias instituições de abrangência nacional, cujas finalidades vão desde a colaboração técnica e assessoria jurídica à mobilização junto ao governo em prol de suas demandas. Além da AMARC Brasil, capítulo nacional da Associação Mundial de Rádios Comunitárias, outras instituições representam os interesses do setor, entre elas a ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária, a ABCCom – Associação Brasileira de Canais Comunitários e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC.

3.9 Televisão comunitária: das ruas ao cabo

As experiências de televisão comunitária, em diversas partes do mundo, estão vinculadas às atividades de videoativismo – prática política, desenvolvida no final dos anos 1960, enquanto meio de registro, expressão, mobilização e formação cidadã. Os novos movimentos sociais, surgidos no bojo dos movimentos contestatórios, em meados do século XX, não só ampliaram a pauta de reivindicações, como passaram a empreender o uso da produção audiovisual em suas atuações, valendo-se, inicialmente, dos formatos cinematográficos 8mm e Super8, cuja operacionalidade era complexa e os custos altos.

Inicialmente pensado como um simples suporte técnico para a programação da televisão, o vídeo chegou às mãos de usuários domésticos e universidades no final dos anos 1960 e início dos anos 1970, trazendo novas possibilidades às experimentações audiovisuais e cinematográficas. Apesar de não se tratar de uma tecnologia tão barata, era muito mais acessível e econômico que o cinema. Tal acessibilidade foi se ampliando, gradualmente, ao longo dos anos, muito por conta das evoluções tecnológicas, as quais baratearam os custos dos dispositivos.

Além do menor preço, se comparado às películas, o vídeo apresentava várias vantagens, como a fácil operacionalização e transporte. Por se tratar de um equipamento eletrônico, o vídeo era muito intuitivo em seus comandos de gravação – uma única pessoa poderia manuseá-lo, mesmo sem grandes habilidades ou experiência. Apesar de grandes, para os padrões contemporâneos, as câmeras de vídeo também eram mais leves e, em muitos casos, menores que algumas câmeras de cinema.

Outros benefícios cooperaram para a incorporação do vídeo pelos movimentos sociais. A exibição instantânea, por exemplo, permitia que tudo o que tivesse sido registrado pela câmera pudesse ser visualizado imediatamente após a gravação, ao contrário das películas, que demandavam um processo caro e demorado de revelação, com o risco de, inclusive, perder o conteúdo filmado.

A lista de conveniências do vídeo incluía também a facilidade de cópias e de armazenamento, além da exibição e distribuição. Tão importante quanto a câmera de vídeo, para as televisões de rua, foi a comercialização de projetores – com preço e operacionalidade igualmente mais acessíveis que os de cinema.

Um público variado passou a incorporar o vídeo às suas produções, valendo-se de suas vantagens e cunhando novos formatos criativos. Se o vídeo nasceu como suporte para televisão e, naturalmente, herdou algumas características produtivas do cinema, foi graças a todas estas experimentações e cruzamentos que a nova tecnologia se tornou um meio de comunicação em si, com linguagem própria.

Além das atividades vanguardistas, a nova mídia mostrou-se útil enquanto ferramenta eficaz de oposição direta aos meios de comunicação já estabelecidos. A frase dita naquele período, pelo artista sul-coreano Nam June Paik, expressa bem o sentimento em relação às novas potencialidades do audiovisual: “a televisão tem nos atacado, e às nossas vidas; agora nós podemos atacar de volta” (ALMEIDA, 1985, p. 44). Não só Paik, que se tornaria expoente da videoarte, como outros nomes se aproveitaram da tecnologia para ampliar sua autonomia de criação.

Um dos que primeiro perceberam as possibilidades da nova tecnologia e resolveram realizar experimentações foi o cineasta francês Jean-Luc Godard. Em maio de 1968, durante os manifestos populares, Godard utilizou uma câmera de vídeo para registrar a movimentação estudantil da França, durante o dia, promovendo sessões de exibição do material, às noites, numa livraria de Paris.

Posteriormente, Godard não só produziu um grande número de materiais voltados à comunidade como colaborou com algumas associações que se dispuseram a fazer o mesmo. “Dentro de uma perspectiva de utilização do vídeo como meio de animação cultural e comunitária, o Ateliê de Técnicas de Comunicação - ATC, baseado em Paris, realizou um sólido trabalho audiovisual” (ALMEIDA, 1988, p. 33) com intuítos que iam desde a revitalização urbana à educação sexual.

O videoativismo, surgido na França, em 1968, se espalhou pelos Estados Unidos e pela Europa, na década de 1970 e chegou ao Brasil, nos anos 1980. Neste período, alguns grupos, associações e universidades tiveram acesso aos equipamentos de produção, antes restritos às emissoras comerciais e começaram a criar materiais informativos ou com denúncias sociais. “Tratava-se da geração do vídeo independente (...) que buscavam explorar as possibilidades da televisão enquanto sistema expressivo e transformar a imagem eletrônica num fato da cultura de nosso tempo” (MACHADO, 2001, p. 26).

Os grupos em questão produziam materiais voltados à comunidade e depois os exibiam, alguns diariamente, em praça pública, utilizando telões e caixas de som, originando um movimento, de alcance nacional, conhecido como TV de Rua. Luiz Fernando Santoro (1989) aponta o ano de 1983 enquanto marco inicial do videoativismo no Brasil. Em julho deste ano, a Universidade Metodista de São Bernardo do Campo realizou uma oficina de capacitação em vídeo, voltada para grupos e movimentos populares do ABC, a fim de incentivar o uso dos equipamentos audiovisuais para fins de intervenção social.

Outro evento marcante para o surgimento do movimento do vídeo popular foi o I Encontro Nacional de Audiovisual e Videocassete para a Evangelização no Meio Popular e Grupal, realizado em Teixeira de Freitas, na Bahia, em 1984. Neste mesmo ano, o número de materiais produzidos por movimentos populares já era tão considerável, que a INTERCOM e a UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação Social – organizaram a I Mostra Brasileira de Vídeo Militante, que não chegou a acontecer por intervenção da Polícia Federal (SANTORO, 1989).

Em seus primeiros anos, o vídeo popular brasileiro esteve muito vinculado às atividades sindicais, tanto que se considera a TV dos Trabalhadores, da CUT, a primeira experiência concreta na área. Entretanto, a partir de 1986, alguns grupos sociais e associações de moradores passaram não só a produzir conteúdos, mas também a espalhar telões em locais estratégicos, a fim de exibir os mesmos.

Dentre tais experiências, destacaram-se a do grupo Lilith Vídeo, formado por militantes dos movimentos feministas de São Paulo, cujas produções estavam voltadas para retratar e questionar as condições impostas às mulheres na sociedade contemporânea e alertá-las sobre seus direitos e cuidados com a saúde. Outras iniciativas importantes foram a TV Olho e a TV Maxambomba, no Rio de Janeiro; a TV Bixiga, em São Paulo e TV Viva, em Pernambuco.

A TV Maxambomba surgiu em 1986, na Baixada Fluminense, subúrbio do Rio. Vinculada à ONG CECIP – Centro de Criação de Imagem Popular – este projeto de vídeo comunitário surgiu a partir da necessidade de incrementar os contínuos protestos locais contra o descaso da prefeitura para com o bairro, sua segurança, saneamento básico e urbanismo (DOWNING, 2004).

Voltada inicialmente ao movimento contestatório e à cidadania, saúde e meio ambiente, a TV Maxambomba, num segundo momento, ampliou seus temas a tudo o que dissesse respeito às atividades comunitárias e à cultura local, cobrindo partidas de futebol da periferia, blocos de rua de carnaval, festas juninas, Folias de Reis. Tal iniciativa permitiu à mesma aumentar sua penetração e consideração junto aos moradores, levando ao crescimento do número de pessoas que frequentavam suas exposições públicas.

Tomada como modelo por outros projetos semelhantes, a Maxambomba firmou uma parceria com o Núcleo de Vídeo do Instituto Philippe Pinel, oferecendo capacitação para a implantação de uma iniciativa inédita, a TV Pinel, cujas produções eram realizadas por funcionários, usuários e ex-usuários da instituição psiquiátrica.

Outro projeto pioneiro de destaque, com reconhecimento nos âmbitos nacional e internacional, foi a TV Viva, em Pernambuco. Desenvolvida pelo Centro Cultural Luiz Freire, na cidade de Recife, a partir de 1984, a TV Viva teve muitos de seus programas exibidos também pela TV Universitária de Pernambuco, pela TV Pernambuco e pelas tevês Gazeta e Cultura, ambas de São Paulo. Em 1985, a TV Viva recebeu o prêmio Vídeo Brasil, pelo conjunto de suas produções e, em 1987, ganhou o maior prêmio da categoria vídeo do Festival do Novo Cine Latino-Americano, em Havana.

A metodologia de trabalho da TV Viva inspirou o trabalho de outras instituições, principalmente por buscar uma linguagem mais próxima de seu público-alvo, bebendo na cultura popular, no modo de ser, falar, pensar de sua audiência. Santoro (1989) destaca que a TV Viva não recorria aos formatos jornalísticos padrões para veicular suas informações. Antes, visando atrair a atenção dos moradores das comunidades, a tevê recifense elaborava

programas que utilizavam o humor, a arte e a linguagem coloquial, com gravações nas ruas, música e a preocupação em retratar o cotidiano das pessoas, suas alegrias e problemas.

Entre os anos 1980 e meados dos anos 1990, outras iniciativas de vídeo popular surgiram no país, como a TV Liceu, em Salvador; TV Mocaranga, em Santarém, no Pará e a TV Ovo, em Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Em Recife, por influência direta da TV Viva, foram criadas ainda a TV Matraca e a TV Mangue.

Certamente, cada uma das experiências citadas tinha suas peculiaridades. Entretanto, possuíam características muito próximas no processo produtivo, cuja estratégia era a participação direta da população local na produção da mensagem e na operacionalização prática. Em alguns casos, quando as associações tinham demandas para a realização de conteúdos, mas não detinham o conhecimento técnico, ou algum equipamento, entrava em cena a solidariedade. Nestes casos, alguma entidade local como igrejas, ONGs, sindicatos, projetos sociais, escolas e universidades estabeleciam parcerias e cediam materiais humano e tecnológico, por vezes também ensinando a manusear os mesmos.

As televisões de rua, assim como as rádios livres e os jornais sindicais e de bairro, são o cerne do movimento de comunicação popular, no Brasil e estão diretamente ligadas às lutas sociais por melhores condições de vida. Em comum, estes meios privilegiam a produção participativa de conteúdos, possibilitando que os sujeitos ocupem o papel de atores sociais. Tal protagonismo tem como proposta possibilitar a apropriação da linguagem midiática por moradores da comunidade, os quais podem falar de seu cotidiano e de suas vidas, valendo-se dos materiais produzidos por eles mesmos, conquistando uma outra visibilidade para as questões sociais, políticas e culturais do contexto em que vivem (MIRANDA, 2000).

O protagonista – no caso do vídeo popular, o videoativista – é alguém que, de acordo com Thomas Harding (2001), usa o vídeo como forma de luta pela justiça social ou proteção ambiental. Em suas mãos, uma câmera torna-se um poderoso instrumento político, capaz de promover uma conscientização comunitária ou denunciar questões que vão do descaso do Estado com saúde e qualidade de vida, até abusos da força policial contra manifestantes ou comunidades frágeis.

As práticas de vídeo popular lançaram as bases para outras experiências em televisão comunitária, como as tevês de baixa potência e as atuais emissoras comunitárias veiculadas via cabo. Além das diferenças técnicas, vale lembrar que as primeiras, por falta de regulamentação, são consideradas clandestinas, enquanto que os canais via cabo são permitidos e assegurados por lei.

Por televisão de baixa potência, compreende-se as transmissões que se valem de poucos watts para emitir seus sinais, em canal aberto e na frequência VHF, geralmente com pouca amplitude, abrangendo áreas específicas. Tais experimentos, assim como as tevês de rua, intentam abrir espaços para a livre expressão e para a crítica aos modelos televisuais mercadológicos (PERUZZO, 2007). Os experimentos pioneiros surgem quase ao mesmo tempo em que as iniciativas das rádios livres, sendo chamadas de tevês livres. As primeiras televisões comunitárias de baixa potência foram criadas na Itália e na Holanda, em 1972, sendo declaradas ilegais, em ambos os países, no mesmo ano.

A primeira tentativa brasileira ocorreu em 1985, na cidade de Sorocaba, em São Paulo. A TV Livre preparou conteúdo e estrutura técnica para entrar no ar, em 15 de agosto daquele ano. Contudo, o mesmo DENTEL que fechava as rádios livres e efetuava prisões e apreensões, ficou patrulhando as imediações da tevê, impedindo-a de entrar no ar e executar seu objetivo básico que era “criticar a obsolescência da lei de telecomunicações e forçar mudanças na legislação de modo que fossem permitidas transmissões locais e comunitárias” (PERUZZO, 2007, p.17).

Somente em 1986 ocorreria, de fato, a primeira transmissão do gênero, no Brasil. A TV Cubo entrou no ar, pelo canal 03, na região do Butantã, zona sul da capital paulista, tendo à frente os mesmos idealizadores da Rádio Xilik, projeto de rádio livre da mesma cidade. Nos anos seguintes, foram registradas outras ocorrências de transmissões televisuais clandestinas, em baixa potência, tanto em São Paulo, como no Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre.

Tais experiências não avançaram por conta da forte fiscalização do DENTEL e das consequentes penalidades impostas aos seus praticantes. Soma-se a isso a falta de estrutura técnica e a dificuldade em se manter uma periodicidade regular de transmissão, devido à necessidade constante de mudar o transmissor de lugar, ou mesmo desligá-lo, por vários dias, a fim de despistar os fiscais. Apesar disso, serviram para fomentar o debate sobre a democratização da comunicação e difundir um pensamento crítico sobre as televisões comerciais e seu conteúdo.

A luta por espaços comunitários na tevê brasileira criou força e fez chegar à esfera política as discussões sobre tal demanda. Na ocasião da regulamentação da televisão por assinatura, com transmissão via cabo, no país, os canais comunitários foram inclusos na condição de canal básico de utilização gratuita.

A lei 8.977, de 06 de abril de 1995, conhecida como Lei do Cabo, regula a operacionalização dos canais e operadoras, na modalidade cabo, no país. Dentre as obrigações impostas às concessionárias, está o compromisso em disponibilizar seis canais básicos de utilização gratuita às instituições sociais, educativas, culturais e da administração pública; sendo três canais legislativos, para o Senado Federal, Câmara dos Deputados e Assembleias Legislativas; um canal universitário, um canal educativo-cultural, destinado à órgãos governamentais que atuem neste setor; um canal do Poder Judiciário e um canal comunitário, o qual deve ser administrado por entidades e associações sem fins lucrativos e sem vínculos governamentais.

Os canais comunitários, segundo Cicília Peruzzo (2007), se diferenciam das experiências anteriores de televisão comunitárias, principalmente por serem canais televisuais regulamentados e assegurados por lei, tendo a prerrogativa de entrar na casa dos assinantes e a possibilidade de manter certa periodicidade em sua transmissão, estruturando até mesmo uma grande programação.

Como sua administração está vinculada a associações e organizações sociais, tornam-se espaços plurais e ecléticos, contando com a participação de várias entidades, tanto na produção de conteúdo, quanto na gestão. Livres de interferências estatais, diferentemente das outras emissoras públicas, se mantêm por meio de contribuições, taxas e repasses de associados, rateios de custos e prestação de serviços.

Não se pode negar que a instituição de um canal comunitário, nas operadoras de cabo, representa um avanço, no que diz respeito aos processos de democratização dos meios de comunicação. Advindos de intensas negociações entre movimentos sociais e governo, pressionado pelas empresas midiáticas, trata-se de um passo importante, com vistas à sua ampliação futura, a qual deve ocorrer durante o momento de digitalização da tevê brasileira, com a multiplicação de canais abertos e a conseqüente destinação de alguns destes espaços para instituições sociais e comunitárias.

Cabe, entretanto, uma ressalva quanto às limitações presentes em tal conquista. A primeira diz respeito à sua natureza. Embora canais de uso público, não são canais de acesso público, pois sua regulamentação favorece o acesso apenas de entidades de certos segmentos da sociedade e que possuam registro legal, diferentemente dos canais norte-americanos, cujo espaço está aberto à participação de qualquer cidadão ou grupo organizado (PERUZZO, 2007).

Outro ponto diz respeito às próprias limitações impostas pelo sistema de televisão a cabo, cuja oferta nem sempre é disponível nas localidades que produzem os conteúdos do canal e cujo acesso é restrito a um público seletivo, com poder aquisitivo de médio a alto. Para um meio que pretende abrir espaços à comunicação e cultura popular, democratizando informação e difundindo conteúdo de qualidade, mostra uma grande incoerência restringir o acesso ao canal comunitário a quem possa assinar um serviço de televisão.

Ainda, por não poderem manter atividades com fins lucrativos, nem contarem com subsídios governamentais, os canais comunitários enfrentam sérias dificuldades para produzir conteúdo e enviar programação às operadoras de cabo. Embora hoje a produção seja facilitada pelo barateamento dos dispositivos audiovisuais digitais, tais tecnologias não são gratuitas.

Entretanto, mais complicado ainda é o envio do sinal à operadora, que deve ocorrer por conta da tevê comunitária, uma vez que cabe às empresas de cabo apenas a disponibilização do canal. Além de um *playlist*, servidor dedicado à organização e execução da programação, o sinal da emissora, para ser enviado, precisa de um decodificador de áudio e vídeo e uma estrutura de *streaming* ou de fibra ótica, ambas com alto custo.

Tais dificuldades operacionais foram cruciais para que os primeiros canais comunitários só entrassem em operação em 1996, um ano depois da aprovação da Lei do Cabo. O Canal Comunitário de Porto Alegre iniciou suas transmissões em 15 de agosto, sendo seguido pela TV Carioca, em 30 de outubro, no Rio de Janeiro. Em 1997, foram ao ar as experiências de São Paulo, Belo Horizonte e Brasília.

4. CANAL CAPIBARIBE: O CANAL COMUNITÁRIO DE RECIFE

4.1 Contextualização histórica

Seguindo a trilha aberta pelas experiências de televisão de rua, em Recife, outros movimentos locais buscaram utilizar as novas tecnologias audiovisuais com o propósito de levar à comunidade conteúdos voltados à democratização da cultura e ampliação da educação e cidadania; oferecendo alternativas à programação majoritariamente ligada ao entretenimento e submetida à dinâmica do capital praticada pelos canais comerciais tradicionais.

Fazendo valer a já mencionada Lei do Cabo, de 06 de abril de 1995, a qual permite e regulamenta a utilização de canais básicos de uso gratuito em operadoras de televisão a cabo no Brasil; em 2001, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife implantou o Canal Capibaribe, primeira televisão comunitária, por teledifusão, do Nordeste brasileiro.

Administrada pela Associação das Entidades Coordenadoras e Usuárias do Canal Comunitário do Grande Recife, o Canal Capibaribe tem sua sede no bairro de Campo Grande, região metropolitana da capital pernambucana e alcança quatro municípios do estado – Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes e Paulista – por meio do canal 14 da operadora de TV por assinatura *Sim TV*, antiga *Cabo Mais*.

A associação que administra o canal é uma espécie de organização que reúne, em si, diversas outras entidades culturais, movimentos sociais e grupos folclóricos, os quais se associaram a fim de desenvolver, organizar e utilizar a televisão comunitária como um canal de voz a serviço da promoção da cidadania, do debate de ideias e para a difusão de suas atividades.

Assim como nas tevês de rua, a programação dos canais comunitários via cabo tende a ser pluralista e contribui para a educação, cultura e desenvolvimento comunitário. Elas desconstruem a linguagem padrão e buscam outros pontos de vista para tratar dos assuntos que estão vinculados, direta ou indiretamente com o interesse local, a fim de conseguir uma comunicação efetiva com os setores excluídos da população, ouvindo sua voz e levando em conta opiniões diversas, incentivando a mobilização social e a cidadania e concretizando a democratização da comunicação.

A escolha de sua coordenação se dá a partir da consulta realizada entre os representantes das instituições que compõe a associação que administra o canal e respeita o princípio do interesse coletivo do grupo. Isso evita que o canal possua uma espécie de dono,

um diretor vitalício que, ao assumir tal postura, não só fecha as portas aos ideais democráticos que permeiam a comunicação comunitária, como também impõe seus interesses pessoais acima do bem estar comum.

Atualmente, a coordenação do Canal Capibaribe está a cargo de Willamy Tenório, um jovem que está envolvido com as atividades do canal, há mais de dez anos. Atuando com comunicação comunitária desde sua adolescência, Will – como é mais conhecido – foi fruto das atividades de formação técnica e política do canal. Aluno de algumas das primeiras oficinas ofertadas pela associação, hoje ele é multiplicador do conhecimento, formando outros adolescentes.

4.2 A questão do financiamento

Há, no Brasil, uma diversidade em tipos de canais públicos de comunicação, os quais visam atender interesses e demandas de diversos órgãos e instituições. Diante das televisões educativas, legislativas e universitárias, as tevês comunitárias são hoje a experiência que mais se aproxima do ideal de televisão pública, principalmente por não estarem ligadas ao Estado ou a nenhum órgão oficial e por ter seu conteúdo produzido, de fato, por moradores de comunidades, membros de associações ou de ONGs com atuação local.

Feita pelo povo, o qual se vale das novas tecnologias digitais, as emissoras em questão estão inovando linguagens e conceitos e mostrando que é possível ter qualidade, mesmo quando não se dispõe de recursos financeiros. Por não terem interesses e práticas comerciais, os canais comunitários enfrentam as mesmas complicações financeiras das experiências antecessoras de comunicação comunitária. Ao serem privados pela legislação em vigor de desenvolver atividades lucrativas, sobrevivem de doações, contribuições e pequenos serviços prestados à população.

Criadas por meio de processos de mobilização popular e da iniciativa de entidades sociais, sindicais e organizações não governamentais e sem fins lucrativos, os canais comunitários fazem de sua maior deficiência – a ausência de recursos financeiros – a sua maior arma. Não estando atrelados, nem sob influência direta de poderes políticos ou de conglomerados industriais ou comerciais, gozam de certa liberdade para inovar sua linguagem e produzir conteúdos livres que valorizem e dialoguem com a diversidade.

Na verdade, as práticas de televisão comunitária, via cabo, seguem padrões de mobilização e engajamento já existentes em outras práticas voltadas à comunicação contra-hegemônica, vinculadas aos processos de resistência e sobrevivência cultural. O que ocorre, de fato, é que as novas tecnologias audiovisuais apenas incrementaram o poder de fogo de tais grupos e ampliaram sua atuação, agregando também mais pessoas.

Por conta do acesso às tecnologias da comunicação, experimentado nos últimos anos, é natural que o *comunicador folk* e sua comunidade, para se fazerem ouvir mais eficazmente, se apoderem destes novos meios, em especial a internet e os aparatos audiovisuais. Como afirma Peruzzo (2007), durante muitos anos, a comunicação popular e comunitária no Brasil ficou restrita a meios elementares e artesanais de expressão.

Com o desenvolvimento tecnológico atual, aliado a mobilização civil, novas manifestações comunicacionais estão se configurando. Desse modo, o que há muito tempo só era possível de se realizar apelando para a ilegalidade idealista, como a transmissão de imagens e sons, hoje não só é possível de se fazer, como é também fácil de executar.

Não se pode ignorar o papel das tecnologias de produção audiovisual, bem como da sua técnica operacional, para garantir a manutenção destes canais. Como pontua Dênis de Moraes, “a digitalização, além de reduzir custos e ampliar o acesso às tecnologias a faixas mais amplas da sociedade, ainda que de maneira desigual, viabilizou o crescimento exponencial da oferta de canais, produtos, serviços e conteúdos” (MORAES, 2011, p. 35).

No caso do Canal Capibaribe, parte dos equipamentos foram adquiridos por meio de parcerias temporárias, celebradas ao longo destes anos, e de editais públicos de fomento à produção cultural ou audiovisual, nos âmbitos municipal, estadual, federal ou por meio de convênios com instituições internacionais.

A emissora, além de Ponto de Cultura Audiovisual, conveniado com o Programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura, por vezes contou com o apoio da Fundação Cultural do Estado de Pernambuco – FUNDARPE e do Programa Multicultural da Prefeitura do Recife. Além disso, nos últimos anos, o canal tornou-se associado à tevê internacional Telesur – Televisión del Sur, rede de televisão pública multiestatal, com sede na Venezuela, cuja cobertura abrange o continente sul-americano.

Apesar destes convênios e apoios, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife, associação administradora da TV, também sobrevive por meio de doações individuais ou da prestação de serviço à sociedade civil, por meio de filmagens de eventos e produção de materiais institucionais para diversas organizações. Vale ressaltar que, apesar da extensa

produção própria, a qual vai de reportagens a documentários, nenhum de seus vídeos é comercializado. Além dos materiais encontrarem-se disponíveis na internet, caso seja solicitada alguma cópia ao canal, tal pedido é atendido de forma gratuita.

4.3 As experiências das oficinas

As diversas formas e manifestações da comunicação comunitária possuem diversas práticas em comum, entre elas, a de realizar atividades de capacitação ideológica, política e técnica em meio à comunidade, a fim de capacitar seus integrantes ao uso eficiente das ferramentas comunicacionais, bem como ao exercício eficaz das suas práticas. Aliás, certamente as experiências dos jornais de bairro e sindicais, das rádios comunitárias ou do vídeo popular, por exemplo, não teriam obtido o êxito alcançado sem a participação popular, a qual não se consegue sem as atividades de formação capazes de mobilizar, despertar o olhar crítico e preparar a mão de obra para o trabalho.

Uma rápida observação histórica a respeito da manutenção das culturas populares e de seus valores e práticas – os quais compõe o vasto leque da comunicação folclórica – pode apontar para uma intensa atividade voltada à transmissão de saberes tradicionais. Estes exercícios de ensino-aprendizagem geralmente ocorriam entre gerações distintas, permeadas pelo respeito à sabedoria e ao conhecimento dos mais velhos e valendo-se da oralidade como meio de difusão dos conteúdos.

Embora os suportes e meios tenham se modificado, a necessidade de mobilizar e formar outras gerações, a fim de que sejam mantidas vivas as práticas folkcomunicacionais, ainda permanece a mesma. Desse modo, não há como pensar a cultura popular – e a comunicação comunitária é parte dela – sem analisar a importância do trabalho de propagação do conhecimento aos que levarão adiante tal ideal.

No Brasil, as mobilizações em torno da difusão dos ideais e práticas da comunicação comunitária contaram, desde seu princípio, com as oficinas e cursos de capacitação. Inicialmente ministrados por jovens universitários, artistas ou mesmo comunicadores profissionais, estes cursos formaram uma geração que prosseguiu, na condição de multiplicadores, formando outros radialistas ou videoativistas.

A prática não tem sido diferente no Canal Capibaribe. Entre os objetivos do canal, ao lado da valorização da diversidade e da democratização da comunicação, figura a formação

audiovisual de jovens e adolescentes advindos das comunidades envolvidas em seus projetos. Assim, a formação cidadã e técnica têm sido levadas a sério desde o início das atividades da emissora comunitária, com as primeiras oficinas remontando ao período da criação da tevê, em 2001 e 2002.

Desde então, o canal tem realizado oficinas de formação cidadã, produção de documentários e reportagem comunitária, entre outras, com jovens estudantes de escolas públicas de bairros periféricos da cidade. Por estas oficinas, cuja carga-horária tem, em média, 100 horas, já passaram mais de 600 jovens que, além da capacitação técnica, são estimulados a pensar criticamente acerca das questões culturais e sociais de sua comunidade.

As oficinas e cursos de formação em questão se constituem num diferencial, uma vez que, quase sempre, os principiantes em produção audiovisual tendem a seguir modelos e padrões instituídos pela grande mídia, reproduzindo comportamentos e estéticas. Contudo, o trabalho desenvolvido pela associação incentiva a valorização da própria comunidade, do saber popular, das formas de expressão e sotaques, da diversidade regional. Cicília Peruzzo destaca a importância dos cursos de formação para o bom andamento das atividades de comunicação comunitária. Para a autora,

é importante que se instituem minicursos de capacitação para jovens, adolescentes e lideranças populares para a produção audiovisual. Os conteúdos temáticos poderiam abranger desde o sentido comunitário de um meio de comunicação, as características de gêneros e formatos mais apropriados para programas populares, até os aspectos técnicos de captação e edição de imagens, além das questões de linguagem televisiva. (PERUZZO, 2007, p. 130)

Desde 2004, o Canal Capibaribe se tornou ponto de cultura, passando a integrar também o Pontão de Cultura Audiovisual Produtora Colaborativa de Pernambuco, política cultural que arregimenta todos os pontos de cultura do estado, que atuam no segmento audiovisual, a fim de realizar projetos de médio e grande porte.

Ser ponto de cultura potencializou as atividades do canal, ampliou seu potencial de ação produtiva e permitiu qualificar ainda mais as oficinas realizadas com a comunidade, inclusive por conta da troca de saberes com outros pontos e seus ativistas culturais. Para entender de que forma isso se deu, bem como suas consequências, é preciso entender um pouco o que são os pontos de cultura.

Durante a gestão de Gilberto Gil à frente do Ministério da Cultura (2003 a 2008), seguindo a linha política de inclusão do governo de Luís Inácio Lula da Silva, foi

desenvolvido um programa voltado à difusão e ampliação dos meios de formação, criação, difusão e fruição de cultura e seu acesso aos cidadãos em situação de risco ou exclusão social. Trata-se do Programa Cultura Viva – Cultura, Educação e Cidadania, instituído em julho de 2004 (BRASIL, 2010).

Dentre as políticas públicas deste programa figuram os pontos de cultura, unidades locais voltadas à potencialização de ações culturais e que são desenvolvidas por meio de parceria entre o Ministério da Cultura e a sociedade civil organizada – na forma de associações, ONGs e instituições educacionais. Este pacto com o Estado trouxe uma perspectiva interessante a tais grupos, primeiro por conta do financiamento de suas atividades e, depois, por permitir certo reconhecimento social da legitimidade destas organizações culturais.

Os pontos de cultura tiveram rápida assimilação pelas localidades onde foram implantados. Tal identificação se deu pelo motivo de que os pontos não criam, não inventam, nem impõe nada novo sobre os moradores da localidade. Antes, apenas ampliam as ações e permitem realizações de anseios já existentes no seio de determinada comunidade. Por este motivo, os pontos de cultura não possuem atividade fixa e específica pré-determinada. É possível encontrar pontos vinculados às mais diversas formas de fazeres culturais, afinal, “o conceito de Ponto de Cultura é o que eles já praticam: trabalho compartilhado e o desenvolvimento de atividades culturais respeitando a autonomia e o protagonismo das comunidades” (TURINO, 2010, p.17).

Adequando-se às recomendações do Programa Cultura Digital – outra ação do Programa Cultura Viva – além de recursos para execução de suas propostas, cada ponto de cultura, independente de seu setor de atuação, recebe um conjunto de equipamentos voltados à produção audiovisual. Este kit conta com câmeras fotográficas, filmadoras e computadores equipados com softwares livres voltados à manipulação de áudio e imagem e ainda com conexão à internet banda larga (BRASIL, 2010).

Dentre as várias atividades que podem ser desenvolvidas pelos pontos de cultura, diante da abrangência do programa, o audiovisual acaba por se constituir como um fim em si mesmo, pois estes PCs podem desenvolver ações voltadas à exibição e formação de novos públicos ou à produção de filmes dos mais diversos gêneros. Ainda, podem se configurar como meio de comunicação, enquanto rádios e tevês comunitárias ou coletivos de vídeo independente, por meio dos quais se dá o registro e a difusão de conteúdos culturais locais.

Outro aspecto interessante dos pontos de cultura é a sua organização em redes regionais, estaduais e nacionais, as Teias, executadas por meio de encontros presenciais e fóruns *on line*, ou ainda, eles podem se abrigar nos já mencionados pontos de cultura, os quais contam com mais recursos financeiros e equipamentos audiovisuais, a fim de incentivar produções colaborativas. Estas redes e grupos facilitam o diálogo e a cooperação entre os pontos, que podem trocar experiências e conhecimentos. Além disso, todo conteúdo produzido é livre e de acesso público, sendo que sua exibição, em televisões comunitárias e demais emissoras públicas, é incentivada.

Carro-chefe do programa, em meio às ações desenvolvidas pelos PCs, figura também a realização de oficinas de qualificação e formação cultural e tecnológica, voltadas à comunidade e aos próprios ponteiros, como são denominados os envolvidos com o projeto. Graças às colaborações e trocas, os protagonistas culturais e os ativistas midiáticos se capacitam para produzir e distribuir sua própria produção audiovisual, tanto entre os PCs e meios comunitários, quanto ao público em geral, pela internet.

De posse das ferramentas de produção e difusão e capacitados para levar à frente experiências de realização audiovisual independente, os pontos de cultura trouxeram um novo fôlego ao vídeo alternativo, uma vez que suas raízes, quase sempre, são as mesmas daqueles grupos que iniciaram o movimento do vídeo popular na década de 1980: as comunidades sem voz e sem espaços afirmativos nos meios de comunicação comerciais.

O empoderamento social nos Pontos de Cultura pode provocar transformações que vão muito além da cultura em um sentido estrito e desencadear mudanças nos campos social, econômico, de poder e valores. Ao concentrar sua atuação nos grupos historicamente alijados das políticas públicas (seja por recorte socioeconômico ou no campo da pesquisa e experimentação estética), o Ponto de Cultura potencializa iniciativas já em andamento, criando condições para um desenvolvimento alternativo e autônomo, de modo a garantir sustentabilidade na produção da cultura. É a cultura entendida como processo e não mais como produto. (TURINO, 2010, p.37)

Ao associar a posse dos equipamentos, sua técnica e produção, seja ela social, cultural ou etnográfica, aos seus desafios cotidianos, as comunidades tradicionais ou em situação de risco apropriam-se da linguagem dos meios de comunicação e dão a ela uma ressignificação própria, típica da mídia radical: ouvir a sociedade, dar espaço às suas manifestações e cobrar do poder público ações de valorização da vida nestas localidades.

O Canal Capibaribe realiza, desde 2004, constantes oficinas de produção audiovisual, voltadas para diversos segmentos da cadeia de realização. Estes cursos têm capacitado jovens

de várias comunidades e bairros de Recife, dando a eles uma nova perspectiva de atividade criativa e formando olhares críticos, por meio da arte-educação.

Além disso, o envolvimento com as práticas de criação e elaboração serve para reforçar e valorizar as identidades alternativas e minoritárias, as quais, por vezes, são discriminadas ou ridicularizadas na imprensa comercial. Poder afirmar seu valor, o orgulho por sua etnia, ou ainda declarar suas opções, sem amarras e preconceitos, coopera decisivamente para o desenvolvimento da autonomia e das práticas cidadãs, para o aumento da autoestima e para a promoção do diálogo e do respeito pela diversidade.

Geralmente estes alunos são selecionados entre moradores da periferia da cidade, em comunidades como Alto José do Pinho, Jordão Baixo, Nascledouro de Peixinhos, entre outros. Sua adesão às atividades do ponto de cultura se dá por vontade própria, após mobilização e divulgação das oficinas e demais ações do canal. Os anúncios são feitos na própria programação do canal, nas redes sociais e nas escolas públicas das localidades. Outra forma de atrair alunos é durante as exposições de produções do canal, em praças públicas, seguindo os padrões das tevês de rua, ou por meio das atividades que a tevê realiza junto com outras ONGs parceiras e nas coberturas de eventos culturais alternativos.

Os tópicos e assuntos dos cursos variam e, cada vez mais, vão se especializando. As tradicionais oficinas de formação cultural, destinadas à compreensão do papel da comunicação comunitária; de radialismo e locução; de reportagem comunitária ou de produção audiovisual, ganham reforços importantes, como workshops de gravação de áudio – para músicos e bandas; fotografia; roteiro; direção cinematográfica; videocliques com câmeras fotográficas digitais; produção de vídeo com celular e edição de imagens.

Estes cursos são ministrados por multiplicadores do próprio canal, mas contam também com a participação de artistas locais, profissionais do audiovisual, ativistas comunitários de outros grupos, ONGs e pontos de cultura e estudantes universitários interessados em cooperar com a comunicação alternativa. Quando há recurso disponível, ou quando o curso é parte de um projeto contemplado em edital, os instrutores recebem uma remuneração, a qual pode ser em valores de mercado, ou simbólico – a chamada ajuda de custo. Entretanto, a maior parte dosicineiros e multiplicadores trabalham de forma voluntária, empregando parte de seu tempo para compartilhar conhecimentos.

No primeiro semestre de 2014, por exemplo, o Canal Capibaribe realizou, na comunidade do Alto José do Pinho, um intenso trabalho de formação, o CCC – Cursos de Comunicação Comunitária. Esta atividade se entendeu por três meses, contando com doze

oficinas diferentes, as quais atenderam um público de cerca de 250 jovens em situação de risco social. Durante o CCC, a novidade ficou a cargo dos cursos de cinema de animação; captação de áudio; comunicação em rede; criação de trilha sonora; cultura digital e software livre e comunicação comunitária e direitos humanos.

Toda esta gama de informação compartilhada coopera, decisivamente para a formação cidadã e técnica dos jovens participantes, também promovendo a inclusão digital. Tais vivências se amoldam perfeitamente aos ideais democráticos da comunicação comunitária, assim como à proposta dos pontos de cultura, a qual intenta dotar os grupos culturais com ferramentas e dispositivos digitais para que estes possam ter garantias do seu direito de expressão e do acesso à informação, assumindo papéis de protagonismo sócio-comunicacional.

Vivemos cada vez mais em uma sociedade na qual a informação é sinônimo de poder. Romper com a alienação e o embrutecimento imposto a milhões de pessoas é, efetivamente, desenvolver uma política democrática, de conquista da cidadania, e isso significa prever uma ampla e pluralista oferta de produtos culturais. (TURINO, 2010, p.126)

Os materiais produzidos ao final das oficinas – documentários, reportagens, videoclipes, interprogramas, entre outros – são veiculados durante a programação do canal e exibidos nas sessões audiovisuais realizadas nas ruas e praças de Recife. Entretanto, a organização dos cursos está certa de que nem todos os participantes das atividades de formação se tornarão comunicadores comunitários. Alguns, talvez, nem mesmo cheguem a realizar algum tipo de produção audiovisual, durante a vida. Todavia, a intenção primária de tais ações é envolver a comunidade numa atividade artística e incentivar a autonomia.

Durante as experiências de formação ou na realização de vídeos populares, mais importante para as comunidades que produzir seus próprios vídeos, é a formação do olhar crítico cidadão sobre a mídia e suas afirmações. Afinal, “se uma comunidade passa pela experiência de fazer alguns filmes, seguramente os membros dessa comunidade vão passar a ser expectadores mais exigentes (...) vão passar a ver o cinema e a televisão de um outro modo”. (AVELLAR, 2010, p.17)

É nesta formação cidadã que residem os rudimentos da comunicação popular livre e independente. Fundamentos que sempre permitiram às comunidades excluídas ou estereotipadas pela grande mídia encontrar formas alternativas de externar sua ideologia, utilizando-se das tecnologias e materiais disponíveis. E é esta ideologia que continua a

impulsionar os ativistas midiáticos a difundir ideais, conhecimentos e a produzir e divulgar seus pontos de vista e opiniões.

4.4 Diversidade como padrão de programação

O Canal Capibaribe desenvolve atividades de mobilização, formação e produção de conteúdos alternativos, que valorizem a diversidade cultural ou expressem as lutas reivindicatórias da comunidade. O valor subjetivo de tais produções é imensurável, uma vez que reforçam identidades e abrem espaços afirmativos a grupos socialmente marginalizados.

Estes grupos se organizam em forma de movimentos sociais, ou grupos folclóricos, passando a buscar espaços midiáticos para a publicização de suas dificuldades, reivindicações e a difusão de seus produtos culturais (TRIGUEIRO, 2008). Entretanto, a comunicação de massa não se interessa por tais conteúdos – uma vez que não são considerados atraentes para o grande público – e, quando o fazem, se apropriam destes produtos e os transformam em algo pasteurizado, industrial.

Enquanto os meios de comunicação hegemônicos visam um público planetário, os folkcomunicadores voltam sua mensagem a um determinado mundo, segmentado, mas unido pelo mesmo ideal comunitário, mesmo que estejam presentes em espaços geográficos distintos, como dois bairros periféricos distantes que tenham questões e problemas parecidos.

A televisão comunitária de Recife representa bem este novo ideal comunitário, pois cria uma identificação entre jovens de diversos bairros, das várias zonas da cidade; alguns com históricos, até mesmo, de confrontos físicos entre si.

O espírito comunitário passa a ser desenvolvido quando os grupos sociais tomam contato com a realidade dos demais, seja por meio da programação exibida, ou a partir do momento em que estes jovens tornam-se participantes das oficinas de formação. Ao conviverem e terem a oportunidade de produzir algo em conjunto, eles são confrontados com os problemas e as lutas sociais das várias localidades periféricas, descobrindo, entre outras coisas, que não são tão diferentes assim e também que o inimigo é outro.

A produção colaborativa proposta pelo Canal Capibaribe, onde todos se envolvem de forma semelhante, leva os participantes ao sentimento de solidariedade e cooperação, além de conduzi-los por uma reflexão acerca do cotidiano quando, além de perceberem que suas situações são próximas, compreendem que podem utilizar a comunicação para mudar suas

realidades e valorizar suas culturas. Está lançada a semente do sentimento de pertencimento e identificação, levando-os a crer que precisam estar ligados ao todo, próximos dos semelhantes.

Na Folkcomunicação, os agentes e veículos dos grupos marginalizados estão relacionados direta ou indiretamente com manifestações folclóricas e esta é a realidade de muitos jovens envolvidos no canal. Apesar de serem adolescentes em situação de risco social, muitos estão envolvidos com atividades culturais tradicionais, como maracatu, frevo, capoeira, samba, ou integram grupos voltados à prática de religiões de matrizes africanas. Em tempo, na era do multiculturalismo, outros destes jovens são envolvidos com o movimento hip hop, com o skate, o grafite, o basquete e a dança de rua, entre outros.

A programação do Canal Capibaribe é produzida localmente, tendo como conteúdo matérias, vídeos e documentários elaborados por membros de comunidades, grupos étnicos e culturais. Dentre estes materiais, o destaque é para apresentações de grupos da cultura popular do estado, movimentos sociais, e videoclipes relacionados ao cenário musical alternativo.

Boa parte dos vídeos veiculados é realizada durante oficinas de formação audiovisual. Embora façam uso da tecnologia, a confecção destes vídeos é realizada, praticamente, de forma artesanal, com improvisos e inversões de padrões técnicos, num processo folkcomunicacional, de fato.

No processo da folkcomunicação, a mensagem é estruturada artesanalmente, veiculada horizontalmente e dirigida a uma determinada audiência, constituída, na sua maioria, por membros de um mesmo grupo de referência de interconhecidos. (TRIGUEIRO, 2008, p. 35)

Se, de acordo com Dênis de Moraes (2011) os monopólios midiáticos mostram-se determinantes, a partir do momento em que interferem na conformação do imaginário social, alterando o cotidiano e difundindo uma representação global e totalizante da sociedade, pode-se afirmar que a televisão é sua infantaria, já que

agenda os acontecimentos, dita normas e estilos de vida do cidadão em várias localidades do mundo; mas, ao mesmo tempo, este mesmo cidadão local também deseja estar enraizado no seu chão, na sua rua, no seu bairro e com a rememoração de suas tradições culturais. (TRIGUEIRO, 2000, p. 82)

No entanto, num contexto midiaticizado, os diversos agentes do modelo informal de comunicação tradicional buscam conhecer os modelos modernos de comunicação, gerando um processo de negociação, onde há uma apropriação do meio e da técnica, só que aplicada à

manutenção de valores tradicionais. Esta mídia radical funciona como uma fonte de resistência à comunicação massiva, mostrando o artesanato, a culinária, as narrativas orais tradicionais, as festas sagradas e profanas da região, dando voz aos mestres dos folguedos e tradições. Um processo de midiatização que amalgama inovações tecnológicas e representações simbólicas.

Ao ter a consciência da influência e do poder da televisão e pensando criticamente, o Canal Capibaribe utiliza um modelo de conteúdo diferenciado dos outros canais comerciais. Abalizado pelos princípios dos direitos humanos, sua programação não faz apelo à violência, erotização e estímulo ao consumo; evita a homogeneização dos padrões estéticos e rejeita toda e qualquer manifestação de preconceito contra quaisquer grupos minoritários.

Além do conteúdo cultural alternativo, o Canal Capibaribe herdou outras características das experiências de televisão comunitária que ocorreram Pernambuco, nas décadas anteriores. As tevês de rua que existiram em Recife e Olinda nos anos 1980 e 1990 serviram de voz da comunidade para exprimir descontentamento social; ativismo que vem sendo seguido pelo canal a cabo por meio dos documentários e reportagens realizados por alunos das oficinas. Outra herança é a ausência de proselitismos políticos e/ou religiosos.

Embora muitos folcloristas tenha certa dificuldade em compreender os meios de comunicação comunitários e as expressões artísticas advindas com a tecnologia digital como cultura popular e, por consequência, também folclore, a televisão comunitária Canal Capibaribe assume claramente este papel.

Segundo Edison Carneiro (2008), as produções folclóricas são os meios pelos quais as camadas populares organizam uma consciência coletiva, preservam suas experiências, tem acesso à educação, entretenimento e estímulo, dão espaços afirmativos aos seus pensadores artísticos e expressam suas aspirações e expectativas. Todas estas características dizem respeito aos objetivos da televisão comunitária em questão.

O Canal Capibaribe assume a condição de espaço voltado à folkcomunicação, se interpondo como meio de resistência às interferências, diretas e indiretas, da cultura de massa, veiculadas pela mídia hegemônica e abrindo canais de diálogo e veiculação de mensagens e opiniões dos comunicadores populares.

Neste contexto, os *comunicadores folks*, como Beltrão denominou os representantes dos grupos marginalizados, se apropriam dos conteúdos e da estética dos produtos midiáticos e os integra ao seu próprio modo de expressão cotidiano, criando estratégias de comunicação

peculiares e eficazes, dentro de seu contexto. Osvaldo Trigueiro afirma que, mesmo sem possuir representação na grande mídia,

esses grupos possuem alternativas próprias de emissão, e criação na elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica (TRIGUEIRO, 2008, p. 22).

Quando se trata das relações entre os *comunicadores folks* e a mídia convencional, algumas situações têm permitido uma inversão da lógica dominante. Do ponto de vista funcional, “a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte. Ela pode assimilar novos significados em um fluxo contínuo e dialético” (BOSI, 1996, p. 65).

Um bom exemplo deste processo é o uso que algumas comunidades fizeram das tecnologias audiovisuais. Antes pensadas como suporte técnico para a televisão, converteram-se em experiências de vídeo popular, videoarte, tevês de rua e, posteriormente, em emissoras comunitárias.

O vídeo foi facilmente assimilado e adaptado a diversos propósitos, por conta de uma série de vantagens, como a fácil operacionalização e transporte, exibição instantânea, o baixo custo, comparado com o cinema, entre outras. No entanto, nada foi mais importante para a difusão do vídeo, enquanto meio, do que o barateamento dos custos dos equipamentos.

O acesso aos dispositivos de produção audiovisual incrementou a difusão de elementos da cultura popular e das lutas dos movimentos sociais, fortalecendo a comunicação comunitária.

A produção e difusão audiovisual comunitária trouxeram consigo mais que um canal de voz para os grupos sociais em situação de risco e as minorias. Sua dinâmica produtiva ofertou à população possibilidades de participação direta na produção de mensagem e protagonismo sociocultural. O conteúdo produzido é pluralista e multicultural, reconhecendo alteridades e contribuindo para a educação, cultura e desenvolvimento comunitário.

A fim de alcançar setores excluídos da população, o Canal Capibaribe desconstrói o padrão estético e de linguagem dos meios de comunicação convencionais, buscando outros pontos de vistas para abordar assuntos diversos, ouvindo a voz de setores alheios à mensagem formal. Esta iniciativa incentiva a mobilização social e a cidadania, além de fortalecer as lutas quanto ao desafio da democratização da comunicação.

Vídeos independentes, documentários e programas advindos de outras emissoras públicas compartilham espaços com materiais fornecidos por instituições e fundações culturais ou cedidos por televisões de outros países da América Latina, via convênio com a TAL – *Televisión América Latina*, uma rede de intercâmbio e divulgação da produção audiovisual dos vinte países latino-americanos. Todavia, o carro-chefe da programação do canal são as produções locais.

Percebe-se, nestes materiais, uma forte e constante presença de atores sociais, líderes comunitários e artistas populares – seja em matérias e documentários, seja no registro e cobertura de eventos ligados à cultura popular. A confecção destes produtos, embora a cargo da própria tevê, conta com a participação da comunidade, de forma direta ou indireta. Em alguns casos, o canal apenas fornece o *know-how* técnico – por meio de oficinas – e o aparato tecnológico.

A emissora comunitária de Recife exerce importante função, no que diz respeito à manutenção das tradições culturais populares, realizando registro e difusão de festivais, folguedos, festejos e depoimentos de artistas populares, locais e regionais. Além disso, incentiva a crítica social ao mostrar dificuldades enfrentadas pelas comunidades por meio de reportagens comunitárias.

Estas reportagens são desenvolvidas por moradores das próprias localidades, durante oficinas de capacitação desenvolvidas pela associação cultural que administra o canal comunitário. A realização destes cursos, além de preparar agentes para a produção audiovisual, divulga o cotidiano destes grupos, incentivando-os a contar sua versão da história, suprindo a ausência de espaços positivos na mídia convencional – problema que vai desde a ignorância total, até o desvirtuamento das práticas destas comunidades e desconstrução de sua imagem perante a sociedade.

Sendo o Canal Capibaribe uma emissora comunitária transmitida via cabo, geralmente, os membros dos grupos envolvidos em suas produções não têm acesso à sua programação. Entretanto, voltando às bases das experiências das tevês de rua, o canal organiza periódicas exibições de vídeos em locais públicos, durante eventos ligados às atividades folclóricas ou à cultura de rua, levando, de fato, seu conteúdo às comunidades. Nestas ocasiões, estes materiais são apresentados e sua temática discutida.

Na reportagem comunitária *Muita Gente, Pouco Ônibus* (2009)³, realizada no bairro Jordão, na cidade de Recife, é abordado o problema da quantidade de carros disponíveis para a linha Jordão Baixo, o que gera o problema da superlotação nestes transportes. No mesmo bairro, foram realizadas outras matérias, como a *Sem Noção* (2009)⁴ – sobre imprudências cometidas por motociclistas nas ruas da localidade, *Semáforo Urgente* (2009)⁵ – que trata da ausência de sinalizações nas avenidas do Jordão, mesmo em ruas onde existem escolas, o que leva muitos pedestres, incluindo crianças, a se arriscar, entre carretas e ônibus.

Ainda no mesmo sítio, na Rua Torres Galvão, o vídeo *Alerta Barreira* (2009)⁶ trata dos riscos apresentados por uma encosta que vem sofrendo com constantes deslizamentos, ameaçando residências e seus moradores, que exigem uma pavimentação urgente e o conserto do alerta de barreiras, que não funciona, a fim de se evitar desastres.

Enquanto meio de comunicação comunitário, o Canal Capibaribe intenta ouvir diferentes pontos de vista, valorizando diversidades e buscando posições conciliatórias entre situações de antagonismo, como é o caso do documentário *A Igreja Evangélica e a Cultura Afro-brasileira* (2010)⁷, onde são mostrados os pontos positivos de ambas as profissões de fé e o que cada religião pode fazer para transformar pessoas e comunidades.

Outros filmes buscam o diálogo com a diversidade e a valorização da cultura popular e alternativa. O documentário *Daruê Malungo* (2008)⁸, realizado pela tevê, mostra as atividades sócio-educativas realizadas pela ONG de mesmo nome, na comunidade de Chão de Estrelas, no bairro de Campina do Barreto.

O grupo – cujo nome, de origem africana, significa companheiro de luta – oferece oficinas de formação cultural e cidadã a 120 crianças e adolescentes, por meio da dança afro e capoeira, além de atender também suas mães, em cursos de trabalho manual e nutrição. Vale ressaltar que o grupo Daruê Malungo foi um dos pioneiros a incentivar os jovens a tomar contato e se envolver com a música de raiz africana, com seus ritmos e tambores, em Recife. Suas atividades e apresentações foram influência determinante para a banda Nação Zumbi e o Movimento *Manguebeat*.

³ MUITA GENTE pouco ônibus. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2015

⁴ SEM NOÇÃO. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2015

⁵ SEMÁFORO urgente. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2015

⁶ ALERTA BARREIRA. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2015

⁷ A IGREJA EVANGÉLICA e a cultura Afro-brasileira. Recife: Canal Capibaribe, 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=XbDC2z4ISrk> Acesso: 23 de abril de 2015

⁸ DARUÊ malungo. Recife: Canal Capibaribe, 2008. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=0anNQ3-9WLY> Acesso: 23 de abril de 2015

Entre os conteúdos, produzidos pela emissora, estão também os interprogramas, vídeos artísticos, experimentais e coberturas de eventos⁹. Entre estes últimos, destacam-se os festivais de cultura e música como o *Domingo no Campus*, no qual o canal fez uma cobertura ampla e exemplar, ao dar espaços semelhantes aos artistas nacionais e locais, valorizando a prata da casa.

Outros eventos marcantes na programação da tevê foram o *Pré Amp 2009*; o *Pernambuco Nação Cultural*; o *15º Festcine – Festival de Curtas de Pernambuco*; o *Mercado Cultural do Recife*; *Expoideia / Feira do Futuro* – com a participação do artista Criolo; *Festival da Juventude*; *Polo dos Pontos de Cultura de Pernambuco*; *Break in Recife* – com direito a entrevista do *rapper* MV Bill; e *Nação Break*, entre outros.

Nestes eventos, há sempre lugar reservado para diversidade cultural, com apresentações de artistas folclóricos, parafolclóricos e representantes da cultura de resistência suburbana. São grupos como o *Arte Afro Menina Mulher*; *Balé Popular de Recife*; *Balé da Cultura Negra Bacará*; *Grupo Corpos Percussivos*; *Grupo de Break Guerreiros da Rua*; *Samba de Coco Irmã Lopes*; *Fadas Magrinhas*; *Coco de Umbigada* e os maracatus *Nação Estrela*, *Coração Nazareno*, *Estrela de Ouro*, *Várzea do Capibaribe*, *Nação de Luanda* e *Estrela Brilhante*, entre outros.

No ano de 2005, o Canal Capibaribe, em parceria com a CESE – Coordenadoria Ecumênica de Serviço da Diocese Anglicana do Recife, desenvolveu o projeto Juventude Comunicando Paz, no qual uma das etapas era a realização de oficinas de produção de vídeos voltados à promoção da cidadania. Os jovens envolvidos nestas atividades produziram filmes voltados à saúde, educação sexual e valorização da vida.

Um destes materiais, *2 Caminhos 1 Escolha*¹⁰, foi divulgado pelo Portal iTeia.com, que agrega todos os pontos de cultura do Brasil, sendo difundido em âmbito nacional. O filme experimental, que mescla estéticas de ficção com documentário, mostra a vida de adolescentes em situação de risco, seus medos e expectativas, vivendo em Recife, então a capital mais violenta do Brasil, segundo pesquisas divulgadas no período.

Em 2011, o Canal Capibaribe realizou, no bairro de Santo Amaro, Recife, o *I Festival Cine de Bolso*¹¹, que contou, em sua programação, com exposições de filmes e oficinas

⁹ Disponíveis em: http://www.youtube.com/user/CanalCapibaribeNOAR?ob=0&feature=results_main Acesso em: 23 de abril de 2015

¹⁰ 2 CAMINHOS, 1 escolha. Recife: Canal Capibaribe, 2005. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=p9eFGzZOSSw&index=39&list=UUHLA_SO3mk4u4v2VYVnUPJw Acesso em: 23 de abril de 2015

¹¹ I FESTIVAL Cine de Bolso em Santo Amaro - Recife-PE. Direção de Sílvio Barreto. Recife: Canal Capibaribe, 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=INMX6qoFIVk> Acesso em: 23 de abril de 2015

de formação em audiovisual. O projeto foi financiado pelo edital de Microprojetos Mais Cultura para Territórios de Paz, do MinC e teve o apoio logístico da Faculdade Maurício de Nassau.

Durante as atividades de formação, os alunos desenvolveram curtas-metragens em diversos suportes, inclusive o telefone celular e câmeras fotográficas. Com temática livre, abordando desde a arte e cultura à violência e a criminalidade, as produções passaram a integrar a grade de programação da emissora. Filmes experimentais, documentários, videoclipes e entrevistas foram os formatos escolhidos pelos participantes.

O já mencionado ciclo de formação CCC – Cursos de Comunicação Comunitária¹², realizado em 2014, em parceria com a rádio comunitária Alto-Falante e com incentivo do Funcultura, trouxe ao canal frutos importantes, nos mais diversos estilos e linguagens audiovisuais.

Entre os documentários e reportagens comunitárias realizadas pelos alunos das oficinas, ocorridas no bairro do Alto José do Pinho, destacam-se os filmes *Tu visse a cultura do Alto?*¹³ e *Resistência cultural na arte e cultura pernambucana e brasileira*¹⁴. Com uma estética atraente e linguagem dinâmica, ambos abordam questões vinculadas à valorização da cultura popular e o papel da comunicação nas comunidades envolvidas pelo projeto.

Entre os ativistas culturais e os comunicadores populares entrevistados, há espaço para que os moradores falem do seu cotidiano e apontem os diversos lados positivos das comunidades. Ainda, os grupos de cultura popular presentes no filme, como o *Maracatu Estrela Brilhante*; o *Afoxé Ylê de Egbá* e a *Escola de Samba Unidos do Escailabe*, expõem as diversas atividades culturais existentes nas localidades abordadas pela produção.

¹² CHAMADA - Cursos de Comunicação Comunitária. Recife: Canal Capibaribe, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dtDd2F6vZA0> Acesso em: 23 de abril de 2015

¹³ TU VISSE A CULTURA DO ALTO? Formando cidadãos através da arte e cultura Pernambucana e Brasileira. Recife: Canal Capibaribe, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lbR8PZUwkhU> Acesso em: 23 de abril de 2015

¹⁴ RESISTÊNCIA CULTURAL na arte e cultura pernambucana e brasileira. Recife: Canal Capibaribe, 2014. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ZQOiL_Ivkw Acesso em: 23 de abril de 2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cotidiano é o local onde todas as pessoas vivenciam suas experiências, seja enquanto indivíduos, seja se organizando por meio de agrupamentos sociais, unidos em torno de ideais, sentimentos, crenças, valores e lutas em comum. Estes elementos, aliados à sensação de insegurança costumaz, na contemporaneidade, levam os sujeitos a abrirem mão de algumas possíveis vantagens da sua individualidade, condição advinda no bojo do mundo moderno, para se engajarem em comunidades.

Entretanto, ao contrário da sociedade, permeada por individualismos que conduzem à desagregação e despersonalização, a comunidade é o lugar onde o homem se sente em casa, onde lhe é permitido ser quem se é, mesmo inserido num contexto grupal. Tal sensação de integração dentro da diferenciação e de não se sentir sozinho, conduz os indivíduos a buscar outros semelhantes para caminhar juntos, suavizando as lutas do cotidiano.

Essa busca por integração, pelo pertencimento, pode passar despercebida pelo indivíduo, apesar da sensação de insegurança e vazio. Em outros casos, as pessoas podem se encontrar envolvidas em diversos grupos, mas sem se sentir em comunidade. É quando estes sujeitos tomam consciência de sua situação social e ao perceberem que outras pessoas também enfrentam questões, lutas e desafios cotidianos semelhantes aos seus, é que pode ocorrer um processo de identificação, levando os indivíduos a se unirem em grupos que podem, aos poucos, se tornar uma comunidade.

Ao contrário da era anterior à modernidade, quando as comunidades já estavam dadas ao nascer, os agrupamentos comunitários contemporâneos são construídos e não precisam, necessariamente, estar presos às questões geográficas. Dessa forma, a noção de comunitarismo extrapola a ideia de localidade. Em tal contexto, são as identidades os elementos que servem como base para a estruturação das novas comunidades.

Ao se associar por meio da identificação, os sujeitos recriam as noções de coletividade e solidariedade e descobrem que, em grupo, é mais eficiente o agir a vida. Preocupar-se com o bem estar comum, com as condições ideais para todo o grupo, não significa abrir mão de gostos pessoais, nem tampouco de participar de outras comunidades, aliás, esta é uma característica moderna. Ao contrário do comunitarismo clássico, quando um indivíduo nascia e crescia em apenas um grupo, se sentindo desterrado se banido do mesmo, hoje há a possibilidade de se participar de diversos grupos, por vezes até mesmo contraditórios. Há tantas comunidades, quanto identidades, para se escolher.

Esse fenômeno contemporâneo do deslocamento das identidades eliminou a ideia do núcleo identitário dos indivíduos. Os mesmos, hoje, se relacionam e convivem com um pluralismo multicultural que, apesar da aparente sensação de crise, dá aos sujeitos a condição de escolha. Do cruzamento destas possibilidades de preferências, surgem outras identidades, enquanto outras podem simplesmente desaparecer.

É na relação com o outro, com as produções culturais e com os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação de massa que são formadas e estruturadas as identidades atuais. Tal profusão de opções traz consigo a ideia de diversidade – a possibilidade da coexistência de identidades, diferentes e contraditórias, nos mesmos contextos espaço-temporais.

Entretanto, nem sempre são garantidas a todos as mesmas condições de escolha, ou possibilidades iguais de romper por completo com a sua realidade espaço-temporal. Na sociedade moderna, o passaporte para certas escolhas é assegurado prioritariamente aos que possuem condições econômicas mais favoráveis. Assim, nem todos têm o mesmo acesso aos bens materiais e culturais disponíveis, nem tampouco aos processos de tomada de decisão, os quais influenciam diretamente os rumos da sociedade.

Tal contexto gera as condições sociais da exclusão sociocultural e econômica, da marginalização sociopolítica e fazem despontar as identidades minoritárias. Grupos que não possuem o mesmo poder de decisão, a mesma voz, ou os mesmos direitos que os outros. Está claro que o processo de reconhecimento das minorias é complexo. Primeiro porque não diz respeito ao número de indivíduos e segundo porque a distinção e a exclusão deste grupo, em relação aos demais, não se dão por situações sociais ou econômicas, mas por conta de questões morais e culturais.

Do reconhecimento da condição de minoria e da tomada de consciência política, social e cidadã, nascem as mobilizações sociais, cujo intuito primeiro é assegurar direito à voz e à liberdade de expressão, e reivindicar condições de equidade, de respeito e da valorização das identidades e dos grupos minoritários.

Os processos de exclusão, independente de suas causas, são reforçados pela mensagem midiática, comprometida com o capital, financeiro ou cultural, e com a lógica de mercado que rege a produção de conteúdos e sentidos nos meios de comunicação. Estes meios, quase nunca reservam espaços afirmativos às minorias e à diversidade cultural e, quando o fazem, se valem de quase nenhuma ética e de uma estética estereotipada, reforçando preconceitos e a discriminação contra estes grupos.

Como a mídia participa diretamente da formação e do reforço das identidades, toda a diversidade espera ver-se representada em suas mensagens e conteúdos. Entretanto, é ao se dar conta da ausência de tratamentos adequados aos seus valores e práticas, ou de canais de voz para expressar suas reivindicações e opiniões, que tais grupos buscam formas alternativas para a divulgação de suas mensagens.

Desse modo, surge em cena a comunicação popular, desenvolvida como alternativa ao conteúdo midiático e exercendo importante papel de elemento de resistência e sobrevivência cultural. Sem a preocupação estética exacerbada da grande mídia, a comunicação popular se preocupa primeiro em transmitir suas mensagens e o faz a partir dos elementos e tecnologias disponíveis e acessíveis ao público a quem se destina.

Por muito tempo, devido aos suportes elementares utilizados, esta comunicação popular teve seu raio de ação limitado, circunscrito à localidade de sua produção, com raras exceções. Todavia, o avanço tecnológico trouxe consigo novas possibilidades, ampliando o raio de ação de grupos, comunidades e movimentos sociais.

Assim, a partir da segunda metade do século XX, o acesso mais fácil aos dispositivos de produção e difusão trouxe consigo um novo fôlego às práticas folkcomunicacionais, principalmente por conta das rádios comunitárias, do vídeo popular e, mais recentemente, dos canais comunitários via cabo, assegurados por lei.

Dentre estes, o Canal Capibaribe, de Recife – primeiro canal do gênero, no Nordeste – vem, desde 2001, buscando assegurar espaços afirmativos para as mensagens, expressões culturais e reivindicações de grupos socialmente excluídos e marginalizados, sem espaços na grande mídia.

Os conteúdos veiculados pelo canal são pautados e produzidos pela própria comunidade e são voltados à divulgação de conteúdos socialmente relevantes para estes grupos, tornando acessíveis informações ligadas à saúde, instrução, ou oportunidades de trabalho e renda. Além disso, dialogam com a valorização da diversidade, respeitando as diferenças e aumentando a autoestima dos jovens, bem como promovem uma cultura de paz, respeito e convivência.

Sobrevivendo de doações, prestação de serviço à comunidade, ou de editais públicos de fomento à cultura, o Canal Capibaribe tem evitado se render ao proselitismo religioso e político partidário que, em muitos casos, tem se valido da fragilidade financeira dos meios comunitários para interferir no bom andamento de suas atividades.

Enquanto meio de comunicação comunitário, o Canal Capibaribe possui o ideal da comunicação pública e da democratização de meios e acessos. Desse modo, vê a comunidade não apenas como público telespectador, seja via cabo, ou nas exhibições em praça pública. Antes, incentiva a participação da comunidade na produção de conteúdo, disponibilizando equipamentos e suportes produtivos, mas principalmente capacitando-a técnica e esteticamente e familiarizando-a com a linguagem, a dinâmica e com as práticas televisuais.

Além da formação técnica, este contato com a produção audiovisual desperta nos participantes uma visão crítica sobre a mensagem veiculada pela imprensa, bem como desperta, pelas lentes das câmeras, um novo olhar sobre sua realidade, sensibilizando-os para a necessidade de mobilização atuante em prol da promoção do bem comum e da reivindicação e participação política.

As atividades de formação e produção do canal comunitário promovem a inclusão digital de jovens e adolescentes, a qual é ampliada pela facilidade de acesso à tecnologia, pois aprendem a utilizar equipamentos e, inclusive, seus celulares como ferramenta de registro e elaboração criativa de mensagens comunicacionais.

Este envolvimento com uma atividade artística criativa e a possibilidade de convivência com pessoas de outras comunidades, cooperam para o aumento da autoestima, da valorização das identidades e para uma cultura de paz e respeito pelos diferentes – inclusive ao descobrir, nos mesmos, características em comum.

O trabalho de elaboração audiovisual é uma atividade coletiva, carecendo de uma equipe para seu andamento eficaz e criativo. Entretanto, ao contrário das práticas do mercado, não há na comunicação comunitária uma hierarquização da importância dos papéis e funções. Este tipo de atividade profissional é denominada produção colaborativa e é muito importante na construção de um sentimento de comunidade entre estes jovens.

A inserção da comunidade nos processos produtivos também possui forte escopo político, pois ajuda a difundir as pautas sociais, a dissipar possíveis preconceitos e a promover a solidariedade. A participação rompe com a condição de marginalização, principalmente por conta da tomada de consciência, da mobilização e do reconhecimento do papel de todos na construção de um ambiente melhor e mais harmônico.

Esta consciência solidária e a possibilidade de participação conduzem ao protagonismo social dos integrantes das comunidades, inclusive frente aos poderes públicos e econômicos que regulam a vida cotidiana. As manifestações públicas contra a violência, a falta de escola, emprego, saneamento básico, transporte público ou áreas e atividades de lazer,

são incentivadas pelo Canal Capibaribe, por sua condição de associação comunitária, mas também por sua relação de parceria e cumplicidade com ONGs, associações de moradores e movimentos sociais.

Em todos estes movimentos, o canal não só apoia e incentiva, como também registra e difunde as intenções e motivações, bem como a versão do movimento sobre fatos que venham a decorrer das manifestações reivindicatórias. Com o apoio das redes sociais e dos sites de difusão audiovisual, os vídeos produzidos pela emissora comunitária extrapolam os contornos geográficos das comunidades e são propagados a um público mais amplo, colaborando para uma maior comoção a respeito das injustiças sociais.

Por outro lado, o Canal Capibaribe realiza importante registro e difusão das atividades culturais, principalmente dos pequenos grupos de bairro, mantenedores das tradições, folguedos e festejos populares. Embora Recife desfrute de uma riqueza e de uma grande diversidade de atividades e elaborações culturais, os meios de comunicação comerciais geralmente concedem espaços apenas às manifestações, grupos e artistas já consagrados pelo público, inclusive em cenário nacional.

Exibindo apenas aquilo que já é notório e reconhecido pelo público, regida pela lógica do comercialmente viável, do que é vendável, a mídia torna-se um lugar saturado pela mesmice, pela repetição. Os meios de comunicação comunitários não só inovam na linguagem como abrem espaços aos artistas alternativos, ao underground e às tradições do folclore local, registrando suas atividades, valorizando sua obra e difundindo seus talentos junto ao público.

A presença de um canal comunitário, em determinados contextos, serve para demonstrar à população que uma comunicação alternativa, isenta e feita com base no respeito é possível. Serve também para atrair os olhares para o real papel da mídia, para a questão da democratização da comunicação e para os perigos sociais e políticos da concentração de poder e da influência praticada pelos conglomerados comunicacionais.

Por conta desse importante papel, não é do interesse das empresas midiáticas, nem tampouco dos poderes políticos que estas emissoras cheguem à televisão aberta. Sua programação independente, criativa e recheada de outras opções culturais certamente atrairia uma fatia dos telespectadores dos canais comerciais, baixando a audiência de seus programas ditos populares e conseqüentemente reduzindo seu lucro.

A comunicação comunitária é algo relativamente novo, no Brasil, contando com pouco mais de 30 anos. Se for descontado o longo período de intensa perseguição e

criminalização, no qual era impossível adquirir alguma estabilidade, o tempo restante mostrava-se reduzidíssimo.

Há, neste momento, intensa mobilização nacional em prol da ampliação dos espaços concedidos às televisões comunitárias, o que seria possível com a multiplicação de canais no espectro, graças à televisão digital. Infelizmente, as discussões sobre o SBTVD – o Sistema Brasileiro de Televisão Digital perpassam apenas pelas diversas possibilidades de exploração comercial que os mesmos trarão à grande mídia.

Recentemente, o Canal Capibaribe iniciou uma importante campanha, tanto em sua programação como nas redes sociais, em defesa da sua inclusão na nova divisão de que será feita no espectro, nos próximos anos. A campanha, que conta com a participação de artistas alternativos e de ativistas sociais de Recife, incentiva a população a pedir pela inserção do canal comunitário entre os novos canais que serão abertos.

Embora haja, nos planos do Governo Federal para a TV digital, o espaço reservado para um canal comunitário por localidade, nada assegura que o mesmo será ocupado pelo Canal Capibaribe, inclusive por conta do lobby de setores religiosos e partidários que vislumbram aí mais uma oportunidade de ampliar seu poderio.

O Canal Capibaribe é um meio de comunicação novo, caminhando ainda para completar 15 anos de existência. Enquanto meio comunitário e sem grandes recursos financeiros e profissionais, o seu acesso às técnicas, linguagens estéticas e tecnologias tem se dado aos poucos, a passos lentos. Certamente hoje o canal encontra-se numa situação mais favorável do que quando começou. Apesar disso, há muito que se construir, adquirir e melhorar.

Mesmo assim, o Canal Capibaribe tem recebido reconhecimento nacional e internacional, por conta de sua atuação independente e alternativa, junto às comunidades em situação de risco de Recife, assegurando a elas não só a capacitação técnica ou um canal de voz e representação, mas um espaço, afirmativo e poderoso, onde elas são incentivadas à participação e ao protagonismo e onde podem se enxergar, se reconhecer e se sentir valorizadas, reafirmando suas identidades e, conseqüentemente, seu ideal comunitário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Cândido José Mendes de. **O que é vídeo**. São Paulo: Nova Cultural e Brasiliense, 1985.

_____. **Uma nova ordem audiovisual**: comunicação e novas tecnologias. São Paulo: Summus, 1988.

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

AVELLAR, José Carlos. Provocador onírico. In: **Revista Vídeo Popular**. São Paulo: Coletivo de Vídeo Popular, ano 01, nº 02, p.14 – 17, jan. 2010.

AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura popular no Brasil**. São Paulo: Ática, 2011.

BARBOSA, Silvio Henrique Vieira. **TV e cidadania**. São Paulo: All Print, 2010.

BARRETO, Luiz Antônio. **Folclore**: invenção e comunicação. Aracaju: Typografia Editorial; Scortecci, 2005.

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

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **A nova abrangência da Folkcomunicação**. PCLA – Volume 1 – número 1: outubro / novembro / dezembro, 1999 [S/N]. Disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm> Acesso em: 10 de agosto de 2015.

_____. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2000.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BUCCI, Eugênio. Como a violência na TV alimenta a violência real – da polícia. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria. Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna: Europa 1500 – 1800**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CARNEIRO, Edison. **A sabedoria popular**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

CASCUDO, Luís da Câmara. Considerações sobre as relações de vizinhança. In: Marques de Melo, José; Fernandes, Guilherme Moreira (orgs.). **Pensamento comunicacional brasileiro – o legado das ciências humanas vol. I: história e sociedade**. São Paulo: Paulus, 2014.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1 – artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência**. Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1993.

_____. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. São Paulo: Cortez, 2007.

COSTA, Antônio Carlos Gomes da; VIEIRA, Maria Adenil. **Protagonismo Juvenil**. São Paulo: FTD, 2007.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2011

DÍAZ BORDENAVE, Juan E. **O que é participação**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DOWNING, John. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2004.

FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade**. Leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

FREYER, Hans. Comunidade e sociedade como estruturas histórico-sociais. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade**. Leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

_____. **Sociologia**. Porto Alegre: Penso, 2012.

Gil, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2012.

GOHN, Maria da Glória. **O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias.** São Paulo: Cortez, 2005.

GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

GRUPPI, Luciano. **O Conceito de Hegemonia em Gramsci.** Rio de Janeiro: Graal, 1991.

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

_____. Quem precisa de identidade? In: Silva, Thomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HAMPÁTÊ BÂ, Amadou. A tradição viva. In: KI-ZERBO, Joseph (org.) **História Geral da África.** São Paulo: Ática, 1982.

HARDING, Thomas. **The video activist handbook.** Londres: Pluto Press, 2001.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 2004.

KEHL, Maria Rita. Televisão e violência do imaginário. In: BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão.** São Paulo: Boitempo, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2011.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno.** São Paulo: Ática, 1991.

_____. **Marxismo.** Porto Alegre: L&PM, 2013.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.** Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

LIMA, Sandra Amêndola Barbosa. **A participação social no cotidiano.** São Paulo: Cortez, 1983.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres: a reforma agrária no ar.** São Paulo: Brasiliense, 1987.

MACHADO, Arlindo. As três gerações do vídeo brasileiro. In: **Sinopse Revista de Cinema.** São Paulo: USP, ano 03, nº 07, p.22 – 33, ago. 2001.

MACIVER, Robert Morrison; PAGE, Charles H. Comunidade e sociedade como níveis de organização da vida social. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade.** Leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950 – 2000)**. Salvador: Editora PAS; Ianamá, 2000.

MIRANDA, Luciana Lobo. Protagonismo juvenil: fragmentos de um olhar. In: Filé, Valter (org.). **Batuques, fragmentações e fluxos: zapeando pela linguagem audiovisual escolar**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

MONTAÑO, Carlos; DURIGUETTO, Maria Lúcia. **Estado, classe e movimento social**. São Paulo: Cortez, 2010.

MORAES, Dênis de. **Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, Faperj, 2011.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: _____. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB, Brasília-DF**. São Paulo: INTERCOM, 2006.

_____. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil**. São Paulo: Summus, 1989.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2011.

_____. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros: Identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

SOUZA, Regina Magalhães. **O discurso do protagonismo juvenil**. São Paulo: Paulus, 2008.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade**. Leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Do rural ao urbano: o papel da televisão. In GADINI, Sérgio Luiz (Org.). **Cadernos de Comunicação 6**: Fragmentos & discursos da cultura midiática. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2000.

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

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1997.

TURINO, Célio. **Ponto de cultura**: o Brasil de baixo para cima. São Paulo: Anita Garibaldi, 2010.

WIRTH, Louis. Delineamento e problemas da comunidade. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade**. Leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: Silva, Thomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

ANEXO I: Fotografias e outras imagens

Figuras 1 e 2: Logomarca do Canal Capibaribe.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.

Figuras 3 e 4: Oficina de audiovisual e gravação de documentário, respectivamente.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.

Figuras 5 e 6: Gravação de documentário em comunidade rural.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.

Figuras 7 e 8: Reportagem sobre a situação precária do transporte urbano coletivo. A repórter é uma moradora da comunidade.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.

Figuras 9, 10 e 11: Gravação de eventos.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.



Figura 12: Material de divulgação de oficina veiculado.

RÁDIO & TV
CURSOS DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

*Arte e Cultura
Pernambucana e Brasileira*
www.cccradiotv.org

Beth de Oxum
Workshop de Comunicação em Rede



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.

Figuras 13 e 14: Oficinas de produção audiovisual.



Fonte: Canal Capibaribe - divulgação.