

Título: “TV Roc: um estudo sobre televisão comunitária e seu papel na valorização das Comunidades e Cultura”.

Aluno: Ricardo Peixoto de Britto

Orientador: Prof. Dr. Ernani Ferraz

Curso: MÍDIA, TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E NOVAS PRÁTICAS EDUCACIONAIS: ANÁLISE E USO DE FERRAMENTAS EDUCATIVAS.

Agradecimentos:

À Deus por ter me encaminhado a este curso na PUC-RIO e também à minha esposa, pela atenção, carinho e palavras alentadoras nas horas mais difíceis.

À amiga Prof. Ms. Marina Lemette Moreira (NEAM/PUC-RIO) pela atenção, por ter servido, por meio do NEAM, como balizamento do presente trabalho;

E ao amigo, o Prof. Dr. Ernani Ferraz que, com sua atenção e indicações, foi muito além dos préstimos de um orientador ou professor interessado.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO 2

NOVAS TECNOLOGIAS

- 2.1) Evolução da TV**
- 2.2) TV Digital**
- 2.3) Influências da Televisão sobre as Audiências**

CAPÍTULO 3

IDENTIDADE E COMUNIDADE

- 3.1) Identidade Cultural**
- 3.2) Comunidade de Baixa Renda**
- 3.3) A Questão Histórica da Identidade**
- 3.4) Histórico das Leis e Concessões de Canais**

CAPÍTULO 4

TV COMUNITÁRIA

- 4.1) Uma questão política**
- 4.2) Histórico da TV Comunitária no Brasil**

CAPÍTULO 5

ROCINHA X TV ROC

- 5.1) O Público da TV Roc**
- 5.2) TV Roc**

CAPÍTULO 6

ANÁLISE DE DADOS

CAPÍTULO 7

CONCLUSÃO

CAPÍTULO 1

*“De todas as formas de “persuasão clandestina”,
a mais implacável é a que se faz exercer
simplesmente pela ordem das coisas.”*

Pierre Bourdieu

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como campo investigativo a Televisão Comunitária Brasileira, tendo como objeto de estudos a TV Roc – Televisão a cabo do bairro da Rocinha, na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.

Partiu-se neste estudo da análise desta TV Comunitária sob a ótica da Comunicação, tomando como referência sua produção e a percepção da audiência.

Fatores como: localização, nível educacional, renda e infra-estrutura, foram relevantes ao estudo, bem como os discursos emitidos pelo grupo pesquisado.

Neste sentido o trabalho em questão buscou, em sua metodologia, um estudo de abordagem qualitativa, utilizando como técnica a entrevista de Grupo Focal junto aos integrantes da comunidade pesquisada, se apoiando nos conceitos de Michel Thiollent e no que concerne à pesquisa-ação. Com a coleta de dados concluída, e a decupagem do material gravado, e sua posterior transcrição, foi feita a análise dos dados e o balizamento dos discursos enunciados.

Para uma melhor compreensão do estudo em questão, no Capítulo 2 analisou-se a evolução da televisão até chegarmos a TV Digital e a possibilidade de uma mudança de paradigma, tomando como perspectiva a tecnologia e o ambiente midiático, e suas influências sobre as audiências e vice-versa.

O Capítulo 3 segue contextualizando a televisão dentro da cultura ocidental contemporânea tomando como referencial o processo de transnacionalização da informação e das empresas e, em especial da Comunicação, e a importância deste processo para as culturas e identidades autóctones em todo o mundo e no Brasil.

A análise inclui a forma do show, do comentário e variedades (fait-divers) como o viés principal para todos os gêneros de programas encontrados na televisão do Brasil e do mundo. O capítulo finaliza com um breve histórico e comentários sobre as leis e concessões de canais no país.

No Capítulo 4 indicamos a importância da TV Digital e da TV Comunitária, mais especificamente da multiprogramação, com o número maior de canais, como ponto de partida para a mudança de paradigma social, de produção independente de conteúdo e, por conseguinte, da geração de emprego e renda além da importância de tal tecnologia para a representatividade das diversas comunidades e, portanto, para suas identidades.

No capítulo seguinte, de número 5, estudamos o público-alvo da TV Roc, suas especificidades econômicas e educacionais, além da infra-estrutura da televisão em questão, com suas limitações e restrições para a captação de recursos. No Capítulo 6 consta a análise dos depoimentos dos entrevistados do Grupo Focal que foram importantes para avaliação das opiniões, dos conhecimentos, das reivindicações e do sentimento e identidade comunitária.

O Capítulo 7 foi reservado para a conclusão. Nele avaliamos, principalmente, o exposto no capítulo anterior e é onde propomos um direcionamento para a política midiática brasileira no que tange a TV Digital e, especificamente, a TV Comunitária.

CAPÍTULO 2

NOVAS TECNOLOGIAS

2.1) Evolução da TV

O ambiente tecnológico cada vez mais vem intensificando mudanças e desenvolvimentos diversos no software, hardware, middleware, concepção, convergência além das variáveis políticas, econômicas e de gestão – de forma acelerada e cumulativa. Mas, antes de podermos falar das possíveis influências da televisão sobre a(s) audiência(s), é necessário apresentar as bases em que foi estabelecida a mídia televisiva, primeiramente na Europa, nos Estados Unidos e Canadá e, em seguida, na América Latina; e como os modelos de gestão podem afetar seus conteúdos ou perfis.

Na Europa, de uma maneira geral, podemos perceber, assim como aconteceu com as rádios, que a mídia televisão teve seu desenvolvimento, preponderantemente, sob a égide pública¹, por meio de apenas uma concessão, o que caracterizava monopólio – esta política tinha como explicação os escassos comprimentos de ondas disponíveis “no éter”, no caso do Rádio. Na Grã-Bretanha: o sistema British Broadcasting Company, BBC, mantinha o monopólio: muito atuante durante as Guerras Mundiais, foi o sistema padrão de gestão de Rádio para quase toda Europa e também para o Canadá. A BBC, não era nem comercial nem controlada pelo governo: mantinha programação cultural e educacional baseada em uma política de interesse público. Como exemplo é importante citar que, até o ano de 1937, a direção da rádio evitava a utilização de classificações – pesquisa de audiência – como guia para elaborar suas políticas de programação.

¹ BRIGGS, Asa, & BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p.158-168 e 220-233.

No entanto, em todos os países da Europa, a partir dos anos 1920, interessados no desenvolvimento da radiodifusão, a atividade teve que dividir o que foi chamado de “papel de corretagem cultural”² com as indústrias de: gravação de discos, cinema, artes cênicas, os esportes e os jornais. A história da industrialização observou o crescimento do mercado de capitais, dos bancos, o que acarretou o aumento da riqueza dos conglomerados e a necessidade clara da importância da informação mais substancial e confiável, além de um acesso público mais amplo à educação – principalmente no final do séc. XIX, quando as noções de velocidade e distância foram transformadas – com vistas a uma maior e melhor produção e para o gerenciamento das estruturas cada vez mais complexificadas.

Na Itália, sobrepujaram-se os interesses de Estado e a RAI tinha concessão única. Com a entrada do sistema broadcasting Berlusconi³ o espaço audiovisual no país foi dividido com a RAI – este duplo monopólio foi sancionado por lei em 1990. A fortuna e o sistema de comunicação Berlusconi foram “criados” durante sua primeira gestão do Governo, e é o que garante à ele a utilização dos espaços para propaganda e divulgação de suas iniciativas, quando no poder.

Dessa forma, pode-se propor uma equação simples: quando alguém estrutura um sistema de comunicação, ou quando detém o poder da mídia colocando em proveito próprio, este poder, que lhes conferem em termos de *violência simbólica*⁴ seus canais de televisão, demonstra-se, no momento da globalização dos mercados, que, somado ao poder

² Idem, p.168-233.

³ É um dos maiores da Europa, do político Silvio Berlusconi, que inclui várias rádios e televisões. A revista norte-americana *Forbes* avalia em 11,8 bilhões de Euros (cerca de 30 bilhões de reais) a fortuna de Berlusconi. Ver em: http://www.forbes.com/sportsbusiness/2008/02/04/soccer-billionaires-abramovich-biz-sports-cx_af_0205soccerbillies_slide_9.html?thisSpeed=15000

⁴ Para Pierre Bourdieu *violência simbólica* é a “que se exerce sobre um agente social com a sua cumplicidade”. Ver em: BOURDIEU, Pierre & WACQUANT, Loïc. *Réponses*, Paris: ed. Seuil, Paris, 1992, p. 142.

econômico, é possível comprar o poder político quase automaticamente⁵. Essa questão de representatividade e poder de informação pode e deve ser mais bem desenvolvida para a *Cultura* e a *Educação*, aqui circunscritas ao objeto comunidade.

Nos Estados Unidos, os veículos de comunicação foram desenvolvidos, e geridos, pelas mãos da iniciativa privada. Nela, as perspectivas de lucro são metas e a vantagem para os cidadãos é sempre colocada numa segunda ordem de importância, após os interesses comerciais. Focados na audiência, esses players, muitas vezes internacionais, gerenciam suas ações baseadas nos lucros e, portanto, nos índices de audiência, sem se importar com a qualidade dos programas e/ou conteúdos, associados aos produtos, de uma forma geral.

Na América Latina temos a presença importante da iniciativa privada – nos moldes do que acontece nos EUA – nos negócios audiovisuais, de informação e desenvolvimento de conteúdos. A televisão pública, por diversos governos considerada “estatal”⁶, padece de uma expressiva imobilidade, o que gera desinteresse por parte do público. Por outro lado, o governo já não parece estar interessado em investir, uma vez que o emprego de capital se tornou demasiadamente vultoso. Essa situação fez com que algumas televisões públicas optassem por abrir espaços comerciais em seu quadro de programação. Resta saber quais serão as influências comerciais na gestão e em que monta. Alguma delas se sentirá seduzida pelos ganhos comerciais, e perderá o foco público, em busca da audiência? Parece-me um risco sempre presente quando não temos fonte de recursos determinada em lei.

⁵ Isto pode ser ilustrado por meio do exemplo de Michael Bloomberg, bilionário norte-americano, dono da rede mundial Bloomberg TV, que gastou mais de 77,5 milhões de Euros em sua campanha para se tornar, em 1º de dezembro de 2001, prefeito de Nova York. Ver em: www.forbes.com/2007/09/18/ricchlist07_Media_slide_2.html?thisSpeed=15000 e também em: www.forbes.com/business/2008/02/01/billionaires-politics-oprah-biz-cz_zog_0201politicsbillies.html.

⁶ No sentido de utilizar a mídia como veículo de propaganda ideológica.

No Brasil a TVE Brasil tornou-se TV Brasil⁷, no sistema digital, por meio da MP 398⁸. A Empresa Brasileira de Comunicação, EBC, será uma sociedade anônima fechada, com pelo menos 51% de suas ações com direito a voto da União, que inicialmente integrará sua parte no capital da empresa com o patrimônio da Radiobrás, além de bens federais que vinham sendo administrados pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), mantenedora da TVE Brasil.

As ações restantes poderão ser adquiridas por entidades da administração indireta (autarquias, estatais e fundações) da própria União ou de outros entes federativos. As receitas da empresa se originarão de dotações orçamentárias, de doações, de prestação de serviços de comunicação a órgãos públicos e empresas públicas e privadas, de distribuição de conteúdo, de modelos de programação e licenciamento de marcas e produtos, entre outras fontes. A medida provisória autoriza o governo a remanejar para a EBC recursos do Orçamento da União para 2007 destinados à Acerp.

A referência aos altos custos é devido ao capital investido em implementação de novos recursos tecnológicos, principalmente, às constantes mudanças tecnológicas, o que obriga as atualizações e investimentos freqüentes e de monta. No entanto, os valores das produções, portanto de manutenção, tem mostrado um viés de redução devido aos custos das máquinas, da geração, da edição e comunicação. O nível de concorrência de um mercado globalizado requer, das televisões nacionais comerciais, públicas e comunitárias, um esforço no sentido de cumprir suas responsabilidades pela cultura e informação desses

⁷ http://www.tvbrasil.org.br/default_br.asp

⁸ <http://www2.camara.gov.br/internet/homeagencia/materias.html?pk=111923>

países. Muitas dessas empresas, como é o caso da Rede Globo⁹, atuam na Europa, Oriente Médio, África, Ásia, Oceania e países americanos.

2.2) TV Digital

O advento da televisão digital, no Brasil, exigirá um investimento inicial importante, mas o valor das produções, em última análise, deverá sofrer uma redução em seus custos de uma forma geral. A principal discussão, ou a mais importante, me parece, é sobre os conteúdos a serem produzidos e gerados para os cidadãos. Que comunidades terão seus direitos de representação e visibilidade respeitados, ou atendidos? A TV Brasil, em seu site, propõe-se a contribuir para a formação crítica do cidadão e oferecer produtos buscando refletir a pluralidade¹⁰ e a diversidade da sociedade brasileira. É certo que o fortalecimento da televisão pública, no Brasil¹¹, contraria os interesses de alguns oligopólios pertencentes a empresas familiares e de diversos grupos e empresas estrangeiras¹² interessadas em investir no setor de comunicação.

A resposta para as expectativas que cercam o advento da TV Digital – com a exceção da imagem de alta definição, cuja qualidade só é observada em televisores

⁹ <http://tvglobointernacional.globo.com>

¹⁰ Ler mais a esse respeito em: <http://www.tvbrasil.org.br/institucional/cartadebrasil.pdf>

¹¹ Segundo o estudo “Os Donos da Mídia”, do Instituto de Estudos e Pesquisa em Comunicação, Epcom, em 2002, seis redes privadas nacionais abrangem 667 veículos, entre emissoras de TV, rádios e jornais. Na TV, o monopólio é explícito. A Rede Globo detém 32 concessões de TV comercial (28% do total), e possuem 113 afiliadas no país, obtendo 54% da audiência e da verba publicitária (R\$ 1,59 bilhão em 2002). O SBT, da família Abravanel, possui 10 emissoras e 100 afiliadas, que atingem 24% da audiência. A Igreja Universal do Reino de Deus possui 21 concessões distribuídas entre a Record, Rede Mulher e Rede Família. Só a Record é dona de 14 emissoras próprias e 49 afiliadas. A Bandeirantes, da família Saad, possui 12 próprias e 57 afiliadas. Ou seja, apenas duas redes controlam 75% da audiência.

¹² Estimativas da Folha de São Paulo, publicadas na edição do jornal no dia 14 fevereiro de 2004, por Elvira Lobato, com o título de “Mídia nacional acumula dívida de R\$10 bi”, indicam que as empresas de comunicação acumularam, em 2002, prejuízo de R\$7 bilhões. Nesse ano a Emenda Constitucional n.º 36 permite o aporte de capital estrangeiro na mídia brasileira. A EC manteve a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, bem como 70% do capital total e do capital votante. Assim, abre-se a participação de sócios estrangeiros nas empresas brasileiras de comunicação, desde que, no máximo, com 30% do capital total e do capital votante. O decreto-lei 236 e a lei 10610 foram criados e dispõem sobre a participação do capital estrangeiro.

preparados para isso, ou que estejam ligados ao *set top box* (conversores) – é garantida numa frase: a priori nada vai mudar. Até mesmo o conversor vai ter sua compra postergada¹³, uma vez que o valor de lançamento está acima do orçamento da maior parte das famílias brasileiras¹⁴. O conversor está com preço atual entre R\$ 500,00 a R\$ 1.100,00.

O conteúdo¹⁵ vai continuar sendo produzido pelas atuais redes de televisão; a interatividade tão cedo vai acontecer – isto porque parece não interessar muito as redes de televisão; a acessibilidade vai depender do tempo e da concorrência. No Brasil os programas poderão ser gravados, mas terão que incluir os comerciais; o mesmo em relação à mobilidade¹⁶: esta capacidade fica na dependência das conhecidas “teles”, as empresas de telecomunicações, para quem a televisão no celular não interessa, uma vez que não resulta em negócio e, por extensão, em lucro.

Já a multiprogramação poderia ser implantada rapidamente, se as emissoras tivessem interesse. A verdade é que os investimentos não são muito altos. Mas as emissoras comerciais não querem, porque acham que haverá dispersão dos recursos publicitários por muitos canais e a verba de publicidade, existente no mercado, será curta para um número maior de programas e canais. Como apenas as emissoras educativas querem, para fazer canais de educação à distância, a indústria eletrônica não dotou os conversores de sintonia para multiprogramação. Também fica para o futuro. Indefinido¹⁷.

¹³ O Ministro das Comunicações, Hélio Costa, aconselhou, em entrevista, que os cidadãos não comprem os conversores e aguardem até que estes baixem para o valor de R\$200,00 (retirado do site: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=462TVQ002>, em 04/12/2007, às 19h20).

¹⁴ Para contornar a falta de escala, o país precisava ter definido uma política industrial agressiva. Mas não o fez. Prevaleceu a política de distribuição de investimentos. Assim, o conversor foi enquadrado como *bem de imagem e som*, promovendo benefícios fiscais apenas para fabricantes instalados na Zona Franca de Manaus.

¹⁵ No Brasil a produção independente só tem espaço garantido na grade dos quatro canais da TV pública.

¹⁶ A mobilidade vai depender da oferta de aparelhos com preço acessível e da disposição das operadoras em suportar aparelhos compatíveis, uma vez que elas próprias oferecem serviços pagos de vídeo on demand.

¹⁷ "Nenhuma forma cultural significativa brota plenamente realizada. Há sempre um período de gestação em que as divisões em diferentes gêneros, convenções ou tipos de meios são menos definidos". (JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface*. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, p. 34).

O fato de o governo ter privilegiado a alta definição no lugar da multiprogramação limitou o número de emissoras praticamente às existentes: houve a criação de quatro novos canais públicos¹⁸ e outros quatro, que garantirão a inovação do processo, com a habilitação dos canais “reservados em todos os municípios com mais de 100 mil habitantes para utilização da União que o explorará diretamente, como ressalta a Constituição Brasileira, em seu Artigo 21, Inciso 12”¹⁹.

No entanto, qualquer emissora pode decidir por priorizar o número de canais²⁰ (multiprogramação), o que faculta à ela a capacidade de funcionar com até 4 canais, com uma qualidade menor de imagem (definição) ou o contrário, quando operará com apenas um canal. O imprescindível é que a emissora utilize os 6 Mhz a que tem direito, de acordo com a concessão. Dessa forma, esta flexibilidade pode levar a criação de até 56 novos canais, o que totalizaria 64 canais em operação, se considerarmos os 8 (oito) atuais.

Nestes canais, destinados à União, teremos um canal para ser “compartilhado com os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário; um canal para a Educação com 4 programações simultâneas para o ensino básico, médio, superior e técnico; um canal para Cultura e o Canal da Cidadania que se destinará as comunidades locais”²¹ para que suas reivindicações e anseios ganhem espaço, possibilitando, também, gestão de Governo Eletrônico, onde se espera levar informação ao público receptor além de prestar serviços de utilidade pública ao usuário.

¹⁸ “As emissoras comerciais continuarão tendo o mesmo espaço de 6 megahertz (mhz) e elas poderão escolher por uma transmissão em alta definição de imagem ou a multiprogramação, que permite até quatro canais diferentes nesse mesmo espaço de 6 Mhz, porém com uma qualidade de imagem um pouco inferior”. Ver em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2006/06/27/284445037.asp>

¹⁹ Artigo: TV Digital no Brasil: tendências e propostas, do Prof. Dr. Ernani Ferraz, ainda em fase de publicação.

²⁰ Ver em: http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/mundovirtual/2429001-2429500/2429035/2429035_1.xml

²¹ Idem.

Pretende-se que este “Canal da Cidadania ao agregar a governância eletrônica possa se tornar mais próximo do usuário que através dele, poderá marcar consultas no SUS, buscar informações em cadastros governamentais, retirar documentos de identidade, ter acesso a Internet e diversas outras aplicações possíveis”²².

Se, em relação a esses pontos, não é possível uma revisão, o governo ao menos poderia corrigir o futuro da TV digital. Assim, não apenas atenderia aos interesses dos radiodifusores brasileiros e dos telespectadores abastados, mas seria possível, por meio da montagem de um programa, fazer da interatividade na TV, para programas sociais, um objetivo estratégico do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD). Assim, a TVD faria a diferença, que iria muito além da imagem sem chuviscos. Esta seria a solução para fazer com que, a maioria do povo brasileiro, entrasse definitivamente na era da informação, o que representaria uma mudança radical de paradigma.

A variável política teve peso importante no desenvolvimento da televisão digital. Embora o governo tenha argumentado pela preferência do padrão japonês, por disponibilizar a interatividade e a mobilidade, na prática o que aconteceu foi que essas funções não foram disponibilizadas. A interatividade, que seria perfeita para o desenvolvimento de aplicativos voltados à aprendizagem em distância (t-Learning) e para o desenvolvimento de uma política de inclusão digital está sem definição.

Esta tarefa seria relativamente fácil de empreender se tomarmos como perspectiva a elevada taxa de penetração da televisão no país: presente em 89% dos domicílios brasileiros²³. Poder usar o televisor, na versão da transmissão digital, como canal de difusão

²² Idem.

²³ Dados do IBGE (PINAD – 2001): <http://www.ibge.gov.br/home>.

de programas de governo, de programas educacionais, poderia significar uma revolução social de proporções inimagináveis.

Essa interatividade²⁴, se implantada, provocaria uma mudança de paradigma em que o telespectador ganharia a condição de ser um elemento atuante, com o poder de personalizar a sua programação. Nele, o controle remoto possibilitaria a filtragem das informações de acordo com a necessidade, desejo e tempo disponível.

2.3) Influências da Televisão sobre as Audiências

A história da mídia demonstra que, ao longo dos anos, novos meios de comunicação foram introduzidos sem que os mais antigos fossem abandonados, o que impôs a coexistência e a interação destes elementos num sistema de alguma forma transformado pelo redimensionamento dos papéis de cada um – aumentados ou reduzidos em importância. Da mesma forma, o surgimento das publicações impressas não impediu que os manuscritos continuassem a ser necessários e importantes, o mesmo sucedendo com o livro e o rádio na idade da televisão.

Com a chegada de uma nova tecnologia de comunicação, os efeitos em longo prazo, e a conseqüente complexificação do sistema comunicacional, em particular os inesperados e involuntários, resultados do uso de determinado meio, são de difícil percepção, mesmo quando se toma o objeto de estudo dentro de uma perspectiva que observa certo distanciamento temporal. É importante salientar que o “efeito” alcançado não é uma relação

²⁴ Embora o governo tenha destacado a importância da interatividade, a implementação não obteve esta prioridade. O governo, que financiou desenvolvimentos para a TV digital com recursos do Funttel (Fundo de desenvolvimento das Telecomunicações) não traçou uma política para garantir a industrialização dos conversores com a incorporação do Ginga – desenvolvido pelas equipes da PUC-Rio e pela Universidade Federal da Paraíba, e do sistema de compressão MPEG. Assim teria sido possível ter um conversor popular, de baixo custo e com os recursos prometidos da interatividade.

de causa e efeito simples, numa única direção, como o próprio termo implica, mas sim a influência resultante de uma ação recíproca.

Isto é o que nos conta Steven Johnson²⁵, sobre os pontos de transição capitais, onde uma plataforma ou gênero dá lugar a outro. A forma mais antiga invariavelmente se esforça para se aproximar dos ritmos e maneirismos da forma emergente. O meio mais antigo quer se reinventar a imagem do novo, mas suas convenções existentes não permitem transformações tão drásticas. O princípio em ação é este: em pontos de transição, algumas mensagens podem evoluir mais depressa que seu meio. E, ao fazê-lo, antecipam um outro meio, que ainda está em embrião.

Na visão de Pierre Lévy²⁶ temos uma perspectiva complementar, onde as *técnicas não determinam nada*. Para o autor, elas resultam de longas cadeias inter cruzadas de interpretações que requerem, elas mesmas, que sejam interpretadas, conduzidas para novos devires pela subjetividade em atos dos grupos ou dos indivíduos que tomam posse dela. Mas ao definir, em parte, o ambiente e as atividades cognitivas dos coletivos que as utilizam, elas condicionam o devir do grande hipertexto.

Lévy conclui afirmando que a situação técnica pode inclinar, pesar e mesmo interditar, mas não pode ditar. Ou seja, qualquer que seja o invento, a tecnologia, ela tem seu uso determinado pelas interpretações que fazem os indivíduos dentro do ambiente criado, que limitam o jogo de interpretações com suas regras, próprias, mas não podem ditar. O que, de certa forma, complementa o raciocínio de Marshall McLuhan quando diz que “o meio é a mensagem”.

²⁵ JOHNSON, Steven. Cultura da Interface. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, p. 31.

²⁶ LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, p.186.

E Michel de Certeau²⁷ revela-nos, por meio do conceito de *fabricação*, como as pessoas se apropriam dos produtos da tecnologia que utilizam a partir da imposição de uma ordem dominante e estabelecem uma forma de consumir em que o usuário reinventa, recria, retrabalha o que recebeu. O autor convida-nos a explorar as redes de indisciplina e a inventividade dos indivíduos e grupos presos nas redes de vigilância. O cotidiano é um espaço de microdiferenças e não repetitivo. Ele critica o olhar do alto incapaz de dar conta da complexidade presente no processo receptivo.

²⁷ CERTEAU, Michel de. A cultura no plural. Campinas: Papyrus, 1995, p.84-189.

CAPÍTULO 3

IDENTIDADE E COMUNIDADE

3.1) Identidade Cultural

A identidade cultural depende, hoje, cada vez mais das tecnologias, daí a importância das políticas nacionais no direcionamento da tecnologia. Assim como muitos ramos de negócio, a Comunicação, uma das maiores indústrias de todo o mundo, tornou-se transnacional e adquiriu um caráter exógeno às culturas dos países e às demandas autóctones. Este processo de globalização, que não possui centro, desdobra-se no mundo com a velocidade do mercado de capitais, das tecnologias de informação, na internacionalização dos mercados e, portanto, na padronização dos consumos.

O produto desta equação apresenta um volume incomensurável de informação convivendo com públicos muitas vezes despreparados e com pouca renda para consumo. Mas esta pobreza “não pode ser ‘curada’, pois não é um sintoma da doença do capitalismo. Bem ao contrário: é evidência da sua saúde e robustez, do seu ímpeto para uma acumulação e esforço sempre maiores”²⁸.

No Brasil e na América Latina, de uma forma geral sociedades formadas em histórias híbridas – formadas por vários povos – e recentes, têm na tecnologia um agente de desmistificação das tradições e costumes o que desarruma e faz enfraquecer a ética e a cultura. É aí onde “radicam algumas de nossas mais secretas e exasperantes violências. Porque as pessoas podem, com certa facilidade, assimilar os instrumentos tecnológicos e as

²⁸ SEABROOK, Jeremy. *The Race for Riches: The Human Cost of Wealth*. Basingstoke, Marshall Pickering, 1998, p.15.

imagens da modernização, porém, só muito lenta e dolorosamente podem recompor seu sistema de valores, de normas éticas e virtudes cívicas”²⁹.

A cultura, desprendida de seu espaço local-nacional, perde seu laço com o território e a língua, seus elementos constituintes, uma vez que as tecnologias promoveram a desterritorialização dos modos de presença e relação, a percepção do que está próximo e longínquo. A experiência doméstica dos meios, da televisão e do computador, nós dá a proximidade e a convivência com pessoas e fatos como vividos, mesmo que virtuais.

Ao contrário, muitas pessoas e fatos próximos, muitas vezes, se tornam ignorados simplesmente por estarem fora do itinerário das pessoas ou da agenda jornalística. O volume e a diversidade, os fatos em flashes, sem conexão histórica ou lógica, a sucessão de “fatos-produto” carentes de análise e apresentados em forma de *showrnalismo* – fórmula de conferir interesse a acontecimentos por meio da utilização de personagens. É a chamada *personificação da notícia*, onde o foco da narrativa é dirigido para testemunhas e situações exemplares, capazes de oferecer maior peso dramático à realidade apresentada. Assim, a abordagem sobre tema mais amplo, “tende a realçar casos específicos e bastante concretos, num claro esforço de envolver o leitor, ouvinte ou telespectador, aproximando-o de assuntos que, de outra forma, poderiam parecer distantes e abstratos”³⁰ – de espetáculo, dão cabo da história, criando produtos em acordo com o interesse do público, mas não de interesse público, com baixo custo e altas taxas de lucro.

Ao mesmo tempo, a paixão pela memória nasce porque “a nação de Renan morreu e não voltará. Não voltará porque a substituição do mito nacional pela memória supõe uma

²⁹ Barbero, Jesús Martín & Rey, Germán. Os Exercícios do Ver, Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: SENAC São Paulo, p.31-32.

³⁰ Artigo: A Dramatização no Telejornalismo, da Mestra Tereza Cristina da Costa Neves, ECO/UFRJ, ainda em fase de publicação.

mutação profunda: um passado que perdeu a coerência organizativa de uma história se converte por completo em um espaço patrimonial”³¹.

Dessa forma, o que vemos é a morte da representação, da ideação dessa comunidade que é a nação, e com ela cada localidade, cada grupo, reivindica o seu direito à memória. Não existe uma história, uma nação, algo que seja representativo de tudo e todos. Com isso, nesses tempos pós-modernos, recaem sobre a televisão a responsabilidade de fazer representar as comunidades regionais e locais, que reivindicam o direito de construção da própria imagem. Em suma, a imagem toma o lugar da memória indicando a morte da história.

No entanto, é através dessa mesma televisão, pela democratização desta agora eletrônica, que permeia a democratização dos costumes e a cultura política. É nas televisões culturais, e mesmo na televisão comercial, nos canais regionais, locais ou comunitários, que a televisão se apresenta como espaço de tradição cultural, sejam orais, gestuais, escritas, teatrais, cinematográficas, novelescas e etc.

No Brasil temos como exemplos diversas séries, apresentadas pela TV Globo, que tiveram como tema obras clássicas da cultura em autores como Graciliano Ramos, Machado de Assis, Jorge Amado e outros. Portanto, é importante para a cultura, a nação e as localidades, que se abram cada vez mais espaços representativos e, por isso mesmo, identitários.

Essa questão de representatividade e poder de informação é sumamente importante para a sobrevivência da cultura; e pode ser espaço apropriado para a extensão da Educação Formal e mesmo sua ampliação, de acordo com os recentes estudos de Mídia-Educação

³¹ Barbero, Jesús Martín & Rey, Germán. Os Exercícios do Ver, Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: SENAC, p.34.

realizados em todo o mundo. Podemos observar avanços feitos nos últimos anos por pesquisadores da “área de Educação e Comunicação Social para entender as intrincadas relações entre mídia e pedagogia, buscando romper com a tensão histórica que ocorre, tanto na prática como na teoria, entre essas esferas”³². O reconhecimento de que ensinamentos e valores, transmitidos pelas instâncias formais educativas, ocorrem de forma importante pela mídia, ainda é recente.

A comunidade, objeto de estudo deste trabalho, tem na televisão comunitária uma opção relevante para sedimentar e ampliar laços, além de ressignificar e representar suas identidades e maneiras de ver a comunidade, para que seja possível lidar com as diferenças em relação à região, cidade, nação e ao mundo.

As televisões comunitárias, no Brasil, especificamente as emissoras comunitárias dentro das TVs a cabo, não têm recursos para criar sua programação, nem conseguem chegar à maioria dos expectadores nas periferias. Associado a este fator tem-se a questão econômica introduzida por meio do preço das assinaturas da TV a cabo, que é fechada. O resultado dessa conta é o afastamento da produção popular: quando a comunidade se expressa, acaba por não se ver. A regulamentação dos antenistas, já aprovada, e projetos de lei que tramitam no Congresso, tentam reverter esse cenário de contradições e de limitações políticas e econômicas.

Isto acontece porque o modelo criado no país, para formar emissoras comunitárias, ainda não permite a expressão efetiva de sua gente e de seus repertórios, reivindicações e culturas. São populações de baixa renda e em situação de risco das periferias e de comunidades empobrecidas do país, de uma maneira geral.

³² RIBEIRO, Cláudia Regina & SIQUEIRA, Vera Helena Ferraz. O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes. Revista Estudos Feministas: <http://portalfeminista.org.br/REF/PDF/v15n1/Ribeiro-Siqueira>.

O problema da legislação é não estabelecer formas de apoio financeiro às entidades para a produção, e ser muito restritiva na captação de recursos. Ela proíbe a publicidade comercial. Esses fatores, somados, resultam na grande dependência da televisão comunitária de trabalhadores voluntários. E a segunda dificuldade reside no confinamento dos canais comunitários dentro das TVs pagas, muito caras para expectadores de baixa renda³³. O público das TVs por assinatura no Brasil³⁴ (cerca de 4 milhões de domicílios) está concentrado em 75% na classe A, 25% na classe B e apenas 5% na classe C, segundo a Associação Brasileira de TVs por Assinatura (ABTA). Isso significa que a própria comunidade não dispõe de recursos para se ver na programação.

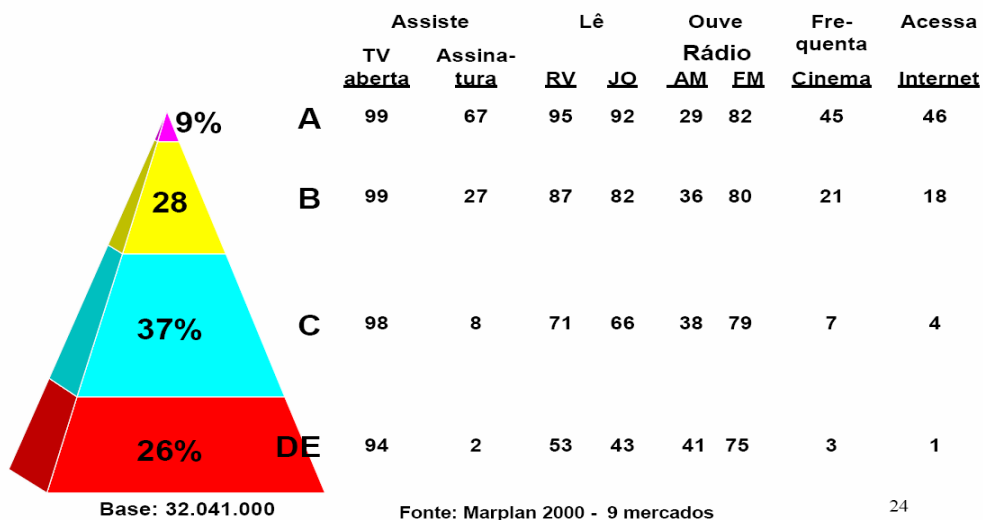
Considerando a estrutura do mercado brasileiro de mídia, com base nos Estudos Marplan, realizados em 9 mercados das principais regiões metropolitanas, é possível constatar a importância das classes C, D e E, que juntas respondem por 63% do universo. Convém lembrar que essa composição sofre alterações quando se parte para a análise do consumo dos meios, per se, que possuem níveis de público compatíveis com seus posicionamentos dentro da indústria da comunicação. O gráfico de consumo dos meios por classe social evidencia a expressividade das classes C, D e E no público dos principais meios, são consumidores assíduos e freqüentes dos principais meios, exceto TV por assinatura, cinema e Internet³⁵, que ainda se mantêm muito caros para os padrões das comunidades de baixa renda.

³³ A tabela, da próxima página, consta da monografia de Ana Lúcia Fugulin, PUC-SP, Março – 2001, para o 4º Prêmio de Mídia Estadão: O Paradoxo do Alto Consumo na Baixa Renda, p. 24.

³⁴ A TV por Assinatura no Brasil atende a 8% dos domicílios com TV. Nos EUA apresenta realidade bem diferente: 88% dos domicílios utilizam TV Paga (dados da SET – Sociedade de Engenharia de Televisão. Proposta da SET para TV Digital no Brasil, 29/08/2006, p.1. IN: www.set.com.br).

³⁵ Esta tabela consta da monografia de Ana Lúcia Fugulin, PUC-SP, Março – 2001, para o 4º Prêmio de Mídia Estadão: O Paradoxo do Alto Consumo na Baixa Renda, p. 23.

CONSUMO DOS MEIOS PELA POPULAÇÃO 10 e+ ANOS POR CLASSE ECONÔMICA



24

3.2) Comunidade de Baixa Renda

Os cidadãos de comunidades de baixa renda não formam um grupo de exceção em relação às influências da tecnologia audiovisual e, em especial, da televisão, nem tampouco em relação a necessidades e reivindicações de representação ou da possibilidade de se ver representado. Hannah Arendt definiu a polis grega como “o espaço da aparência, no sentido mais amplo da palavra, ou seja, o espaço no qual eu apareço aos outros e os outros a mim, onde os homens assumem uma aparência explícita ao invés de se contentar em existir meramente como coisas vivas ou inanimadas”³⁶. A TV hoje se apresenta como espaço da aparência: é a partir da visibilidade nos meios de comunicação que as coisas do mundo circulam, são compartilhadas socialmente. Arendt ressalta que sem o espaço da aparência e a confiança na ação e no discurso como forma de convivência, é impossível estabelecer a realidade do próprio eu, da identidade, ou a realidade do mundo circundante.

³⁶ ARENDT, H. A vida do espírito: o pensar, o querer, o julgar. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1991, p.80-159.

Essa perspectiva de diálogo, ação e discurso e não de imposição: seja de imagens, modelos ou qualquer tipo de produto, informação ou ciência, serve como parâmetro no trabalho com as comunidades, com o trabalho se traduzindo a partir de dois movimentos complementares de ação e reflexão, favorecendo descobertas, avaliando meios e instrumentos a fim de interferir na qualidade de vida da comunidade, principalmente no contingente de crianças e adolescentes. Nessa perspectiva, o caminho mais coerente dá-se por meio “da pesquisa-ação (THIOLLENT, 1986), estudo científico (...) que não se limita ao endosso ou ao eventual prolongamento das tradições teóricas, mas que as coloca a serviço da resolução dos problemas da coletividade”³⁷. A pesquisa-ação amplia a visão do cientista, que inicia seu estudo na pesquisa da comunidade, sem atuar como um Messias que leva, por seu conhecimento, a redenção dos homens.

3.3) A Questão Histórica da Identidade

Na verdade, na história da cultura ocidental, o tema tem sido objeto de contradições e insuperável entre a escala individual e coletiva. Em se tratando de um assunto individual tem suas citações ligadas à liberdade, aos direitos das pessoas, a liberdade de pensamento e expressão, bem exemplificada na expressão de Adam Smith: “laissez faire, laissez passez”. Mais tarde, de igualdade e, portanto, de identidade. Daí seguiu-se a libertação de gênero, com o movimento feminista, de costumes e outras. Mas, em se tratando da coletividade tem sido fator de ódios. Essa contradição entre a valorização da identidade individual e a realidade de uma sociedade de massa, presente no modelo atual, é descrita por Dominique

³⁷ MOREIRA, Marina Lemette. Universidade e Comunidade: a construção de um novo ambiente. Rio de Janeiro: e-Papers, 2006, p.16.

Wolton como de “sociedade individualista de massa”³⁸. Esta é o resultado do “fim do modelo patriarcal das grandes famílias, do poder centralizado nas províncias (local) e corporações o que privilegiava as ligações pessoais”³⁹.

No plano coletivo a história conheceu muitas guerras em que comunidades, ou nações, se enfrentaram em nome de sua identidade, pela extensão de seu território, ou para conquistar outros povos cujo poder ou identidade eram menos afirmados. Wolton diz que esta sempre foi um argumento de poder e “um fator de expansão política (...) mediante a relação que se estabeleceu entre identidade e nacionalismo, cujo resultado foi a instabilidade política”⁴⁰, que se conhece há dois séculos. Ele dá como exemplos de seu raciocínio as duas guerras mundiais, que representam o ‘triunfo’ do princípio da identidade nacional, e as políticas dos regimes marxistas e fascistas.

Por isso, lutar no fim do século XX pela questão da identidade não tem mais boa reputação nas democracias. Então, lutar para afirmar a identidade coletiva desperta ‘negras lembranças’, e toda a idéia da comunidade internacional, desde 1945, com a criação da ONU, tem sido construir uma ordem internacional que tentasse superar o princípio identitário. Isso explica, segundo Wolton, porque o progresso hoje é assimilado com a ‘superação’ das identidades nacionais, em proveito de organizações internacionais de cooperação econômica e cultural mais vastas. A única identidade valorizada é a que transcende as identidades comunitárias e nacionais, em proveito de organismos de cooperação mais ou menos internacionais: leia-se Nafta, Asean, Apec, Mercosul, MCE... Meios de superar as identidades nacionais; não a tudo o que pode reforçá-las.

³⁸ WOLTON, Dominique. Pensar a Comunicação. Brasília: Editora Unb, 2004, p.419.

³⁹ Idem, p.419-420

⁴⁰ Idem, p.419-420.

Na hipótese do autor, os povos, e não as elites, aceitaram a constituição desse vasto espaço político da Europa apenas com a condição prévia de uma “revalorização das identidades coletivas”⁴¹, onde as identidades, sobretudo nacionais, ou regionais, não são mais um obstáculo, mas uma condição. Não são mais hoje, quando se trata de passar da Europa econômica à Europa política e, da Europa tecnocrática à Europa democrática, a dos cidadãos. Assim deve ser. Do contrário estaríamos trocando um sentimento nacional por um de bloco o que, como resultado, não mudaria nada.

Por esses motivos, na Europa, as identidades coletivas devem ser preservadas, pois hoje são democráticas e, portanto, indispensáveis para resistir ao poderoso movimento de racionalização e estandardização ligado à abertura dos mercados. A padronização das culturas e, por extensão das identidades nacionais, é de suma importância para as grandes empresas transnacionais, pois aumenta seus ganhos por ordem de escala.

Pelo discurso vigente o nacionalismo é um obstáculo à Europa. Ele não é, mas se tornará caso “não forem levados em conta o peso e a legitimidade da identidade nacional ou comunitária dentro desse novo espaço (...) Assim, quanto mais há comunicação, mais é preciso identidade”⁴². A comunicação age como um agente de significação, de representação nacional e comunitária, dando expressão e valorização para as culturas, hábitos e da própria gente, que se vê e se sente afirmada.

3.4) Histórico das Leis e Concessões de Canais

Um olhar de dentro, que abra espaço para idéias, reivindicações e representações culturais consegue agregar e mobilizar as atenções. É o sentido inverso da mídia no Brasil,

⁴¹ Idem, p.421.

⁴² Idem, p.422.

que peca por apresentar um sistema de comunicação monopolista e familiar. A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 223, trata da disciplina e distribuição de concessões de emissoras de rádio e televisão. Por meio dela é mantida a continuação da responsabilidade do Poder Executivo na outorga e renovação de concessões, mas é a partir de 1988 que “essa prática passa a ser fiscalizada pelo Congresso Nacional. Tal procedimento aparentemente visa à redução do caráter político da distribuição de concessões – prática comum no Brasil e acentuada durante o período em que vigorou a Assembléia Nacional Constituinte”⁴³.

A partir de 1962 a outorga e a renovação de concessões passaram a ser feitas diretamente pelo Presidente da República. “Até o início da década de 1990, 3.330 concessões haviam sido outorgadas. Dessas, 1.483 (44,5%) foram feitas entre 1934 e 1979. No intervalo compreendido entre os anos de 1979 a 1985 (no governo do presidente João Figueiredo) aconteceram a outorga de 634 concessões, 19% do total”⁴⁴. Dado o grande número de concessões em tão pouco tempo, em relação ao histórico do setor, surgiram críticas a um suposto favorecimento de políticos que haviam se mantido fiéis ao regime militar; então premiados com uma concessão.

A consolidação da Nova República gerou um questionamento da política adotada no setor:

Em 1985, “o então Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, anunciou a suspensão de 144 concessões feitas nos últimos três meses do governo Figueiredo. Mas, no segundo semestre, foram confirmadas e, em pouco tempo, o volume de concessões superou o de seu antecessor. Em 1988, nos meses que antecederam à promulgação da nova Constituição Federal, foram 539 concessões (52% do total do governo). Ao todo, foram outorgadas 1.028 concessões – 30,9% de todas as 3.300 feitas

⁴³ PIERANTI, Octavio Penna. Uma análise da Constituição Federal de 1988. Rio de Janeiro: FGV, 2005, p.1-13. Em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/16753/1/R1548-1.pdf>.

⁴⁴ Idem.

desde 1934. Pode-se dizer que 16,3% dos 559 parlamentares constituintes receberam concessões”⁴⁵.

Assim, é fácil concluir que a distribuição de concessões de emissoras de rádio e de televisão, no Brasil, desde 1934, portanto desde o início do rádio no país, foi permeada pela troca de favores, pelo favorecimento político de figuras ligadas a política e mesmo de políticos. Por isso o quadro pintado pelas concessões existentes revela uma figura distorcida, produzida pela distribuição de benesses realizadas pelo estado que não adotou uma perspectiva de análise das pessoas jurídicas concessionárias, o que não revela a pluralidade da sociedade brasileira.

⁴⁵ Idem.

CAPÍTULO 4

TV COMUNITÁRIA

4.1) Uma questão política

A televisão digital promete, assim como o ingresso das televisões comunitárias, abrir espaço para um número maior de canais com a finalidade de gerar conteúdo independente, senão identificado e a partir de uma pesquisa de marketing, ao menos como forma aproximada da cultura dessas comunidades de baixa renda, excluídas de *aparência*⁴⁶ – rompendo com o histórico oligopolista e o padrão de outorga de concessões para veículos de radiodifusão – ou seja, de rádio e televisão – já estabelecidos no mercado.

Nesse momento, o encaminhamento da política de Comunicações, realizada pelo Estado Brasileiro, pode determinar o futuro das mídias audiovisuais do país. Por meio desta poderemos, se quisermos, democratizar as mídias, com a otimização do espectro eletromagnético. Ou, complementarmente, transformá-la num marco regulatório, que prepare a nação para os desafios da convergência tecnológica em curso. Isso se desejamos que o povo brasileiro tenha acesso ao meio digital.

Dessa forma poderíamos impulsionar a indústria audiovisual e garantir a igualdade de condições de concorrência “e a representação na mídia da diversidade cultural e regional brasileira, desenvolver a indústria nacional e, juntamente com o incremento da produção de conteúdo, gerar empregos e ajudar o país a superar o desafio da inclusão social”⁴⁷. Em

⁴⁶ ARENDT, H. A vida do espírito: o pensar, o querer, o julgar. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1991, p.80-159.

⁴⁷ <http://www.intervozes.org.br/publicacoes/documentos/TVDigital.pdf/view?searchterm=TV%20Digital>

resumo: garantir os direitos fundamentais da Constituição Federal, de 1988, e dos pactos internacionais, ratificados pelo Brasil.

Se essas são as decisões que podem ajudar o país a se desenvolver sob o prisma do interesse público, são também elas que podem aprofundar os erros históricos cometidos na formação do sistema brasileiro de radiodifusão, como, por exemplo: o aprofundamento de nossa dependência econômica, em relação aos países desenvolvidos; o agravamento das diferenças entre pequenas e grandes emissoras e a continuidade do processo de concentração na mídia; a redução ou inviabilidade das produções audiovisuais independentes, locais e regionais; a criação de “classes” de telespectadores, com serviços diferenciados, de acordo com o poder de compra das famílias. Enfim, a continuidade dos interesses privados em detrimento do interesse público.

4.2) Histórico da TV Comunitária no Brasil

A história da TV Comunitária, no Brasil, se confunde com a da ABVP. A Associação Brasileira de Vídeo Popular, ABVP, foi criada em 1984 com o objetivo de incentivar iniciativas de vídeo – distribuição, capacitação e informação – junto aos movimentos sociais e populares. Constituiu-se ao longo de duas décadas, em um espaço de discussão e reflexão acerca da produção videográfica alternativa popular, consolidando-se como um dos principais atores no debate e nas experiências de democratização da comunicação no Brasil, tornando-se referência na América Latina.

Nesse período acumulou um acervo de aproximadamente 500 títulos que, provenientes de todo o Brasil, versam sobre as mais diversas áreas, como reforma agrária, sexualidade, gênero, saúde, questões étnicas e raciais, meio ambiente, entre outras. Em 2000, após resistir por três anos a uma forte crise política e financeira, a ABVP foi

encerrada e o Coletivo de Ex-Integrantes assumiu o compromisso de dar um destino ao acervo, com base no princípio do acesso público. Em 2002, este coletivo de ex-integrantes acertou a doação do acervo para a Videoteca da PUC-SP⁴⁸.

A história do movimento de TV Comunitária no Brasil é marcada por experiências pioneiras na América Latina que nem sempre envolvem a transmissão de imagem e som através de canais de televisão propriamente ditos. Cada uma das iniciativas, com as suas especificidades, contribuiu para o desenvolvimento da comunicação popular em nosso país, trazendo avanços tanto no âmbito prático, como no político, ideológico e legal.

As TVs comunitárias surgiram por meio das iniciativas de ONGs: normalmente como projetos conectados a ações de educação, desenvolvidos, pelas organizações, em comunidades. Os projetos de TV comunitária foram criados para potencializar essas ações das ONGs; como ferramenta de mobilização social ou de “conscientização” política. E os programas, produzidos no âmbito dessas TVs comunitárias, eram exibidos nos mais variados espaços para as comunidades, ou públicos, com os quais essas entidades realizavam seu trabalho. Um grande exemplo disso foi a TV Viva, do Centro de Cultura Luiz Freire, em Olinda.

De fato, a TV Viva foi paradigmática no Brasil e na América Latina. O projeto, de vídeo popular, desenvolvido em mais de 20 bairros, teve início no final da década de 80, início da década de 90, onde o Centro Luiz Freire atuava, na região metropolitana de Olinda. Uma vez por mês, uma Kombi azul, com um grande telão, circulava por esses bairros, exibindo documentários, ficções, desenhos animados, entre outros programas, que retratavam a realidade das comunidades visitadas.

⁴⁸ O acervo doado pela ABVP “está guardado no depósito da Biblioteca por motivos técnicos”, conforme resposta de Mário Bressam, da Videoteca da PUC-SP, realizada por solicitação da Ouvidoria, sob número 1250e, com a data de envio 21/01/2008 às 16:16:15 pelo e-mail: ouvidoria@pucsp.br.

Em 94, as pessoas e grupos articulados em torno da ABVP, e de outras organizações e fóruns, estavam no ápice do debate sobre a democratização da comunicação no Brasil e, naquele momento, reivindicavam a televisão comunitária. Essas entidades lutavam pela aprovação de uma lei no Congresso Nacional que instituiria a figura da TV Comunitária de Baixa Potência. Neste mesmo ano o processo estava no auge: vários grupos estavam discutindo esse projeto de lei; mas não foi aprovado e as discussões perderam força. Em 1995, foi promulgada a Lei 8.977, conhecida como Lei da Cabodifusão, que criou seis canais de utilização gratuita no serviço de TV a cabo, e que obrigou as operadoras a disponibilizar o serviço. Entre eles o canal comunitário.

A aprovação foi o resultado de uma luta de mais de 20 anos por parte da sociedade civil. Na época, ainda durante o governo militar, quando se começou a pensar na implantação dos serviços de cabo difusão no Brasil, um grupo da sociedade civil começou a acompanhar e fazer reivindicações, pedindo que a implantação do serviço fosse precedida de uma discussão e que houvesse uma legislação que defendesse os interesses do público. No entanto, não há como alocar a luta pelos canais comunitários a cabo no mesmo contexto histórico do vídeo popular. São grupos e atores diferentes em lutas paralelas.

Segundo Iracema:

“Ainda não demos o salto da fragmentação pra um projeto mais coletivo. Hoje coexistem entidades mais antigas como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e o Intervozes, para mencionar apenas dois exemplos. Bem como os grupos como a AIC e outros que estão produzindo, atuando na ponta e batalhando projetos para se sustentarem. Em minha opinião, esses atores ainda não conseguem dialogar no sentido de construir um projeto comum. Não que eles tenham que abrir mão de seus projetos individuais, mas em algum momento deveriam se encontrar para desenvolver um projeto de uma

televisão, um projeto comum de produção e luta política. Isso não existe ainda e esse é um grande desafio a ser enfrentado”⁴⁹.

▪ **A importância da Televisão Comunitária**

Tendo em vista que a televisão serve a uma coletividade, podemos considerar ser esta a hora de a TV Comunitária conviver com as TVs privadas e estatais – institucionais como a TV Senado. É essencial que exercitemos uma “nova televisão”, feita à moda da praça pública, da ágora, uma TV “realmente” pública, seja na produção, distribuição ou consumo, com novas propostas e perspectivas de conteúdos, mais crítica, que ensine a deglutir e ver esse volume imenso de informação audiovisual atual. É importante que este veículo atenda à representação dos fatos que se passam na esfera pública e comunitária, e não simplesmente na esfera privada ou comercial e estatal. Uma TV, enfim, que sirva de ágora, de praça pública, ou espaço público.

⁴⁹ Entrevista dada por Iracema Nascimento – Coordenadora geral da Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP), de 1997 a 2002 – para a Associação Imagem Comunitária (AIC). Belo Horizonte, dia 14 de junho de 2007, www.aic.org.br

CAPÍTULO 5

ROCINHA X TV ROC

5.1) O Público da TV Roc

O público-alvo da TV Roc é constituído de pessoas, na sua maioria, de baixa renda, moradores do Bairro da Rocinha, considerada a maior comunidade de baixa renda do Estado do Rio de Janeiro, com cerca de 120 mil habitantes⁵⁰, sendo 80% da população de migrantes da Região Nordeste. Está localizada entre os bairros da Gávea e São Conrado, na cidade do Rio de Janeiro, e tem como área de influência comunidades e bairros como: Morro do Vidigal, Leblon, Gávea, Jardim Botânico e São Conrado.

5.2) TV Roc

O caso da TV Roc, a televisão a cabo da Rocinha, é especial. Ela tem um modelo atípico, uma vez que é uma operadora de TV por assinatura a cabo da Net, que tem permissão para atuar no Bairro da Rocinha. A TV Roc possui associação formalizada com a TV Globo, United International e Banco Icatu, desde o ano de 1996, data da inauguração da televisão. Além disso, mantém parcerias com as seguintes entidades: Central Única de Favelas (Cufa), Fase, Rits, e outras. O objetivo, segundo o diretor, Dante Quinterno, foi o de construir uma ponte entre a favela e o asfalto, criar um negócio economicamente factível, mas socialmente impactante.

O material produzido pela TV Roc tem uma política restrita de back-up e seus conteúdos são – sempre que possível – transmitidos ao vivo e sem cortes: o que nos

⁵⁰ Dados da Secretaria Municipal de Governo do Rio de Janeiro (RJ): www.armazemdedados.rio.rj.gov.br

permite, cada vez mais, conquistar grande credibilidade entre os moradores, aponta Quinterno. A televisão emprega atualmente cerca de 30 pessoas, sendo a maior parte dos moradores oriunda da comunidade e de estudantes de classe média. Dessa mistura, nasceu a força do canal – avalia o diretor.

CAPÍTULO 6

ANÁLISE DE DADOS

Com os dados empíricos levantados no Grupo Focal⁵¹, composto por oito participantes da comunidade da Rocinha e considerados, na comunidade, como de notório saber, ou de conhecimento sobre o tema Comunicação, discutiu-se a Televisão Brasileira, com destaque para a TV Comunitária e, em especial, a TV Roc. A discussão com os participantes durou cerca de uma hora e descreveu, a partir de uma pauta⁵², diversas preocupações dos telespectadores e usuários da TV Roc sobre vários aspectos da programação como: número de programas, pautas, infra-estrutura, gêneros de programa, preconceito, identidade, valorização comunitária, entre outros aspectos.

Em relação à qualidade da televisão brasileira o entrevistado número um (E1) nos diz que *“a mídia, de uma maneira geral, já foi melhor (...). Antes tinha mais informação ocupando a mídia. E hoje, o que a gente vê é quase nada. (...) Você não ouvia muito assunto de criminalidade.”* Para ele *“nossa televisão, tem mostrado, direto, (...) a questão focada nessa questão da audiência (...). Mas já foi melhor em termos de projeto, mostrando as coisas boas do Brasil”*.

O E2 discorda. Ele afirma que a televisão brasileira é *“excelente, porque passam várias informações, um pouco de tudo, sobre violência, sobre política, sobre coisas que acontecem em outros países (...). E a televisão é que traz isso para a gente. Se não fosse ela, não tinha jeito de saber”*.

⁵¹ Ver a transcrição do Grupo Focal no Anexo III.

⁵² Ver a lista base de perguntas qualitativas para Grupo Focal no Anexo II.

Já o E3 diz que *“a tevê é muito ‘segmentada’ (sic)”, o que “atrapalha bastante em todos os tipos de desenvolvimento humano. Ela mantém um papel em que todos os dias nós temos as mesmas programações, nós temos muita seqüência em que a gente tem muita novela, aquela coisa que não serve para nada”*.

Nesse aspecto o E4 concorda com E2. Mas discorda do E1 em relação a mostrar a violência, quando diz que *“porém, eu acho que a televisão não tem culpa se o nosso Rio de Janeiro, e o mundo, está tão violento, tão problemático. Ela [a televisão] vai atrás... o que ela vai querer é a divulgação. Na minha cabeça notícia é tudo que é grátis, que o povo vai lá e vai estar vendo, que todo mundo gosta é disso. E o povo já está acostumado com violência mesmo”*. O fato, indicado pelo E1, de que a televisão está mostrando mais a violência e deveria voltar a mostrar mais *“as coisas boas do Brasil”* é refutado por E4: *“a televisão vai aonde tem problema. Da mesma forma vai aonde tem coisa bonita”*.

Numa análise ampla, em relação à televisão brasileira, o que podemos observar é uma tendência ao “programa de comentários”, mas também ao show e à dramaticidade, gêneros aplicados a qualquer tipo de produto televisivo, o que é um viés mundial. Como exemplo, podemos encontrar no jornalismo o showrnalismo ou o “programa de comentários”. Em relação a este modelo Steven Johnson nos diz que somos atraídos para coletores de notícias e articulistas cujas opiniões nos interessam, ou cujas reportagens nos impressionam como as mais exatas e informativas, com uma nova forma de relatar que sintetiza e digere a grande massa de informação disseminada diariamente. Essa forma de lidar com a informação talvez seja a busca de significado “válido”, por meio de uma “autoridade”, socialmente reconhecida e, portanto, capaz de ditar uma perspectiva, uma visão, uma política, um significado para o mundo e para o próprio espaço ou comunidade.

Um “programa de comentários” foi indicado pelos entrevistados como sendo o melhor já apresentado na grade da TV Roc, como afirma o entrevistado E2: *“Era um que era até uma portuguesa que apresentava (...) o Conversa Fiada, que era um programa ao vivo”*.

O depoente E4 afirma que a apresentadora *“lia o jornal, comentava. Era um programa que as pessoas falavam diretamente com ela ao vivo”*. Pode-se perceber nestas e, em muitas falas, a importância dada ao que é apresentado ao vivo, em “tempo real”. Para o entrevistado E5 o *“Conversa Fiada era bom (...), porque ele era um programa da TV Roc que abria espaço para a comunidade, (...) porque todos os dias, no Conversa Fiada, você via alguém da comunidade. Muitas vezes, pessoas que nem tinha visto andando na rua, aparecia cantando ou dançando... na TV Roc (...). E era sempre nesse programa. Por isso que, para mim (...) ele era o melhor”*. Percebemos, nesta fala, além da indicação do “programa de comentários”, a questão da valorização da identidade como verificamos na fala do entrevistado E3: *“Para mim, eu acho que a TV Roc, a importância da TV Roc, para mim, é mais a imagem da comunidade”*.

A discussão dos entrevistados segue mostrando o que existe de bom e ruim na televisão. Uma dessas ‘coisas boas’, indicadas por E4, é a divulgação do Funk, na televisão, que está *“virando moda nacional. ‘Tá’ até o boom do Verão. Então o que acontece? Graças a isso a televisão está mostrando e a mídia está mostrando o lado bom do Funk. (...) Gente, Funk, antigamente, era coisa do morro! Hoje em dia o Funk ‘tá’ indo para o asfalto, ‘tá’ indo para a elite”*.

Note-se, na lógica deste discurso, que a mídia mostra o lado bom do Funk porque este virou moda ou *“boom do Verão”*. Ao mesmo tempo, diz que o que é ruim, ou com um sentido qualquer depreciativo, está associado ao que é do morro. O que é ruim, em relação

ao que se vê na televisão, é apontado na impropriedade do conteúdo em relação horário em que são levados ao ar os programas. A impropriedade é descrita por E1 na seguinte frase: *“a televisão: uma hora aberta só para a Rocinha, lá, o Funk, que o pessoal tá lá, a mãe, está lá o pessoal da igreja, liga a televisão e dá de cara lá e passou o Funk... E a filha diz aí: Ah, deixa aí, no Créu”*.

A TV Roc foi analisada pelos entrevistados como tendo boa aceitação, embora possuindo limitações de infra-estrutura. Para E4 a TV Roc *“não tem horário. É tipo assim: um câmara para fazer tudo. E tipo assim, pode ser muito mais platéia. Não estou falando que isso é ruim, mas pelo contrário, porque quando a TV Roc começou, começou fazendo uma matéria que era uma de manhã, outra de tarde... E agora tem como fazer uma matéria”*. Para E3 *“a equipe é muito pequena, (...) o restante é estagiário, e o trabalho aqui é voluntário”*.

O bom desempenho da TV Roc é exemplificado pelo aspecto da auto-valorização, de representação, de identidade que podemos notar na fala de E5: *“eu moro aqui, eu vou valorizar, eu vou ligar na Roc, eu vou ver ‘os pessoal’ (sic), lá, na Roc, só na Roc. (...) Tu quer se ver? Vê a Roc. (...) É outra informação que você tem, falando sobre você mesmo, da onde você mora. E a Roc é a única que pode mostrar isso. Então, ‘pra’ mim, é uma ótima opção, a Roc”*.

Mas a TV Roc também é boa pela variedade, como percebemos na fala de E6: *“É bom porque passa culinária, receitas ao vivo... as pessoas ligam, pedem para repetir, ‘prá’ poder pegar a receita... até coisas (...) como curso... ‘Né’? (...) e aí a favela assistindo fica sabendo de tudo que vai acontecer... médico gratuito, muita gente faz divulgação aqui, promoção. A Sendas mesmo, é uma que faz ao vivo a divulgação da promoção do dia. Então é isso. Pode ser um canal bem informativo”*.

Para E7 a TV Roc é importante porque, além de informação, ela presta serviços. A TV Roc, na visão de E7, *“é uma mãe, ‘pros’ novos talentos da comunidade (...) Porque eu tenho certeza que vem qualquer um aqui e fala: (...) eu queria saber se é possível a gente dar entrevista para poder mostrar nosso trabalho? Eu tenho certeza que a entrevista vai ser marcada e vão poder vir fazer. Porque foi o que aconteceu comigo. Então, ‘pra’ mim, no meu ponto de vista, a TV Roc é o cabo da Rocinha”*. Já para E3 a qualidade da TV Roc pode ser percebida porque *“está trazendo vários artistas conhecidos também. A gente chegou até trazer o internacional Chris Duran, o Netinho, Leny Kravitz. Então, tem um monte de gente que acabou vindo para cá, também”*.

Como propostas para melhorar a TV Roc o entrevistado E2 indica a criação de um programa de Funk como possibilidade de melhorar a grade da tevê, embora acrescente que o Funk não aparece mais *“porque não são todos os grupos de Funk que sabem que eles podem vir aqui [na TV Roc]”*.

Para E8 falta um programa de esporte, uma vez que *“a gente pode ver tudo no canal, menos alguma coisa voltada ao esporte com as crianças da comunidade. E nós disputamos campeonatos fora”*. E acrescenta sobre o time de crianças, formado por ele: *“a possibilidade de ser campeão é muita (...) Então, existe essa falta, sim, de acompanhamento da tevê comunitária (...)”*.

O depoente E3 indica como melhora a criação de programas de Esporte e Música e, ao mesmo tempo, o desconhecimento da comunidade em relação às oportunidades de divulgação, na tevê, para os diversos grupos de Música e Esporte. O entrevistado E5 indica *“que se você aumentar a equipe você vai poder ter uma maior variedade”* e, por consequência, melhorar a TV Roc.

Como observou Margareth Wertheim, sobre a comunidade e o seu desenvolvimento o que “é comunalmente produzido, assim também o são, num sentido profundo, todos os espaços (...) articulados por comunidades de pessoas, que não são capazes de expressar suas idéias sobre a realidade senão através do meio da linguagem”. Para a autora, o modo como nos vemos inseridos num esquema espacial mais amplo “não depende apenas de nosso conhecimento dos ‘fatos’; está sempre em jogo uma questão de negociação social e lingüística”⁵³. Segundo Wittgenstein: “Imaginar uma linguagem é imaginar um modo de vida”⁵⁴.

Assim, se a comunidade em questão conseguir ter as ferramentas para se expressar e se ver, no resultado da própria expressão, podemos estar assistindo a construção de um espaço no qual, por meio de uma “negociação social e lingüística”, a comunidade se sinta valorizada e, por extensão, identificada. A televisão comunitária cumpre o seu papel quando consegue estabelecer esse vínculo e valor ao serviço, com a variedade e qualidade desejada pelos telespectadores da televisão, no caso a TV Roc.

⁵³ WERTHEIM, Margareth. Uma História do Espaço, de Dante a Internet. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, p. 222-223.

⁵⁴ KRIPKE, S. A. Wittgenstein on rules and private language. Cambridge: Harvard University Press, p.80-111.

CAPÍTULO 7

CONCLUSÃO

A TV Roc é uma Televisão Comunitária a cabo, portanto fechada, que é dirigida ao bairro da Rocinha, uma comunidade de baixa renda. Assim sendo, podemos notar uma contradição: a primeira diz respeito ao número de casas atendidas pelo sistema. Não chega a 20% do total de casas da comunidade⁵⁵, o que indica a segunda contradição: o serviço tem preço acima dos padrões de renda do bairro. Então, como primeiro ponto: a Televisão Comunitária da Rocinha, a TV Roc, para atingir seu objetivo ‘comunitário’, teria que ser aberta. A solução do problema é simples, mas política, e pode-se afirmar que não exigiria grandes investimentos.

Segundo ponto: ao mesmo tempo podemos perceber que a infra-estrutura, tanto de máquinas quanto humana, não é suficiente para atender as necessidades dos moradores, ou melhor, de pauta gerada na comunidade. Segundo a verificação dos depoimentos existe uma demanda reprimida por uma cobertura ampla das atividades culturais e esportivas no bairro. Por extensão, e como terceiro ponto, podemos dizer que existe uma demanda por uma variedade na grade da programação onde os seguintes temas, ou tipos de programas, foram apontados para melhorar a TV Roc: Esportes, Música e Programa de Comentários e de Variedades.

Como quarto ponto levantado, temos a reivindicação de uma estrutura que seja suficiente para fazer, sempre que possível, programas ao vivo. Essa necessidade tem como destaque os programas de reportagem, comentários e os de variedades, quando a

⁵⁵ De acordo com os dados da Secretaria Municipal de Governo do Rio de Janeiro (RJ), disponíveis no endereço: www.armazemdedados.rio.rj.gov.br, a maior comunidade de baixa renda do Estado do Rio de Janeiro, a Rocinha, possui cerca de 120 mil habitantes.

comunidade pode se ver ao vivo na programação, o que é um ponto específico e tem destaque nos depoimentos dos entrevistados em diversos momentos do Grupo Focal.

Essa valorização, do que é da comunidade, também ficou patente em diversos trechos dos depoimentos. Como vimos, é muito importante a identificação com o produto final, seja ele um programa de jornalismo ou de qualquer outro gênero. E é importante porque promove tudo o que é produzido e, por extensão, todo bairro se vê mais coeso, com sentimento genuíno de comunidade.

Outro aspecto importante é a informação sobre a Rocinha e de sua gente. Quando bem informados os moradores podem, de acordo com suas consciências, atuar em conjunto para resolver eventuais problemas ou participar e prestigiar os diversos eventos produzidos na comunidade gerando um incremento cíclico de valorização e sentimento comunitário por meio da relação com a mídia, no caso a TV Roc.

Para este fim a indicação do “Programa de Variedades” e de entrevistas, para a exposição das personalidades, e expressões culturais da comunidade são valorizados pelos moradores.

A divulgação de serviços e informações desde eventos gratuitos e campanhas, a shows e agendas em geral, prestados pela mídia, é algo importante para a participação e o envolvimento de toda a comunidade.

A arrecadação é um capítulo à parte para a TV Comunitária. Temos aqui talvez o nó a ser desatado. É de suma importância uma lei que beneficie este tipo de televisão. Ela, por ser comunitária, tem caráter de nicho de mercado e, assim sendo, não pode ser tratada da mesma forma que as grandes empresas comerciais.

Para tanto é necessário abrir fontes possíveis de recursos e, com isso, tornar possível montar uma estrutura que faça frente às necessidades de informação das comunidades

atendidas. Assim, seria aberto um espaço enorme para conteúdo independente, originado na comunidade, realizado por pessoas da comunidade e, por conseguinte, ter-se-ia a geração de postos de trabalho e renda, além de uma oportunidade para o desenvolvimento de mão de obra técnica qualificada, uma questão sensível e de importância numa comunidade de baixa renda, onde as opções e oportunidades, ao longo do tempo, têm se mantido bastante restritas.

ANEXO I

Bibliografia:

ARENDDT, H. A vida do espírito: o pensar, o querer, o julgar. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1991.

BARBERO, Jesús Martín & REY, Germán. Os Exercícios do Ver, Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

BOURDIEU, Pierre & WACQUANT, Loïc. *Réponses*, Paris: ed. Seuil, Paris, 1992.

BRIGGS, Asa, & BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CERTEAU, Michel de. A cultura no plural. Campinas: Papirus, 1995.

_____A invenção do cotidiano – 1. Artes de fazer. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.

JOHNSON, Steven. Cultura da Interface. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2001.

KRIPKE, S. A. Wittgenstein on rules and private language. Cambridge: Havard University Press, 1982.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

SEABROOK, Jeremy. The Race for Riches: The Human Cost of Wealth. Basingstoke, Marshall Pickering, 1998.

WERTHEIM, Margareth. Uma História do Espaço, de Dante a Internet. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2001.

WOLTON, Dominique. Pensar a Comunicação. Brasília: Editora Unb, 2004.

ANEXO II

Pauta de entrevista para trabalho com Grupo Focal:

1. O que vocês acham da televisão brasileira?
2. Qual canal e programas vocês mais gostam?
3. Qual menos gostam?
4. E a TV Roc vocês gostam?
5. Quais programas gostam de assistir?
6. Qual a importância para a comunidade?
7. Quais propostas vocês tem para poder melhorar a TV Roc?
8. A TV Roc ensina ou ajuda a comunidade? Como?
9. Qual a diferença dela para as outras televisões comerciais (tipo TV Globo)?

ANEXO III

Transcrição do Registro do Grupo Focal (ou Discussion Group):

Apresentação dos introdutores do Grupo Focal; no caso o professor Ernani Ferraz e o pós-graduando Ricardo Britto, da PUC-Rio.

O tema, dentro da área de Comunicação Social, é Televisão Comunitária.

Pergunta nº. 1: O que vocês acham da nossa televisão aberta, brasileira, hoje?

E1:

Eu, particularmente, acredito que a mídia, de uma maneira geral já foi melhor em relação à fonte. Antes tinha mais informação ocupando a mídia. E hoje, o que a gente vê é quase nada. Por exemplo, antigamente, você ainda ouvia programa político, você não ouvia muito assunto de criminalidade, a não ser um jornal específico, que era O Povo. Hoje, na nossa televisão, tem mostrado, direto, a corrupção, tanto do governo quanto da polícia, a questão focada nessa questão da audiência, em cima do que a gente está vivendo, vivida também pela comunidade. Mas já foi melhor em termos de projeto, mostrando as coisas boas do Brasil. E, hoje, eu acho que deveria haver uma mexida. Voltar um pouco atrás.

Professor Ernani:

Alguém concorda com ele?

E2:

Eu acho, para mim, do meu ponto de vista, eu acho excelente, porque passam várias informações, um pouco de tudo, sobre violência, sobre política, sobre coisas que acontecem em outros países. Existem coisas que estão acontecendo lá fora, a gente está aqui e não estamos vendo o que está acontecendo e a televisão mostra isto para a gente. Às vezes até em novela eles contam um fato que já aconteceu. O filme Cidade de Deus, que foi uma coisa que aconteceu, anos atrás. E a televisão é que traz isso para a gente. Se não fosse ela, não tinha jeito de saber. Eu moro numa favela do outro lado. A gente está aqui e não está ouvindo tiro. E a televisão entra, ao vivo, agora. Hoje mesmo: eu acordei, tomei um banho, liguei a televisão estava tendo operação na Prefeitura. Disse que o ex-prefeito tinha dado um golpe de mais de 100 milhões, lá (...) em Magé. Se não fosse a televisão eu não ia ficar sabendo (...). A televisão para mim é igual... impressiona. Porquê, você pára para analisar: é uma paradinha quadrada, assim, que você consegue ver uma parada que está acontecendo ao vivo, agora, que está acontecendo lá, ao vivo, dentro da parada. É uma parada absurda. Impressionante, né?! Traz várias informações, múltipla para a pessoa. Eu acho excelente a televisão. Para mim, hoje em dia, está abrindo muito os meus olhos.

Professor Ernani:

Vocês têm alguma outra visão?

E3:

Eu acho que a tevê é muito segmentada. Eu acho que isso atrapalha bastante em todos os tipos de desenvolvimento humano. Ela mantém um papel em que todos os dias nós temos as mesmas programações, nós temos muita seqüência em que a gente tem muita novela, aquela coisa que não serve para nada.

E4:

Você não precisa ligar para saber... é só olhar no relógio: agora está dando Vale a Pena Ver de Novo. Agora é Sessão da Tarde. Eu acho assim, como falou nosso amigo (E1): a televisão mudou um pouco. Porém, eu acho que a televisão não tem culpa se o nosso Rio de Janeiro, e o mundo, está tão violento, tão problemático. Ela vai atrás... o que ela vai querer é a divulgação. Na minha cabeça notícia é tudo que é grátis, que o povo vai lá e vai estar vendo, que todo mundo gosta é disso. E o povo já está acostumado com violência mesmo. Faz parte. Agora, vê que o político está colocando dólar na cueca, que o cara da igreja sai para almoçar com a esposa com dólar escondido na mala. Você olha isso: isso eu já sabia. Você não está mais levando susto com as situações que ocorrem. Você não leva mais susto com isso. Eu não levo. Você vai para um canal a cabo. Você gosta de estar vendo um Discovery... é como um outro Sol que você tem. Onde você está desligando a atual, porque o nosso atual nós já sabemos. Eu acho que televisão e notícia também é muito sério: porque, ontem, aconteceu uma coisa banal, mas você viu o Jornal Nacional: aconteceu aquela coisa com aquele cara, ontem, que explodiu a Prefeitura, sei lá... ou então, o caso dos roubos, ouve aquela invasão, não sei o quê... ah! Liga a televisão porque está passando um helicóptero... vamos ver se está falando alguma coisa! É isso... da mesma forma que a televisão traz a informação... é lógico, é muito bom você acordar uma hora da manhã e ver Jô Soares... Mas é muito bom ver o Jornal da Noite e ver que é o resumo do dia, que amanhã, às sete horas, vai aparecer alguma coisa do Jornal da Noite, que vai passar no RJTV, que vai passar mais tarde... é aquela coisa segmentada. Por isso é que eu gosto da Globo News, que lá você vai ter aquela notícia, que é aquela coisa completa. É aquela coisa que você já espera ver. Infelizmente, o nosso Brasil, aliás, o mundo está todo problemático. E a televisão vai aonde tem problema. Da mesma forma vai aonde tem coisa bonita.

E1:

Você vê que o que é de favela é perseguido, pelo próprio Siro Darlan, o músico Rômulo Costa (...) isso é o que a gente vê no Brasil: o Funk condenado. Enquanto a gente vê muito candidato se promovendo, e ganha, através do próprio Funk. (...) Ah! É Funk?! Eu sou contra. Não é isso. Eu sou contra de uma coisa 'específica' televisionada. Mesmo porque a criança está vendo lá o "Mc", o cara lá cantando... Ah! Não gostei: acho que deveria ser num horário específico, depois de meia-noite, entendeu? Porque é para pessoas adultas. Hoje 'vocês vê' um grupo de Funk, por exemplo o grupo Coqueiros, temos um cara aqui que faz parte de um grupo que é dos Baratinhos. Ah! Tem o Baratinho?! Então, tem também o outro que é dos Baratinhos Mirim. Na Rocinha quando tem um grupo grande, então tem também um grupo pequeno, que é de adolescente: de nove, dez, onze, doze anos... que se apresenta. As garotinhas, na própria comunidade mesmo. E elas sobem no palco, lá, mexem, rebolam, como as pessoas grandes. E elas colocam uma roupinha que chamam tanto a atenção... E quem é responsável sobre isso aí? É uma coisa de cultura.

E4:

Eu trabalho com dança. Tive toda uma base de balé clássico, com ótimos professores. O que acontece em relação com o Funk? Hoje em dia o Funk, voltando para o assunto televisão: o Funk ‘tá’ virando moda nacional. ‘Tá’ até o boom do Verão. Então o que acontece? Graças a isso a televisão está mostrando e a mídia está mostrando o lado bom do Funk. Eu acho que todos que nasceram numa comunidade... Eu lembro que eu nunca tinha ido à noite a um baile. Sou filha de uma pessoa totalmente moralista: “a minha filha não vai para baile, minha filha não faz capoeira, minha filha só vai aprender a dirigir quando entrar para a faculdade”. É assim, meu pai era assim. Só os homens tinham a prioridade. As mulheres não. Era uma coisa de ficar em casa. Hoje em dia eu tive que fazer tudo isso para poder entrar para o Estado. O Funk hoje, a mídia está mostrando o Funk como uma novidade. Porque? Gente, Funk, antigamente, era coisa do morro. Hoje em dia o Funk ‘tá’ indo para o asfalto, ‘tá’ indo para a elite. Eu, por exemplo, eu trabalho com um grupo, com a empresa americana, que lida com quarenta e cinco a cinquenta adolescentes de outro país e as minhas aulas são de Funk e Samba. O quê? Você tem que ver. Você tem que ver a loucura que é: você com um alemão, de um metro e sessenta e oito, 17 anos, dançando o ‘Créu’. Pôxa! É uma coisa assim: porque não? É novidade. Ou seja, é aquela coisa que, como o (E1) falou, que tem aquele lado malicioso? Depende. Depende do local, depende da situação. Quando eles colocam o ‘Créu’, à noite, numa boite escura, com um bando de luzes vermelhas, o pessoal tomando um monte de cerveja, você meio que num ambiente que não está... Lógico que vai ser totalmente... Um ambiente, meio pornô, vamos supor assim. Agora, se você está numa academia, dez horas da noite, com um grupo de turistas que estão chegando de longe, que estão fazendo aula, um grupo, de dança. Detalhe, meu grupo de dança, que a gente dança na Rocinha, que é um projeto totalmente legalizado, com CNPJ, estatuto, conta em banco e tudo, meu grupo me auxilia. As minhas adolescentes de dezesseis e dezessete anos, e os meninos me auxiliam, com noventa, quarenta adolescentes de outro país, dando aula de Samba, dando aula de Funk. E eles ficam totalmente atualizados com música contemporânea. (...) E, lógico, não dou contra, mas a televisão e a mídia, a televisão, por sinal, está mostrando isso. Que olha só: Funk, dentro de academia, mostrando o outro lado que está vindo de onde? Da favela, do morro. Que a televisão foca muito.

E1:

Só queria colocar que ela está falando que o Funk está só na televisão. Tipo assim, o Funk na televisão.

E4:

Não, eu estou falando do Funk na mídia em geral.

E1:

Isso.

E4:

Porque as pessoas têm uma idéia, por exemplo, totalmente errônea do Funk. O Funk é dança. Antigamente não era considerado dança. Era considerado movimento em que as pessoas iam lá e batiam a bundinha: “páti, páti, pá!”. Essas coisas todas. Hoje em dia não.

Hoje em dia o Funk virou dança, entendeu. O Funk virou uma dança... como o Baião ou o Axé.

E1:

Deixa eu só concluir...

E4:

Porém, que, você está falando, automaticamente, não é o Funk na televisão. Se você ver a televisão, agora, ou for olhar na internet, tem de uma a sete matérias sobre Funk. Mas eles estão mostrando o outro lado, que é o lado quente.

E1:

Deixa eu só complementar, aqui. Eu digo que o Funk semeou o quadrante de show, que é o baile Funk. Então, o que acontece? Eu digo a mídia na televisão: uma hora aberta só para a Rocinha, lá, o Funk, que o pessoal tá lá, a mãe, está lá o pessoal da igreja, liga a televisão e dá de cara lá e passou o Funk... E a filha diz aí: “Ah, deixa aí no Créu”.

E4:

Mas aí é o que eu estava falando para você. Se você ligar a televisão você vai ver a mesma música, o mesmo ritmo, num programa de televisão, entrevistando, mostrando. É... eu entendi, que são os horários errados, que tem que passar as coisas... quando, se você for ver, você vê a televisão em qualquer horário e você não vai achar o Funk, mas vai estar vendo lá outras coisas que...

E1:

Eu estava vendo o Tropa de Elite. Meu filho tem três anos de idade. Aí, meu filho, um dia desses, virou: “é do branco, é do branco”, assim mesmo. E minha mulher achou aquilo engraçado, morreu de rir, no entanto que ele fez igualzinho. Três anos. Isso você já viu. Três anos de idade. E, quer dizer, ele viu isso na televisão. Na televisão. E isso é culpa da gente mesmo também. Dos pais que estão vendo lá, e ele está do lado, não vou mandar ele fechar o olho. E meu outro filho, o fato de a gente ter cabo de internet e, na casa da avó, eles tinham o quarto dele lá e eu descobri que eles ficavam, depois de meia-noite... o outro de oito, a menina de quatro ou cinco, eles ficavam vendo filme de sexo depois de meia-noite. Estavam dentro do quarto (...) mas tem tevê a cabo... E podem ver em outras casas, em outros lugares.

Só para fechar, aqui. Teve uma vez, um grupo de dança, um grupo de Capoeira, mas uma apresentação no Batalhão da Polícia Militar, aí, o grupo de dança, por coincidência eles botaram lá a música do “Chumbo Quente”, onde fala mal do policial. E o cara só foi se tocar no final. E aí o cara, no final, foi dizer que queria pedir desculpa... mas não tinha mais como, deu mole... Pô, dentro do Batalhão, botar “Chumbo Quente”, que fala mal da Polícia? E eles pedindo aplauso.

Ricardo Britto:

Eu acho que, em termos de tevê aberta, a gente já falou legal... eu gostaria de propor um outro tema que é sobre a TV Roc. Como é: se vocês gostam? Como é isso?

(19h28min)

Prof. Ernani Ferraz:

Eu estou querendo fazer um balanço. A gente já viu, aqui, que a tevê pode ser boa, pode ser ruim, mostra coisa legal, mas também mostra coisa ruim, enfim. E a TV Roc? Como é que é isso?

E4:

A tevê Roc...

E3:

A tevê Roc trabalha voltada para a comunidade, com todo tipo de assunto que venha ocorrer na comunidade. É um misto... mas, logicamente, que a gente mostra outras coisas também... Manifestações, ou seja, coisas que acontecem fora da comunidade, em São Conrado... tem muita coisa que acontece que a gente acaba pegando, adicionando, na programação... E também tem muita coisa cultural, também. A gente bota shows, comerciais sobre a prevenção de doenças... Ah, tem várias coisas...

E4:

Eles têm o objetivo, hábito de apoiar a comunidade. Não só apenas com serviços, assim, mas com outros programas, com entrevistas, programas que agora não tem a ver citar o nome... mas, de tipo assim, o Elias vai fazer um evento importante, uma entrevista na Rádio Brisa com alguém: aí a TV Roc... por acaso ele foi (E3), tem como... ou então: domingo eu estou fazendo uma comissão de frente no local tal, vai ter um ensaio na Sapucaí. Aí dá um jeito de se mobilizar e 'tá' indo. Ou seja, 'tá' apoiando as pessoas que trabalham com as manifestações artísticas na comunidade, 'né'? Lógico que vem... nem sempre... quando aparece emissoras grandes que apóiam, também. Opa!, fiquei sabendo que tem uma rádio comunitária, que tem uma TV local, que tem (...) tudo na Rocinha, que é assim, assim, assim a história... vai! Nem sempre. Ele (E3) sabe, procura fazer esse balanço com a comunidade.

E1:

Cobre todos os eventos.

E4:

Cobre todos os eventos. Isso, 'né', quando não tem um choque de eventos no mesmo dia que impossibilita que a gravação seja feita de acordo. (...) Por exemplo, na Rocinha, no final de ano, no dia catorze, quinze, dezesseis, dezessete, todo mundo dá festa no mesmo horário. Foi um garoto daqui que falou. Que, na maioria das vezes ele é que vai gravar, e se ele for gravar uma coisa comigo assim, não vai dar. Não deu. Porque são trabalhos que vão crescendo que, quando chegam o final do ano, são tantos numerosos que, a TV Roc, além de ser um meio (...) que usa... a comunidade para ver o que acontece, pula fora. Querem apoiar, mas não dá conta porque é muita coisa. Uma coisa em cima da outra, né?

Prof. Ernani Ferraz:

Tem muito assunto local.

E4:

Muito assunto local e pouca câmera.

Prof. Ernani Ferraz:

Interessante.

E4:

A Elizabeth, que é a coordenadora disso, aqui da TV Roc, em relação a isso, ela tem que fazer uma matéria cinco horas, tem que estar saindo as dez para às seis para estar fazendo uma matéria de seis, para estar saindo de lá às dez para as sete, para estar fazendo uma matéria sete... aliás, minto, seis, porque o expediente do local é até seis. (...) E tem um dia, que vai ser um dia inteiro, ou seja, porque a Roc já gravou no Via Parque, já gravou várias vezes na minha Ong... entendeu. É interessantíssimo. Mas não tem horário. É tipo assim: um câmara para fazer tudo, e tipo assim pode ser muito mais platéia, não estou falando que isso é ruim, mas pelo contrário, porque quando a TV Roc começou, começou fazendo uma matéria que era uma de manhã, outra de tarde... E agora tem como fazer uma matéria. Não tem condições, não ainda, porque a equipe vai sair para fazer um debate na PUC e depois tem que ir lá 'pro' aniversário de catorze anos do Afro-Reggae, e tem que voltar para não sei o quê, entendeu? É nesse ritmo. Ou seja, vai daqui para fora.

Ricardo Britto:

Você está falando isso, para você, como profissional que se utiliza da pauta, e tal. Mas você como telespectadora? Como um pessoa que está em casa e está vendo a televisão: do que você mais gosta da TV Roc? O que você vê desses programas? Qual o horário?

E4:

Particularmente eu não assisto a TV Roc. Não tenho tempo de assistir. Não pelo fato de não gostar. É porque eu não tenho tempo, mesmo. Mas, o que eu gosto, não vou falar como telespectadora, porque quando você quer assistir a TV Roc (...) eu estou falando porque eu gosto da TV Roc... eu gosto da capacidade que a TV Roc tem de fazer vários programas, várias gravações, colocar isso para a Rocinha estar assistindo e... ser uma tevê local que não tem um porte de uma tevê como as tevês que nós estamos acostumados. Entendeu? Eu gosto disso. Eu não tenho tempo. Só vejo televisão à noite. Só as notícias. Eu gosto do dinamismo que a TV Roc tem em fazer isso. Porque eu... porque (...) eles têm... é um milagre, vamos dizer. Porque chega na hora, você liga a televisão e 'tá' passando isso, isso e isso... como assim? 'Tá' passando... isso 'tá' passando...

Ricardo Britto:

E você? Você gosta também da TV Roc?

E3:

Acho importante porque a gente está fazendo algo cultural para a comunidade. Com a comunidade dá pra fazer matérias sobre cultura. Pessoal acha, entendeu, pessoal de dentro da favela mesmo, que a gente não tem como saber, os debates, e a gente tenta mostrar isso para toda a comunidade de forma geral. Sobre eventos, Samba, shows que nós sabemos... que a gente mostra ao vivo para toda a comunidade. Pôxa, as vezes de forma criativa. As vezes a gente está fazendo um programa aqui, e eles ligam, deixam perguntas, 'tá' entendo? Acho importante para o conjunto entorno. De forma geral.

Ricardo Britto:

Tem acesso pela internet? Alguém manda algum tipo de pergunta pela internet?

E3:

Olha, tem o e-mail, tem o site.

Ricardo Britto:

E você?

E5:

Eu acho interessante porque, pelas muitas coisas que mostra e que interessa o pessoal na Rocinha a respeito das coisas que acontecem e não deixam de mostrar. (...)

E6:

É bom porque passa culinária, receitas ao vivo... as pessoas ligam, pedem para repetir, 'prá' poder pegar a receita... até coisas que, até mesmo o próprio morador, que pede para a Rocinha, como curso... 'Né'? Vamos supor: vai ter um salmo, gratuito, um relato de cura... e aí a favela assistindo fica sabendo de tudo que vai acontecer... médico gratuito, muita gente faz divulgação aqui, né, promoção. A Sendas mesmo, é uma que faz ao vivo a divulgação da promoção do dia. Então é isso. Pode ser um canal bem informativo.

Prof. Ernani Ferraz:

É... prestação de serviços e informação é a base da programação.

E3:

A única coisa que não tem é novela.

Prof. Ernani Ferraz:

Mas pode produzir ficções... não é? O pessoal da Cidade de Deus, o pessoal da CUFA. São uns caras empolgados que...

E3:

Ela (a TV Roc) tem um espaço aberto para todos. Quem tiver projetos e quiser enviar para a gente... a gente pega e bota na programação e passa. (...)

E5:

O pessoal já 'tá' de saco cheio de ver a Globo, de repente, vai lá, tira, bota na TV Roc, 'prá' você ficar mais informado sobre os eventos da comunidade. Sobre o que está acontecendo na comunidade. (...) E ela (a TV Roc) que pode mostrar isso com exclusividade, 'né'? Porque já é a tevê da comunidade. Tipo um artista que quer se lançar, novo. Não pode ir numa Rede Globo, não pode ir no SBT? Vai na Roc, porque ali vai ter oportunidade, entendeu? Já é uma tevê mais da comunidade, que lida mais com a rapaziada que mora na comunidade, entendeu? Então, no momento, é muito útil... quem quer saber mais sobre a comunidade. Ah, porque têm muitas pessoas daqui não tão nem aí... "ah, 'tô' de saco cheio". Ah, mais tem muitos que querem saber... "eu moro aqui, eu vou valorizar, eu vou ligar na Roc, eu vou ver os pessoal, lá, na Roc, só na Roc". De repente você passou na rua, aqui, 'tá' tendo uma manifestação, a Globo não 'tá', mas já a Roc 'tá'... Tu quer se ver? Vê

a Roc. É uma opção para quem quer sair da rotina da Globo. É outra informação que você tem, falando sobre você mesmo, da onde você mora. E a Roc é a única que pode mostrar isso. Então, ‘prá’ mim, é uma ótima opção, a Roc.

E7:

Eu acho assim: a minha vida é ao redor do Funk, entendeu? Eu trabalho somente com Funk. E eu acho assim, a TV Roc, eu como telespectador da TV Roc, eu acho assim, ela é ótima no ponto de estar ajudando os grupos da comunidade, inclusive os grupos de Funk tanto o meu... tanto que eu já vim aqui várias vezes, já dei entrevista, como já vi vários outros grupos da comunidade vindo aqui fazer entrevista. Então, eu acho assim, a tevê Roc, ela é... vamos dizer assim: ela é uma mãe, ‘pros’ novos talentos da comunidade. Por quê? Porque eu tenho certeza que vem qualquer um aqui e fala: “pó, eu tô começando com um grupo novo, meu grupo é assim, assim, assim, eu queria saber se é possível a gente dar entrevista para poder mostrar nosso trabalho”. Eu tenho certeza que a entrevista vai ser marcada e vão poder vir fazer porque foi o que aconteceu comigo. Então, ‘prá’ mim, no meu ponto de vista, a TV Roc é o cabo da Rocinha.

E3:

Na verdade essa é uma tevê comunitária que muita gente desconhece e está trazendo vários artistas conhecidos também. A gente chegou até trazer o internacional Chris Duran, o Netinho, Leny Kravitz. Então, tem um monte de gente acabou vindo para cá, também. E tudo a gente conhece na TV Roc... é uma tevê mais voltada para a comunidade. Nós temos muitos artistas que vem para cá...

E4:

Têm muitos grupos que agora têm fama que quando não tinham fama passavam aqui na Roc.

E2:

A TV Roc é assim, ó: (cantando Funk)... “A TV Roc é uma televisão, que chega pelo cabo prá te dar informação... E, na Rocinha, não é diferente, entra na roda, oh, tá ligado, tá contente”... (aplausos)...

Prof. Ernani Ferraz:

Como é que é a programação? Vocês têm Jornalismo, prestação de serviços...

E3:

Shows...

Prof. Ernani Ferraz:

Campanhas de utilidade pública... e quais outros programas? Culinária, que você falou...

E3:

E tinha um canal, um programa evangélico... a gente tem toda uma grade... a cada semana a gente faz... a gente vê, de acordo com a necessidade.

E2:

Só 'tá' faltando na Roc, prá ficar legal mesmo, (...) é um programa de Funk.

Ricardo Britto:

Quais os programas que vocês gostam mais?

Prof. Ernani Ferraz:

Se tivesse que escolher um?

E1:

A TV Roc, é assim, ela não tem um programa específico. (...) A gente liga a televisão, assim, no estúdio da rádio, inclusive coloca na TV Roc, e aí faz um show... E a Xuxa também. A gente diz: "Oh, coloca na TV Roc, agora, aí, e tal"... e fica aparecendo a televisão no estúdio, lá, então, de vez em quando liga a bichinha lá: "Oh, tô meio solitária"... e, então, sempre, de acordo com a situação, tem sempre uma coisa comunitária. Então, a gente cedo se encontra e... troca informação... (entre profissionais da Rádio Brisa e da TV Roc).

Prof. Ernani Ferraz:

Uma mídia sustentando a outra... uma troca de...

E1:

E, aí, sempre que tem uma informação a Beth me liga. Eu também ligo pra ela... é uma interação muito grande... e é muito importante para quem está distante, também. (...) Eu tenho a maior vontade se, não tiver câmera à disposição, aí eu vou para a TV Roc botar matéria, né?! Foi como a menina mesmo falou... tem pouca câmera... então, eu já até pensei, né, eu vou comprar uma... mas, como eu não sou profissional e não sei editar, não sei nada... é mais difícil. (...)

Ricardo Britto:

Então, você gosta mais da parte de reportagem?

E1:

Amo. Eu estou no lugar errado.

E2:

Eu gosto mais da TV Catinho. Eu trabalhei lá no Vidigal. Eu gostaria que a TV Roc desse a oportunidade para alguém fazer matéria sobre o Funk. Eu vou ser sincero, porque, olha só: você chega em todas as comunidades... o cara pega, é cantor de música lenta, onde ele vai cantar? Na comunidade? Não tem espaço. O cara é cantor de pagode... até toca um pagode, de vez em quando... mas se você subir na comunidade, vamos falar da Rocinha, é só Funk, cara. É mais fácil você se promover cantando Funk na comunidade do que você cantar uma MPB, do que você cantar um House. Vê, na comunidade não tem. Se você cantar uma MPB lá o pessoal vai passar e vai ficar te olhando (...) Agora, Funk, se você cantar, geral, já vem aquela multidão...

E1:

Não. Tem público para tudo. O que está faltando é criatividade... É porque está todo mundo no mesmo foco. Se botar MPB vai lotar. Agora mesmo, teve na Rocinha aquele MV Bill... O Charles Brown Junior... E aqui na Rocinha não tem. Nunca encheu tanto... quer dizer: é só trazer e divulgar. Agora o pessoal fica no só Funk, só Funk, só Funk... tem que trazer também MPB... (...)

Ricardo Britto:

Quer dizer que você gostaria que tivesse um programa de Funk?

E2:

De Funk.

Ricardo Britto:

Mas, hoje, atualmente, qual o programa que você elegeria como o seu preferido?

E2:

Era um que era até uma portuguesa que apresentava... era o... “Conversa Fiada”. Que era um programa ao vivo.

Ricardo Britto:

E você?

E3:

Eu também acho a mesma coisa. Este programa falava sobre tudo. Falava sobre as notícias de Angra... e tinha dois horários. Um na manhã e outro à tarde.

E4:

Ela lia o jornal, comentava. Era um programa que as pessoas falavam diretamente com ela ao vivo.

E3:

E tinha um artista que participava da hora, também, cantava... Foi esse programa que a gente teve aqui por duas ou três vezes e, todo mundo gostou do programa...

E4:

O melhor era o Conversa Fiada.

E5:

Conversa Fiada... o Conversa Fiada era bom, porquê? Por que ele era um programa da TV Roc que abria espaço para a comunidade, entendeu?! Porque todos os dias, no Conversa Fiada, você via alguém da comunidade. Muitas vezes pessoas, que nem tinha visto andando na rua, aparecia cantando ou dançando... na TV Roc, entendeu?! E era sempre nesse programa. Por isso que, para mim... entendeu?!, Ele era o melhor. (...)

Ricardo Britto:

Eu acho que a gente pode tentar, cada um, resumir, assim, o que cada um acha da importância da TV Roc para a comunidade...

E1:

Eu acho que a tevê comunitária, a Roc, que é a que conheço, é uma das melhores, porque ela se entrega realmente à comunidade. E eu nunca vi a TV Roc, ela negar um pedido, uma liderança para fazer um evento ou alguém para fazer para a comunidade. (...) Às vezes quando não tem nada o pessoal (da TV Roc) mesmo liga para saber se tem alguma coisa... quer dizer, essa integração com a comunidade pra mim... isso é fundamental. Porque, já há algum tempo atrás já abriram uma tevê comunitária na Rocinha e não deu certo. Porque o pessoal só visava a parte de comercial... E, como a TV Roc, 'tá' entendendo?!, o trabalho que ela faz, dando a oportunidade, o pessoal da faculdade, tem muito estudante, para funcionário, que assim pode gerar emprego... e essa integração é muito importante para a nossa comunidade. Então eu só tenho a parabenizar a TV Roc e sou fã dela, também.

E2: (39 min 45")

A TV Roc é importante na Rocinha porque é uma tevê que pode mostrar as coisas da comunidade, né?!, ficarem cientes do que está acontecendo na própria comunidade, entendeu?! Acho que, por isso, ela é importante. Porque é a única tevê que a gente pode contar para poder fortalecer a nossa comunidade, né, e mostrar uma visão mais ampla do que a gente tem (...) para estar integrado a tudo o que acontece nela.

E3:

Eu vejo a TV Roc igual a Rádio Brisa... 'tá' me entendendo?! O trabalho delas duas, vamos dizer assim, é o mesmo. Por que? Porque, as duas, tanto a rádio quanto a televisão, elas trabalham em prol da comunidade. A TV Roc está aqui para abrir espaço para a comunidade em termos de talentos. Assim como a Rádio Brisa também. Sendo que, a TV Roc, ela pode mostrar o talento em imagem, entendeu?! Então, eu acho assim, a TV Roc, ela é... tem uma importância na comunidade mais por isso. Mais por essa questão da imagem. Entendeu porquê? A gente pode chegar lá e, pô, falar: "Fulano de Tal está vendendo sua casa. A sua casa é muito bonita". E é isso. Porque é isso o que eles estão ouvindo. Agora, a TV Roc já não. A TV Roc pode chegar lá e fazer um comercial sobre essa casa? Pode. Eles podem chegar lá e mostrar que "a casa de Fulano de Tal está a venda, assim, assim e assim" – e mostrar a imagem da casa realmente. Então, para mim, eu acho que a TV Roc, a importância da TV Roc, para mim, é mais a imagem da comunidade.

E5:

Para mim é um canal... é isso o que eles acabaram de falar... é um canal para a Rocinha... direcionado para eles, para algumas coisas de fora, para eles conhecerem, estarem informado do que está acontecendo, e coisas mesmo da comunidade, para todos os moradores ficarem cientes, de acontecimentos. Tipo ela tem uma academia de dança... divulgar... pessoas que não conhecem e estão morando há pouco tempo... é um canal direcionado para a Rocinha e feito por moradores da Rocinha.

E4:

O que eu vou falar? O mesmo que eles?

Ricardo Britto:

Não. Se você tiver alguma coisa para acrescentar...

E4:

Eu acho que a TV Roc é isso mesmo o que eles falaram. Que a TV Roc é uma antena para passar informação para a comunidade, além de suprir as necessidades, de utilidade, de serviço, como também valorizar a Rocinha. É o caso: se você sair da Rocinha você não tem mais Roc (TV Roc). Se você sair e vier morar próximo, em frente, você não tem mais Roc. (...)

E3: (43min 32'')

A TV Roc é uma tevê comunitária voltada para a comunidade.

Ricardo Britto:

Eu gostaria de fazer a próxima pergunta: vocês disseram qual a importância que a TV Roc tem, para a comunidade... agora: quais as propostas que vocês, eventualmente, tenham para melhorar a TV Roc?

Prof. Ernani Ferraz:

Já saíram algumas aqui...

E2:

Eu acho que falta um pouco mais de audiência. Se ela é voltada para a Rocinha, a TV Roc, o que a Rocinha tem? A Rocinha tem muitos eventos de Forró, tem muitos eventos de Pagode, tem muitos eventos acima de tudo de Funk... Permite um programa de Funk, entendeu?! Até mais para ser um canal mais enfiado para a TV Roc. Porque a gente vê, até na TV Roc, hoje, eu vejo na TV Roc, um show do Calipso, do Novo Mel... mas a gente não vê o show do aniversário de um ano do Bonde dos Carentes, que é um bonde da comunidade... a gente não vê o show do DVD do Mc Marcinho, a gente não vê... a gente não vê o DVD de Nando, que também é um bonde da comunidade, a gente não vê o DVD que tem o Créu mostrando o trabalho dele. Entendeu?! Isso a gente não vê na TV Roc de hoje em dia. A gente vê... a gente até vê uma vez ou outra. Porque?... Esse negócio do Conversa Fiada que eu cheguei até a comentar, é o seguinte: eu, graças à Deus, venho aqui dar entrevista e tal, mas não é sempre que vem um grupo de Funk aqui, porquê? Porque não são todos os grupos de Funk que sabem que eles podem vir aqui, entendeu?! Porque, antes de mim, veio um moreno, um rapaz que canta música gospel e veio duas vezes, uma senhora, que também canta música gospel. Depois veio uma dupla, aqui, cantar Forró e depois veio a gente. E depois nunca mais veio nenhum outro grupo.

E8:

Ele está falando de música. Vamos partir para outra área, do Esporte. Acho que deveria haver maior integração deles para com o esporte da comunidade. Porque, eu trabalho com esporte, aqui na Rocinha, e tenho outros amigos que também trabalham com esporte. E a gente pode ver tudo no canal, menos alguma coisa voltada ao esporte com as crianças da

comunidade. E nós disputamos campeonatos fora: Barra, Recreio, Tijuca, no meio da classe alta, entendeu?! E tem outro grupo que disputa liga, disputa tudo, Futsal, de campo... mas se a gente não trazer alguma coisa e não pedir para ser feito eles também não vão buscar, entendeu?! Eu acho que falta... na verdade eu já sugeri para o dono daqui, o Dante, ter um telejornal esportivo, onde todas as pessoas que fossem dessa área, na comunidade, pudessem participar. Aí, a gente inclui tudo. A gente inclui: futebol, voleibol, natação, dança, capoeira. Acho que isso seria interessante. E eu já vi em outros locais até menores do que a Rocinha que deu certo, entendeu?! Mas, aqui, eu acho que falta essa integração do esporte com o canal comunitário da Rocinha e até as rádios, também, sabe, com o lado social do esporte na comunidade.

E1:

(...) Eu tenho lá, no meu computador, várias matérias que eu mesmo fiz (...) com pessoas da Rocinha, com o Romarinho (...) mas a Rocinha mesmo não sabe. Agora ele vai jogar no Maracanã (...) Se a TV Roc batesse em cima, com conteúdo, de dança, com outros grupos também (...) focar em cima, lá fora a mídia... você quer ver? Por exemplo: lá na rádio ele me chamou (...) mas se a TV Roc entrar nessa e buscar o talento no início (...)

E8: (50min46”)

Eu estou falando nesse assunto porque o Funk todo mundo sabe porque é divulgado. A música, todo mundo sabe porque é divulgado... um monte de vocês sabem que este final de semana, agora, a garota que saiu do meu trabalho aqui da Rocinha, a Ana (?) teve um filho, o Fernando, eles vão jogar a final na liga de Futsal... e ninguém na comunidade sabe. Então há um foco para esta integração? Geralmente a música é mais fácil. A dança é mais fácil. Porquê? Cada um tem seu meio de contato (...) Tem coisas que também te enchem o saco. A gente tem (...) quer fazer uma matéria comigo? Você obteve uma resposta? “Ah, eu estou ocupado!” (...) aí você acaba se lixando e deixa passar despercebido. Mas, eu acho que falta, sim. E, talvez, se as crianças da Rocinha tiver a oportunidade... possa surgir novos talentos... são novas oportunidades... e estão começando a perguntar à mim o que é certo... Eles fizeram teste, passaram em todas as baterias e, graças a Deus, que um é meu filho, sabe?! Neste final de semana ele vai jogar a final da liga de Futsal... a possibilidade de ser campeão é muita, porque o segundo colocado, é pontos corridos, está doze pontos atrás... falta dois jogos... não vai pegar nunca. Então, existe essa falta, sim, de acompanhamento da tevê comunitária, que o único meio para divulgar as coisas da comunidade. (51min41”)

E3:

Deixa eu só... eu vou falar aqui do Funk: o Funk, eu, não gosto de Funk, particularmente, mas todo mundo que vem, vocês sabem que a galera é bem recebida. Só que tem algumas coisas, que a diretoria prega... porque que não entra Funk? Entra aquele Funk que não fala de coisas que, até pouco tempo atrás estava entrando e a gente teve problema. Nós botamos aqui um pessoal da Rocinha que até o pessoal ficou meio assim, mas a gente teve problema. Porque não é só o pessoal do Funk que assiste a TV Roc. A gente teve problemas também com o DVD. Ah, olha só, esse DVD é de outra facção... não pode isso e aquilo. Então a gente parou. E outra coisa, também, o pessoal dos ‘Carentes’: eles vieram aqui e trouxeram o DVD, mas o maluco, lá, tava com um negócio na mão, disse que a gente não podia, lá (...) Ah, e tem outra coisa, o cara estava com uma amante, no Funk. O cara liga para cá: “ô, pelo amor de Deus, tira esse negócio daí, você me quebrou”, não sei mais o quê... (...) O futebol,

também, porque que a gente não sabe que é hoje que vai ter jogo da liga? Não vieram falar antes... (...) a equipe é muito pequena, aqui é só ele, o restante é estagiário, e o trabalho aqui é voluntário (...) E, por outro lado, já tem coisas de dezembro que já foram acertado antes do final do ano de 2008. As coisas são antecedentes. Por isso tem algumas coisas que a gente não pode deixar de fazer, porque já está tudo marcado. Por exemplo o show... uma das coisas que você não deve saber, o diretor da acadêmicos virou para o diretor e disse: “não sei porque a TV Roc transmite a acadêmicos, ao vivo, se não dá ninguém na quadra”. Então, tudo bem... no show do Revelação ou de qualquer outro show a gente vai ver se não dá gente na quadra. Pô, lotou! Aí os caras viram que as coisas aqui acontecem... foi aí que eu me meti. Eu falei: o pessoal da quadra, o pessoal da comunidade (...) não acredita mais... Porque eles preferem ver em casa? Porque eles querem ver se realmente é o artista. Por que, se o cara já está cansado de descer da casa dele para vim (...) Vamos ver o Mv Bill. Aí chega lá, fica a noite todinha tomando a cerveja dele... e aí ele não vem. Então o cara ‘tá’ cansado de mentira. Então, qual é o nosso trabalho? (...) É postar o show... Qual é o cara? É o Dudu Nobre. Pô, o cara vê, então o cara desce. Tivemos um problema no Carnaval do ano passado... justamente aconteceu esse lance do Funk. Estava o cara com a amante lá e a mulher dele também estava na quadra, então baixou porrada nele. E aí? (...)

Ricardo Britto:

Você tem alguma idéia para melhorar a TV Roc?

E3:

Esporte, Música (...)

E5:

Tem até uma programação na Rádio Brisa, de seis as oito, que fala sobre Funk, ela não fala só do Funk, ela fala do Pagode, ela fala do Hip-hop, porquê? Aí os ouvintes ligam e perguntam: “Pô, Dadinho, que horas vai tocar Hip-hop?” (...) Porque o pessoal quer isso. Uma coisa que eu nunca vi, particularmente, na TV Roc, o Hip-hop. Eu nunca vi. Seja nacional, seja internacional... eu nunca vi. (...) Tudo bem: o CEP20000, mas mais o que tem de Hip-hop?

E3:

Justamente, foi o que você falou... o espaço é aberto, mas a galera não conhece...

E5:

Mas eu penso assim... não rola sempre o DVD do Calipso (...) porque então não rola um Hip-hop? (...)

E3:

O problema é para não ficar igual as outras emissoras (...)

E5:

Agora tem uma coisa que acontece muito e que agora não está acontecendo... diz aí?

E3:

Não sei.

E5:

(...) Porque quem não conhece a TV Roc, hoje, é nacionalmente conhecida... outro dia a gente deu entrevista para o pessoal do Canal Futura. Gostaria de saber porque a TV Roc não se mete nesse outro lado? Porque é interessante 'prá' gente. É interessante mostrar o Funk para um cara que espaço nestes programas (...) Todo sábado eles vão lá. A gente foi lá no primeiro dia deles e eles foram lá gravar. Isso é o que interessa.

Ricardo Britto:

E é por isso que a gente está tentando ouvir vocês. As suas propostas. Por exemplo, você, tem alguma proposta? Você teria uma idéia para a melhoria da TV Roc?

E5:

Eu acho que se você aumentar a equipe você vai poder ter uma maior variedade. Você pode fazer uma imagem aqui e outra ali. (...)

E4:

(...) A gente está esperando a TV PUC.

Prof. Ernani Ferraz:

Ela está saindo.

E4:

(...) Ela está saindo em que sentido?

Prof. Ernani Ferraz:

Ela está na internet, por streaming, né... vamos fazer um portal, que é da Comunicação, né, não é da PUC, como um todo. É um portal em que tem um jornal on-line, uma rádio e uma tevê.

E4:

E essa tevê está sendo... indo ao ar quando?

Prof. Ernani Ferraz:

Ele está no ar em patch e vai agora, em Março, vai ficar direto.

E4:

E no caso 'tá' aberto para, por exemplo, manifestações artísticas de comunidades como a Rocinha, ou 'tá' numa coisa interna?

Prof. Ernani Ferraz:

Não... não. É... a idéia é pegar não só PUC, mas os arredores: Gávea, Jardim Botânico, num primeiro momento, né. Se a gente puder, amanhã, expandir para fazer uma cobertura do estado, maravilha. Mas, inicialmente, é uma cobertura geográfica aqui nos bairros...

E4:

Quer dizer que a PUC costuma cobrir a mostra da PUC, a TV PUC...

Prof. Ernani Ferraz:

É... (...) um projeto, não é uma tevê fisicamente como a gente a vê... é um projeto onde tem a área de tevê, que coloca, lá, no canal universitário. O que nós estamos fazendo é abrir este espaço no portal, onde o material da TV PUC também vai estar lá.

E5:

Deixa eu só dá uma informação: naquele prédio, ali, da prefeitura, tem uma usina, chama “Usina de Inclusão”, têm uns dois aqui, que está aqui presente, que vieram dessa usina para trabalhar com a gente e aprenderam a fazer câmera que é o Moisés e o ‘Bilibanque’. E hoje trabalha com a gente. Então, vocês vê (sic) que saíram preocupado com isso... é zero, oitocentos... Às vezes a gente precisa de pessoal para trabalhar e, pôxa, para aprender a fazer câmera... deixa eu te falar uma coisa... da minha profissão eu não tenho vergonha... eu chego ali e os caras estão fazendo porque eu sei que os caras vão ali e eu faço. Se o cara da Globo chega para mim e fala: “ó, irmão, a câmera ‘tá’ aí, vai lá e te vira”. Eu vou lá e vou fazer... Muitas vezes a gente chega na rua e um cara pergunta: “eu tô a fim de fazer um curso de câmera, como é que eu faço?”. Passa lá na tevê. “É... e vai me pagar quanto?”.

Prof. Ernani Ferraz:

Então, você vai ficar feliz com a notícia, porque lá, na PUC, tem o NEAM, como eu falei aqui... e um dos projetos que o NEAM está colocando... para ver se a gente recebe uma receita para botar para a frente é o projeto do remo, né, claro, tem a questão do remo, que é a questão de saúde, né, e, dentro desse projeto do remo, tem uma oficina de vídeo. Onde eles vão aprender mesmo a fazer isso. Inclusive, uma aluna da PUC, da Rocinha, que foi aluna da PUC, é aluna ainda, está formando agora... ela fez Jornalismo, está agora querendo fazer Cinema, ela que vai ser a... vai dar toda a supervisão técnica, todo o treinamento... (...) São cem crianças... cem crianças você vai ter cinegrafistas para você escolher...(...)

Ricardo Britto:

Eu acho que a fita está acabando... Eu quero, só para encerrar, aqui... eu quero agradecer ao pessoal aqui, que compareceu... e com certeza não foi bom apenas para minha monografia... acho que serviu até para vocês mesmos entenderem melhor, até, a própria comunidade de vocês, conhecer melhor o outro (...) vocês até se juntarem com uma idéia, bem estabelecida para a TV Roc...