

## TV COMUNITÁRIA: ENTRE IGUAIS E DIFERENTES UM ESPAÇO PARA O ATOR SOCIAL

---

**Fabiana da Costa Pereira**

Relações Públicas pela UFSM, Especialista em Comunicação pela UNIFRA e Mestranda do PPGCOM/UFSM. Bolsista CAPES. E-mail: fabicp@terra.com.br .

**Maria Ivete Trevisan Fossá**

Orientadora do trabalho. Professora associada da UFSM, Graduação e PPG em Comunicação e em Administração da UFSM. Beneficiário de auxílio financeiro da CAPES. E-mail: fossa@terra.com.br .

### Resumo

A mídia comunitária é caracterizada pela gestão compartilhada, programação diversificada e voltada ao interesse da comunidade onde está inserida, que é formada por diferentes culturas. Dentro da realidade brasileira, algumas dessas características se perdem, abrindo espaço para o uso desse canal para propositos particulares, ou ainda, mesmo com interesse comunitário, sem conseguir alcançar efetivamente seu objetivo. As dificuldades, principalmente no meio televisivo, passam por especificidades próprias, o que resulta na baixa produção de material audiovisual nos meios comunitários, como na baixa inserção da população na gestão desses veículos. Mudanças significativas nessa situação somente quando os indivíduos ocuparem os espaços abertos pelas mídias comunitárias, e como atores sociais construirão espaços realmente multiculturais, de igualdade de possibilidades de acesso a todos.

**Palavras-chave:** Igualdade; diferença; ator social; mídia comunitária

### Resumen

El sistema de comunicación comunitaria es caracterizado por la gestión compartida, programación diversificada y enderezada a los intereses de la comunidad donde está alocado, que esta formada por diferentes culturas. Adentro de la realidad brasileña algunas de esas características se pierden, generando espacio para el uso de ese canal para propósitos privados, u aún, mismo teniendo intereses comunitarios, esos programas no logran alcanzar efectivamente el objetivo. Las dificultades, principalmente en el medio televisivo, se someten a las características específicas, lo que resuelta en baja producción de materiales audiovisuales en los medios comunitarios, así como en una baja inserción de la población en la gestión de esos vehículos de comunicación. Los cambios significativos en esa situación solamente podrán ocurrir cuando los individuos ocupen los espacios abiertos por los medios de comunicación comunitaria y, como actores sociales, construyan espacios realmente multiculturales, la igualdad de oportunidades de acceso para todos.

**Palabras clave:** igualdad; diferencia; actor social; sistema de comunicación comunitario

### Abstract

The community media is characterized by shared management, diverse programming and focused on the interests of the community where it operates form with different cultures. However, inside the Brazilian reality, some of these characteristics lose itself, opening space to make use of this channel to private purposes, or, even with the community interest without achieve it's goals. The difficulties go through the specificities of the television medium, which requires equipment and technicians with expert knowledge, which results in low production of audiovisual material in the media community, as the low participation of the population in the management of these vehicles. Significant changes in this situation will happen only when individuals occupy the open spaces by community media, and as social actors, build truly multicultural spaces with equality of possibility for everybody.

**Keywords:** Equality; difference; social actor; community media

### **Introdução**

Igualdade e diferença podem ser dois polos opostos de um mesmo referencial, ou ainda, serem complementaridades que só existem um em função do outro. Nesse segundo sentido é que Touraine (1998) aborda a questão ao considerar que a igualdade entre os cidadãos só se estabelece no reconhecimento das diferenças com o outro, entendendo as particularidades como direito legítimo de individuação do sujeito no meio social. Individuação essa que não constitui um olhar egoísta do sujeito, mas uma possibilidade deste vivenciar as suas experiências, através de sua cultura, construindo um caminho único. Indo além do reconhecimento do sujeito pelo outro, é o ator social quem poderá propor mudanças para que se configure um novo olhar para a igualdade e para a diferença dos sujeitos, que venham contribuir na construção de uma sociedade democrática e multicultural. Considerando que a midiaticização da sociedade é uma realidade dos tempos atuais, entendemos que a mídia (seja rádios, jornais, televisão, internet) tem um papel muito importante nesse processo de mudança social, podendo ser o espaço onde os cidadãos, ao expressarem suas individualidades, construam o reconhecimento pela igualdade. Mas não serão os veículos privados os propulsores desses espaços cidadãos. Seria, então, uma tarefa para a mídia comunitária, que é caracterizada por abrir espaços de participação plural? Embasados nas considerações acima, o presente estudo objetiva pensar a mídia comunitária, mais especificamente a TV comunitária, como espaço acessível às múltiplas culturas e identidades que formam uma comunidade. E que os seus integrantes, como iguais nos direitos de espaço de fala, mas diferentes no conteúdo de suas falas, possam ser atores sociais nessa construção.

### **A construção do ator social, entre iguais e diferentes**

O multiculturalismo, tão difundido atualmente, tem suscitado discussões mais profundas no que se refere ao entendimento sobre igualdade e diferença na construção das sociedades contemporâneas. Muito mais do que a simples aceitação da convivência com indivíduos diferentes, pelo simples fato desses estarem naturalizados, como se impusessem suas presenças, com as quais se deve conviver, também questões sobre o que denominamos de igualdade devem ser levantadas, procurando na origem a formação desses conceitos: identidade, igualdade e diferença.

Para abordarmos a questão da identidade, que podemos chamar o primeiro passo para a discussão proposta, buscamos em Tomaz Tadeu da Silva (2009) a conceituação de identidade como a oposição de algo a outra situação que se apresenta, visto que se não fosse assim não se precisaria assumir uma identidade. Então, ao se denominar esta ou aquela identidade estamos afirmando que há alguém diferente e de quem é preciso se afastar. Para Silva “a identidade é a referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença. Isto reflete a tendência a tomar aquilo que somos como sendo a norma pela qual descrevemos ou avaliamos aquilo que não somos” (2009, p. 76). Assim, diferente é alguém que no conceito de um indivíduo não se identifica com ele, sendo criado a partir de um processo de não reconhecimento do outro pelos parâmetros particulares de alguém. Novamente Silva conclui que “a identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. [...] Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais. A identidade e diferença são criações sociais e culturais” (2009, p. 76), sendo que uma diferença só é exaltada no momento em que uma identidade sente necessidade de ser preservada. Surge aí a relação de poder, quando a identidade que mais poder dispõe naturaliza suas condições, deixando ao outro o estigma da diferença, que passa a ser vista como a excluída. Silva ressalta que “a força da identidade normal é tal que ela nem sequer é vista como *uma*

identidade, mas simplesmente como *a* identidade. [...] A força homogeneizadora da identidade normal é diretamente proporcional à sua invisibilidade” (2009, p. 83, destaque do autor).

A igualdade que tanto corremos atrás e pregamos não está intrínseca na natureza do homem, como se bastasse dizer somos todos humanos. A igualdade que buscamos está justamente na diferença que cada indivíduo possui, na particularidade que lhe permite ser único. Conforme Touraine “é no extremo oposto de todo princípio universalista que é preciso procurar um princípio de igualdade, na vontade e no esforço de cada um para ser diferente de todos os outros e para criar sua própria vida particular” (1998, p. 71). Somo iguais ao termos todos o mesmo direito de sermos diferentes e de preservarmos a nossa individualidade, sem cairmos no simplismo de estabelecermos igualdades a partir de pontos comuns.

A igualdade pressupõe o reconhecimento do outro, que tem os mesmos direitos de ser diferente. Então, primeiro se faz necessário o reconhecimento desse outro, que se dá a partir da evolução do indivíduo para a condição de sujeito. O indivíduo existe dentro das massas, podendo se identificar com esta ou aquela causa, mas mantém-se subordinado a um determinismo das relações sociais, vivendo sob normas e regimentos. Já o sujeito, conforme Touraine, é “o indivíduo reconhecido como criador dele mesmo e, conseqüentemente, capaz de reivindicar contra todos o seu direito de existir como um indivíduo portador de direitos, e não somente em sua existência prática” (2009, p. 15). Sujeito esse que ao firmar-se como detentor de direitos, também enxerga o outro e os respectivos direitos desse outro, “é ao reconhecer o outro como sujeito que posso me reconhecer eu mesmo como sujeito. Reconhecer o outro como sujeito é reconhecer a capacidade universal de todos se fazerem sujeitos” (TOURAINÉ, 2009, p. 196).

Porém não basta apenas o reconhecimento do outro para que se construa uma sociedade multicultural onde os diferentes convivem enquanto iguais. Ao reconhecer o outro e o seu direito enquanto sujeito, pode-se manter o entendimento do outro como diferente, e mesmo que portador de direitos, o outro continue a ser visto como minoria, numa convivência no limite da tolerância. Então, muito além do que apenas reconhecer o outro e seu direito, é preciso que o sujeito seja protagonista da ação social, agindo e criando na sua individuação a defesa da sua identidade como única e da possibilidade de integrar-se a um contexto multicultural onde cada sujeito possa ser ator social.

Conforme o autor, indivíduo, sujeito e ator não possuem o mesmo comprometimento com o desenvolvimento social, sendo que a passagem de um estágio para outro requer o desenvolvimento de autonomia, consciência e engajamento social. Para isso é preciso que os sujeitos sejam atores sociais e busquem a liberdade de expressão das suas diferenças e o direito dos outros também se expressarem. Se não pelos meios oficiais, por meios alternativos, promovendo o desenvolvimento pleno da cidadania através de espaços de debates, não precisando buscar um fim através do consenso. E poderia ser a mídia a fazer esse papel de lugar de debate do multiculturalismo social. Porém, não é bem esse o papel que os veículos de comunicação privados têm se proposto a realizar na sociedade de consumo que vivenciamos na atualidade. Assunto que abordaremos na sequência.

### ***A mídia como espaço de pluralismo***

O desenvolvimento do sujeito como ator social e protagonista de mudanças no âmbito político e econômico requer a existência de sistemas democráticos de direito, onde a mídia – impressa, falada, televisionada ou ainda pela internet – possui papel preponderante. A preservação da democracia está intrinsecamente ligada à presença de uma imprensa livre, assim como esta somente se mantém num sistema democrático, visto o papel de reguladores que um desempe-

nha sobre o outro. Mas como fazer um equilíbrio dos diferentes interesses que se encontram por trás dos veículos de comunicação?

Para Bertrand (1999, p.12) a deontologia poderia ser o meio de assegurar a função social da mídia, pois “no que concerne à mídia é um conjunto de princípios e de regras, estabelecidos pela profissão, de preferência em colaboração com os usuários, a fim de responder melhor às necessidades dos diversos grupos da população”. O autor ressalta que somente em situações de democracia a deontologia poderá ser um diferencial ao comportamento da mídia, visto a necessidade dos consumidores serem conscientes do seu papel de cidadão, e por isso mesmo exigente na qualidade dos produtos midiáticos consumidos.

Integram a deontologia das mídias as funções dos meios de comunicação, apresentados por Bertrand (1999) através de seis categorias: a primeira faz referência ao papel de observador da realidade, que põe a informação a circular; a segunda como fórum de discussão e debate de ideias; a terceira para configurar a existência do mundo, o qual se não aparecer na mídia para a maioria das pessoas não existe; a quarta para a preservação das identidades, através da transmissão de geração para geração; a quinta função preocupa-se com a manutenção da saúde através da oferta de entretenimento como forma de amenizar as tensões diárias; e a sexta seria o fim comercial, num papel de movimentar o mercado e a concorrência.

Definido o papel, é para o conteúdo das informações que o autor volta o seu olhar, trazendo para discussão uma preocupação não com o conteúdo que a mídia propaga, visto o entendimento de que o usuário “não é um receptor passivo: ele interpreta a mensagem segundo sua experiência, seu meio, suas necessidades e seus desejos” (BERTRAND, 1999, p. 50), mas atenta justamente para as omissões de fala, do que a mídia silencia através das escolhas que faz. Observação importante feita por Bertrand no momento que um dos direitos dos cidadãos é o direito de ser informado, que está ligado ao direito de informar, ambos integrando o direito à comunicação.

A omissão que se faz presente na mídia, através do que não é falado, e por isso mesmo não se faz existente, é abordado num âmbito mais geral por Santos (2007) através do estudo da Sociologia das Ausências. Estas se dariam a partir de cinco modos de produção que são por ele assim definidas: a) a monocultura do saber e do rigor – onde somente o saber científico pode ser considerado; b) a monocultura do tempo linear – que dá a exclusividade de desenvolvimento aos países de primeiro mundo, considerando todos os outros atrasados; c) a monocultura da naturalização das diferenças – onde a diferença só se faz presente através da desigualdade; d) a monocultura da escala dominante – que se dá através da globalização e do universalismo; e) a monocultura do produtivismo capitalista – onde o ciclo de produtividade do capitalismo é a base para todo e qualquer parâmetro. Essas monoculturas, que não abrem espaços para outras formas, segundo Santos (2007), estão intrínsecas às sociedades e se perpetuam através do pensamento hegemônico.

Como contraponto à Sociologia das Ausências, Santos (2007) propõe a substituição da monocultura pela Ecologia dos Saberes, as quais tornam presentes as experiências possíveis dentro de uma sociedade multicultural. São cinco as Ecologias propostas pelo autor: a) a ecologia dos saberes – propondo o diálogo entre a ciência e a cultura popular; b) a ecologia das temporalidades – através da qual há o respeito ao tempo de cada cultura; c) a ecologia do reconhecimento – onde serão reconhecidas somente as diferenças que permanecerem após a retirada da hierarquia das relações; d) a ecologia da transescala – que possibilitará a articulação entre o global e o local; e) a ecologia das produtividades – a qual valoriza a produção alternativa.

Através da Ecologia dos Saberes, de Santos (2007), podemos pensar a mídia como es-

paço plural. Ao se colocar aberta ao multicultural, oportuniza o contato do público com outras realidades configuradas a partir de olhares múltiplos que trarão ao conhecimento, e por isso à existência, experiências particulares, individuais ou do grupo, que possam vir a contribuir para alguma mudança social. Mas à mídia privada não se espera que caiba esse papel. Então é nas mídias comunitárias que reside a esperança desse espaço de pluralidade, conforme trataremos a seguir, a partir do estudo da TV comunitária.

### **O ator social configurando a mídia comunitária como espaço plural**

A mídia comunitária, no Brasil, está historicamente ligada aos movimentos sociais de resistência que tinham nos veículos alternativos os canais de comunicação para transmissão das suas reivindicações à ordem social vigente, numa resistência ao regime autoritário imposto pelos militares a partir do golpe político de 1964. Utilizando-se de instrumentos como os panfletos, os carros de som, os jornais, as rádios (de forma amadora), os vídeos, os integrantes da resistência política mantinham ação constante junto às populações de mais baixa renda, procurando despertar a consciência da cidadania, no intuito de levar a população à busca de mudanças sociais que se faziam urgentes.

Mas não só a censura da ditadura militar foi motivo para a expansão da mídia comunitária no país. Dentro do sistema brasileiro de comunicação convivem, no mercado, diferentes modelos de organização de empresas. As mídias impressas (jornais e revistas) possuem livre concorrência, sem legislação específica sobre questões de propriedade. Já os canais de rádio e televisão precisam de autorização de órgão do Governo Federal para que possam entrar em funcionamento, ocupando uma das faixas de distribuição do sinal no ar, já que o espectro de radiodifusão é de propriedade da União. As empresas podem explorar comercialmente os canais de radiodifusão, sendo autorizadas a formarem redes de distribuição de sinal para cobrir os diferentes estados do país. Ainda, no país, há a oferta do serviço de tevês por assinatura, cujas empresas recebem autorização de exploração do serviço, tendo como contrapartida o pagamento de mensalidade por parte dos assinantes. Assim, o sistema de comunicação no Brasil se estabelece, tendo, em sua maioria, os canais sob responsabilidade dos órgãos governamentais, porém com autorizações de exploração comercial, há longos anos, sob o domínio de umas poucas empresas.

Essa distribuição dos veículos de comunicação sob a administração de poucas organizações (Rede Globo, Rede Manchete, SBT, Rede Bandeirantes, as mais expressivas) e a formação de conglomerados (mesma empresa proprietária de rádios, jornais e canais de televisão nos diferentes estados brasileiros) não possibilitam uma participação mais democrática da sociedade, tendo espaço de manifestação apenas organizações que sejam de interesse comercial ou ideológico dos proprietários. Aos movimentos sociais, justamente, resta procurar alternativas para difundir suas ideias, as quais procuram conscientizar a população dessas e de outras formas de domínio do capital econômico, que refletem em influência nas decisões do governo. Para ter visibilidade na mídia, os órgãos governamentais dificilmente tomam decisões que contrariem interesses das empresas de comunicação, ou ainda de grandes anunciantes.

Com as mudanças ocorridas, principalmente com a volta à democracia política no país, a partir dos anos 80, os movimentos sociais se reestruturaram para enfrentar uma nova realidade, a qual também causou mudanças na mídia tradicional. Mas, mesmo nesse contexto de abertura, aos movimentos populares os espaços de fala eram dados quando interessavam à composição da programação da mídia privada, não tendo os cidadãos acesso aos veículos no momento que tivessem interesse. Aos poucos os movimentos sociais foram se aproximando das tecnologias da

comunicação e apropriando-se desse fazer comunicacional, em meios próprios, como jornais impressos e rádios ilegais (que não tinham autorização de funcionamento e constantemente eram fechadas pela polícia). Também se organizaram em defesa da democratização da comunicação no país, fazendo pressão nos órgãos governamentais, de tal forma, que conseguiram a promulgação de leis que liberavam concessões de radiodifusão para rádios comunitárias e a obrigatoriedade para que as empresas exploradoras do canal a cabo liberassem um canal para uso comunitário, criando as TVs comunitárias no país.

Regulamentadas através de Leis e Decretos<sup>1</sup>, foram ganhando espaço junto à mídia comercial brasileira. As TVs comunitária devem observar os princípios de gestão e programação de cunho coletivo, através do incentivo à participação dos cidadãos e de suas organizações representativas, cuja temática deverá voltar-se para a abordagem de assuntos referentes à educação, à cultura, à saúde, à cidadania, entre outros que tenham como princípio o interesse público acima do interesse privado. Aos gestores do canal cabe a instalação e manutenção dos mesmos, sendo proibida a atividade comercial através de venda de patrocínio, admitindo-se, porém, a participação financeira de outras organizações através do apoio cultural.

Nessa realidade é que hoje as TVs comunitárias estão se configurando ao longo do país, assumidos por diferentes representações da sociedade. Para exemplificar a questão das TVs comunitárias é que apresentamos o caso da TV Santa Maria, a TV comunitária no sistema a cabo que ocupa o canal 19 da NET Sul, a operadora de TV a cabo na cidade de Santa Maria, Região Centro do Estado do Rio Grande do Sul. Outorgada para funcionamento no ano de 2009, sob a coordenação da Associação TV Santa Maria, foi ao ar pela primeira vez em agosto de 2010, com um telejornal diário. A partir daí ampliou sua programação, contando hoje com dois programas diários e 24 programas semanais. Os programas abordam diferentes temáticas e na sua maioria são produzidos pela própria Produtora. Possuem apoio de diversas empresas comerciais locais (os apoios culturais), ou ainda são promovidos por organizações públicas ou privadas.

Nessa realidade é que podemos observar os espaços que se abrem nesse veículo outorgado como comunitário, que se propõe a ser um contraponto à mídia comercial. Com multiplicidade de programas, numa abrangência de temáticas, busca inserir-se na comunidade como espaço de discussão para problemáticas e assuntos de interesse local. Porém o que se tem observado, é que mesmo com essa proposta a TV Santa Maria ainda não conseguiu ampliar os espaços de fala na sua programação. Em sua maioria, os programas são promovidos por empresas privadas, com intuito de abrir discussões locais, sim, mas com interesses particulares. Também o custo mínimo para a utilização do espaço no canal (cuja cobrança é legítima e necessária) não possibilita o acesso a outras instituições que não consigam o apoio do meio privado. Na maioria das vezes a própria produção do audiovisual se faz precária ou inexistente devido a complexidade de se lidar com material tão específico.

Assim, mesmo que o canal comunitário, ao ser outorgado para funcionamento, se proponha a ser veículo realmente comunitário, há uma necessidade mínima de infraestrutura, pra a qual é preciso a busca de recursos. Isso envolve investimentos financeiros de parceiros ou apoiadores. Também para o andamento de uma grade de programação variada é necessário que as organizações da comunidade produzam material audiovisual para preencher os espaços, o que já vimos requer além dos custos de produção, os custos mínimos de veiculação.

Nesse sentido, não basta a existência do veículo para que a mídia realize-se nessa perspectiva. Cabe aos sujeitos, constituintes da comunidade, como atores sociais, a apropriação dos veículos comunitários para a divulgação da diversidade cultural em que se encontram inseridos, abrindo espaço para a presença dos sujeitos, que iguais, nas suas potencialidades e direitos, e

diferentes nas suas particularidades, busquem espaço de expressão de suas existências. Somente com a participação do sujeito, como ator social, poderemos pensar em veículos comunitários que cumpram o papel de disseminador do multiculturalismo.

### **Considerações finais**

Pensar uma sociedade multicultural perpassa a discussão de questões como construção de identidades, igualdade entre cidadãos e a valorização da diferença. Discussão essa que só ocorrerá fomentada por sujeitos emancipados, em espaços democráticos de direito. Há a necessidade de superação da construção da identidade do sujeito – que se dá na relação de reconhecimento do outro como diferente e ameaçador da integridade social – na busca da superação da diferença como inferioridade. A igualdade e diferença só serão reconhecidas como lados de uma mesma causa, no momento em que o indivíduo desenvolver sua autonomia, e transformar-se em sujeito consciente do seu estado de ser único e por isso mesmo com direito de ser preservado na sua particularidade. Ao reconhecer o seu direito a um lugar singular na sociedade, reconhece também o lugar do outro sujeito com quem estabelece mais do que relações de convivência.

Para que a diversidade ultrapasse a tolerância e configure uma sociedade multicultural, é preciso que o sujeito, como ator social, supere as disputas hegemônicas e construa espaços de visibilidade onde a temporalidade, as particularidades e a espacialidade de cada cidadão possam ser reconhecidas e valorizadas. Para essa visibilidade é que entendemos que a TV comunitária conformaria espaço ideal, visto trazer na sua essência as características propícias ao trabalho coletivo e engajado, aberto a participação de vozes plurais de cidadãos diferentes que neste contexto se fazem iguais. Porém, também somos conscientes dos caminhos que ainda precisam ser superados para que haja uma real apropriação e uso das TVs comunitárias nesse sentido. Essa superação, quem sabe, passa por uma cobrança mais efetiva aos órgãos de governo de políticas públicas para a área de comunicação, a exemplo de outros países que fomentam a criação de centros populares de produção audiovisual, assim como também exige a participação mais ativa dos indivíduos no acompanhamento desses canais comunitários.



### **Referências**

- BERTRAND, Claude-Jean. *A Deontologia das Mídias*. Florianópolis: EDUSC, 1999.
- SANTOS, Boaventura de Souza. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: Silva, T.T. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. Pg.73-102
- TOURAINÉ, A. *Igualdade e diversidade: o sujeito democrático*. Bauru: EDUSC, 1998.
- TOURAINÉ, A. *Pensar Outramente: o discurso interpretativo dominante*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

### **Notas**

<sup>1</sup> A Lei do Cabo (Lei 8.977/95 e Decreto 2206/97) regula o funcionamento das tevês comunitárias.