

# Pequeno Livro das Televisões Comunitárias

**Alberto López Mejía e Breno Kuperman**

## Para ler antes de tudo

As televisões existem pelo mundo afora há pouco mais de meio século. O vídeo tape é mais recente. Mais recente ainda são as inúmeras formas de se comunicar através da imagem e do som: satélite, parabólica, cabo, internet, etc. Vivemos num momento em que novas formas de comunicação estão sendo instauradas. Esse ciberespaço que 10 anos atrás era ficção científica hoje, no início do século XXI, encontra-se ao alcance da mão.

Enquanto a evolução tecnológica avança numa velocidade cada vez maior a realidade social, principalmente no terceiro mundo, se arrasta a passos cada vez mais lentos. Nesse quadro, onde o futurismo tecnológico se contrapõe ao primitivismo social, o atual processo de globalização acaba acentuando o eterno abismo entre incluídos e excluídos, o jogo de poder da riqueza sobre a pobreza.

As telecomunicações ilustram claramente este processo de globalização: primeiro, na própria imagem da rede mundial que foi se espalhando e cobrindo todo o planeta; segundo, na monopolização desta rede por grandes conglomerados transnacionais que tentam se impor na guerra de audiência e mercado inibindo a existência (e/ou sobrevivência) de TVs locais comunitárias. Se, de um lado, é inegável o benefício decorrente do fluxo de informações a nível mundial, de outro, o efeito cultural da mídia global sobre as culturas locais, e até então autóctones, é devastador.

**Broadcast:** 1. O mesmo que radiodifusão. Neste sentido diz-se tb "broadcasting". 2. equipe de uma estação de rádio ou de TV. 3. programa de rádio ou TV. Etimologicamente broad significa amplo, extenso. Cast significa gente, audiência, elenco, público. Broadcast significa então muita gente, ampla audiência; é portanto, o termo que designa comunicação de massa.

Desde o momento em que foi tecnicamente possível canalizar a ansiedade das comunidades, das aglomerações ou grupos identitários de forma que elas pudessem ampliar seu espectro de comunicação entre si e com as outras comunidades e participar deste novo estrato de linguagem, nasceram as TVs Comunitárias sobre a face da terra.

As formas predominantes de transmissão de TV **Broadcast** se caracterizam por serem massivas,

genéricas, descaracterizando a diversidade cultural e o modo de ser local. Da mesma forma como ocorre com os fenômenos físicos, onde *a toda ação corresponde uma reação igual e contrária*, o processo de globalização recrudescer um desejo ou necessidade de valorizar a realidade, cultura e costumes locais através de emissoras de

O conteúdo deste livro se localiza no interior de uma TV comunitária; é um saber fazer, saber pensar, pensar fazendo.

pequeno porte e um outro tipo de concepção de fazer TV, onde o mais importante é estabelecer uma verdadeira interatividade com a própria comunidade.

Este manual ou pequeno livro trata de experiências comunitárias com vídeo e

**Narrowcast:** Significa audiência restrita, exibição para algumas pessoas. Etimologicamente vem de narrow que significa estreito, apertado e cast que significa público, audiência, gente. Toda vez que se fala de uma exibição em TVs de baixa potência, que alcança alguns quarteirões ou uma pequena cidade, a transmissão é referida como sendo narrowcast, isto é, voltada a um público restrito, delimitado, não acessível a todos.

televisão iniciadas nos anos 70, onde foram desenvolvidas novas formas, estratégias e meios de expressão junto a segmentos ou grupos sociais que desconheciam ou consideravam a televisão algo inatingível e, em geral, nocivo.

Sem pretender apresentar fórmulas infalíveis ou regras prontas, o objetivo deste livro é apontar alguns princípios ou informações que possam contribuir para desenhar e realizar uma televisão comunitária.

O livro está organizado da seguinte forma:

Na primeira parte é traçado um panorama caracterizando o que é uma televisão comunitária (TVC<sup>2</sup>), um pouco da sua história no contexto brasileiro e latino-americano, e alguns aspectos que diferenciam uma TVC *narrowcast* de outra broadcast: o sistema de comunicação em que se desenvolve; para que serve uma TVC; quem é o seu público (como é essa comunidade); a interatividade, participação e pertencimento na relação público/TV.

- A segunda parte focaliza o desenho do projeto, isto é, os diversos aspectos que definem a “cara” de uma televisão comunitária: o contexto no qual está inserida e a sua natureza institucional.
- A terceira parte trata de como se faz uma TV, isto é, sua operacionalização, mostrando a configuração de equipe, equipamento e programação; as formas de produção e participação da comunidade, além dos processos de produção e veiculação.

O sistema de comunicação é entendido aqui como o processo que envolve a elaboração, produção e veiculação de vídeo numa determinada situação, ambiente ou contexto. Este processo torna-se circular, semelhante a um anel, por ser continuamente realimentado<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Dois exemplos para ilustrar o que é um *sistema de comunicação*: numa escala macro, uma rede mundial de notícias através de um web interativo (em tempo real) na internet sobre ecologia, combate à fome ou trabalho infantil; numa escala micro, a exibição em telão, toda sexta feira, de uma vídeo-revista feita pela TV Tagarela na favela da Rocinha ou o processo da TV Pinel, também no Rio, com os usuários do hospital psiquiátrico

<sup>2</sup> A partir de agora serão utilizadas as siglas TVC e TVCs para designar o termo “televisão comunitária” no singular e no plural respectivamente.

- A quarta e última parte é um pequeno ensaio sobre o futuro imediato das TVCs virtuais, cuja “territorialidade” encontra-se no ciberespaço, além de orientações para ter acesso e participar do hipertexto sobre TVCs.

## PARTE I - O QUE É TV COMUNITÁRIA?

Televisão Comunitária é um termo que se refere a uma grande diversidade de experiências que conjugam essas 2 palavras: *televisão*<sup>3</sup> e *comunidade* (veja quadro abaixo). Desta forma, uma TVC pode ser a produção e uso (exibição, animação e/ou debate) do vídeo numa associação de moradores ou num sindicato; pode também ser uma TV local por cabo ou antena; pode ser um projeto de produção para ser exibida nos espaços abertos das praças, ruas e portas de fábricas ou em espaços fechados como uma sala de espera da rede de saúde pública, com usuários de hospitais psiquiátricos no Brasil ou dentro de\*ônibus no trajeto entre a periferia e os centros urbanos no Equador; pode ser uma rede de fluxo permanente de videocartas entre jovens numa corrente ao redor do planeta (em torno de temas como meio ambiente, direitos humanos ou trabalho infantil); pode servir para recuperar rituais ancestrais ou ser o elo de contato inicial num conglomerado de aldeias indígenas na selva amazônica; pode ser um recurso pedagógico interativo numa rede de escolas públicas ou chegar a ter plena autonomia numa televisão itinerante transmitindo via satélite numa unidade móvel. Enfim, podem ser inúmeras coisas numa mutação permanente de experimentação e criatividade.

• **Comunidade**<sup>\*4</sup>: [Do lat. *Communitate*.] S.f. 1. Qualidade ou estado do que é comum; comunhão: *Há entre eles comunidade de interesses*. 2. Concordância, conformidade, identidade: *comunidade de sentimentos*. 3. Posse, obrigação ou direito em comum. 4. O corpo social; a sociedade: *As leis atingem toda a comunidade*. 5. Qualquer grupo social cujos membros habitam uma região determinada, têm um mesmo governo e estão irmanados por uma mesma herança cultural e histórica. 6. Qualquer conjunto populacional considerado como um todo, em virtude de aspectos geográficos, econômicos e/ou culturais comuns: *a comunidade latino-americana*. 7. Grupo de pessoas considerado, dentro de uma formação social complexa, em suas características específicas e individualizantes: *a comunidade dos comerciantes*. 8. Grupo de pessoas que comungam da mesma crença ou ideal: *a comunidade católica*. 9. Grupo de pessoas que vivem submetidas a uma mesma regra religiosa. 10. P. ext. Local por elas habitado. 11. *Biol. Ger.* Conjunto de populações animais e vegetais em uma mesma área, formando um todo integrado e uniforme. 12. *Sociol.* Agrupamento que se caracteriza por forte coesão baseada no consenso espontâneo dos indivíduos.

<sup>3</sup> O conceito de televisão acabou sendo apropriado por um contingente muito amplo que engloba não só os mecanismos de transmissão (de imagem e áudio) a distância como também a produção e uso de vídeo

<sup>4</sup> \*Novo Dicionário Aurélio; \*\*Dicionário de Comunicação

- **comunitário:** (Do lat. *Communitariu*, por haplogogia.) *Adj.* Respeitante à comunidade, considerada quer como estrutura fundamental da sociedade, quer como tipo ou forma específica de agrupamento.
- **televisão:** 1. Sistema de transmissão e recepção de sinais visuais convertidos em sinais eletromagnéticos, através de ondas hertzianas ou de cabo coaxial. O sistema básico de televisão transmite uma imagem em movimento (*v.varredura*) associada ao som correspondente, que modulam uma onda portadora de imagem e uma onda portadora de áudio, transmitidas simultaneamente (...) 2. Atividade artística, técnica, informativa e educativa, desenvolvida para difusão simultânea de sinais de vídeo e áudio. 3. Emissora de radiodifusão ou cabodifusão. 4. Receptor de TV.

O conceito de *comunitário* ou *comunidade* diz respeito a algum elemento *comum* que identifica toda essa diversidade de experiências. No caso das TVCs este elemento comum refere-se a um *território* ou um *tema*. O território diz respeito a comunidades que ocupam o mesmo espaço físico; isto é, uma referência local com ênfase no mútuo pertencimento televisão/comunidade; assim, quando o público assume a TVC como algo *seu*, demonstra que há uma valorização da interatividade e da participação do público, cristalizando-a como uma instituição social de utilidade pública. As TVs de rua, por exemplo, fazem parte deste tipo de TVC.

Num outro extremo teríamos uma televisão comunitária aglutinada em torno de grupos (e/ou comunidades) com alguma identidade *temática*: valores, crenças, etnias (raça, religião, negócios) ou quaisquer elementos que gerem alguma unidade interna sem, no entanto, estarem juntos num mesmo espaço físico. Geralmente este tipo de TVC é conhecido como uma *rede*, como é o caso das redes de vídeo-cartas que circulam entre grupos ambientalistas ou feministas ao redor do mundo. Mais adiante será tratada a perspectiva da telefonia audiovisual e sua integração com os computadores e vídeos domésticos possibilitando assim o surgimento de um novo tipo de TVCs. Nos dois casos (TVCs territoriais ou temáticas), a televisão comunitária é o processo de intercomunicação audiovisual no interior desses grupos em torno de um *interesse comum*.

Da mesma forma que o *territorial* ou *temático* diferencia vários tipos de TVCs a partir do conceito de *comunitário*, outros elementos de diferenciação entre as TVCs são definidos a partir do conceito de *televisão*: como já foi colocado, o *narrowcast* e o *broadcast* determinam 2 escalas diferentes em relação à amplitude do público. Um exemplo dessa diferença é a comparação entre uma TVC a cabo e outra TVC de rua:

<b>TVC a cabo:</b>	<b>TVC de rua:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• é <i>broadcast</i>, isto é, dirigida a um público amplo, geralmente situado em grandes centros urbanos e/ou metrópoles</li> <li>• a sua <i>veiculação</i> é feita através de <i>transmissão</i>, no caso via cabo</li> <li>• a sua <i>recepção</i> é domiciliar; a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• é <i>narrowcast</i>, dirigida a um público restrito, situado em espaços abertos como ruas e praças públicas</li> <li>• a sua <i>veiculação</i> é feita através da exibição direta ao público</li> <li>• a sua <i>recepção</i> é coletiva e</li> </ul>

<sup>5</sup> em princípio uma TVC a cabo também seria interativa por natureza já que é uma TV de *acesso público*. No entanto, na prática, para essa participação ser efetiva deve levar em conta os elementos citados acima

sua interatividade depende da estrutura operacional, do tipo de programação e, principalmente, dos mecanismos de participação<sup>5</sup>

*interativa* por natureza (o ritual da exibição/debate e o uso da câmera aberta estimulam a participação do público)

## O vídeo em movimento

Durante a trajetória de um século de cinema, alguns dos seus principais movimentos como o neo-realismo italiano ou a nouvelle vague francesa defendiam formas alternativas e independentes no modo de produção e no tratamento da estrutura narrativa. O fato de serem movimentos estéticos e/ou culturais significava que eram concebidos por autores procurando avançar na evolução da linguagem cinematográfica.

Na década de 70, o lançamento do vídeo portátil no mercado mundial iria revolucionar a produção audiovisual até então concebida como produção a nível industrial, seja no cinema ou na televisão. O formato mais popular, VHS, que significa “video home system” ou *sistema de vídeo doméstico*, ilustra claramente as “vantagens” (pelo menos do ponto de vista do consumidor leigo) do vídeo em relação ao cinema: o vídeo portátil tem baixo custo e é de fácil manejo; permite gravar e exibir simultaneamente ou, não gostando do resultado, regravar na mesma fita. Além disso, o usuário pode *interagir* entre a sua produção pessoal e a televisão que assiste, utilizando-a como um banco infinito de imagens e sons. Diferente da nouvelle vague ou do neo-realismo italiano, esta revolução não era estética (ou relativa à linguagem audiovisual): combinava inovação tecnológica a uma estratégia mundial de mercado<sup>6</sup>. O impacto foi imediato: a popularização do vídeo adquiriu tal dimensão que menos de uma década depois já era assimilado como um mero utensílio doméstico. Hoje o vídeo está sendo incorporado naturalmente ao telefone e ao computador, os quais tendem a tornar-se objetos cada vez mais portáteis e de uso permanente.

A popularização do vídeo foi assimilada também no interior dos movimentos sociais no terceiro mundo desde o final da década de 70: ONGs e organizações populares (de vários tipos: sindicatos urbanos ou rurais; comunidades e/ou organizações temáticas em torno do gênero, meio ambiente, etc) se multiplicaram tanto na África como na América Latina. A produção e uso do vídeo, abrangendo desde um simples equipamento em VHS com 1 monitor de TV até super-estruturas em broadcast tornou-se um *agente da história* e não um mero instrumento que testemunhou estas duas décadas na sua mais recôndita intimidade: grupos em Sowetto registrando *por dentro* as atrocidades contra os

---

<sup>6</sup> é de certa forma *sistêmica*: assim como no aparecimento do próprio cinema ou da televisão; ou ainda quando foi implantada a luz elétrica, o telefone ou o rádio. Em todas essas situações houve um salto “civilizatório”, de incorporação de uma nova “cultura”, um costume que rapidamente torna-se de uso cotidiano pela maioria da população, tornando-se característica de uma determinada época em relação às outras.

negros na África do Sul ou o *vídeo antropológico* Boliviano recuperando através da ficção (falada em língua Aimara) os costumes ancestrais da cultura Inca.

As TVs comunitárias surgem dentro de uma concepção de vídeo denominada popular<sup>7</sup>, isto é, decorrentes do perfil e das circunstâncias nas quais cada experiência se articula. A ABVP e o MLAV exemplificam isso: a ABVP, Associação Brasileira de Vídeo Popular, e o MLAV, Movimento latino-americano de Vídeo, são organizações em escala nacional e continental que se originaram da mesma forma: seminários cujo tema era “o vídeo e a educação popular”<sup>8</sup>. Esta coincidência determina uma certa uniformidade em diversos aspectos que caracterizam estas 2 escalas de organização: o perfil de realizadores vinculados a movimentos sociais, conjunturas políticas sob ditaduras militares na maioria dos países, o vídeo como um meio de resistência, memória e debate de idéias, além da necessidade do intercâmbio de experiências. Desde o início este intercâmbio foi fundamental para traçar estratégias comuns em metodologias de capacitação, nos processos organizativos em cada país e em torno da luta pela democratização (da sociedade e) dos meios de comunicação.

A existência destes movimentos nacionais e continentais se deu pela imensa diversidade de experiências: praticamente cada uma delas era uma solução criativa em condições políticas, econômicas e sociais adversas. Consequentemente este panorama propiciava uma identidade comum sobre a importância do vídeo como intervenção no espaço público. Em função disto, tanto no MLAV como na ABVP, a *ampliação do espaço audiovisual* sempre foi um tema presente nos Encontros; ocupar um lugar determinado na mídia e, principalmente, lutar pela democratização dos meios de comunicação eram questões que mobilizavam esse conjunto de realizadores.

A impossibilidade de acesso aos canais abertos de TV acabou gerando alternativas bastante criativas. Uma das mais expressivas é a TV-VIVA, oriunda do nordeste brasileiro. Experiência pioneira das TVs de rua, as quais produzem vídeos sobre as comunidades para depois exibi-los nas ruas e praças desses bairros populares com projeção em telões, estas TVs incorporam uma forma de comunicação interativa por natureza através de dinâmicas de animação. O “modelo” (ou desenho do projeto) da TV-VIVA teve (e continua tendo) um enorme efeito multiplicador no Brasil e América Latina,

*3 de julho de 1996 - 18:00hs - São Paulo, Brasil. Mais de uma centena de videastas dos 5 continentes dão início a um encontro mundial de televisões comunitárias<sup>9</sup>. Palestinos, Australianos, Africanos, Europeus, Norte e Latino-americanos, na sua maioria jovens, trocam experiências e criam ações conjuntas; o objetivo geral do encontro é debater a importância das televisões comunitárias num planeta cada vez mais globalizado.*

<sup>7</sup> alternativa, independente, democrática, todos eles adjetivos decorrentes do contextos no qual surgiram.

<sup>8</sup> A ABVP surgiu no seminário “o vídeo e a educação popular realizado no Instituto Metodista, São Bernardo do campo; 1984. O MLAV nasceu no seminário com o mesmo nome realizado em Montevidéu, Uruguai (promovido pelo CEAAL, Conselho de Educação de Adultos para a América Latina, e coordenado por Mário Kaplun)

<sup>9</sup> Seminário Internacional “Meios de Comunicação para a cidadania na era eletrônica: televisão comunitária e novas tecnologias” e Iª Assembléia mundial de Videazimut.

ocorrendo de maneira totalmente espontânea, fruto da sedução dessa TV sempre bem humorada, criativa e com produções de qualidade.

A popularização do vídeo, apropriada em grande parte de maneira empírica<sup>10</sup>, acabou colocando o MLAV num novo patamar com relação à trajetória do “movimiento del nuevo cine latino americano” dos anos 60 e 70<sup>11</sup>. No primeiro, existia a busca de uma identidade cultural; um “olhar cinematográfico” singular, próprio do continente. Sua ideologia se fundamentava no contexto histórico contrapondo-se à colonização econômica e cultural européia e ao imperialismo americano. Mesmo assim, o cinema não deixava de ser um meio sofisticado (e caro) de produção cultural. No caso do vídeo, a sua popularização enquanto mercado propiciou também a apropriação deste meio tecnológico pelos movimentos sociais compostos pelo segmento da população com menor renda. Do refinamento do cinema passa-se à popularização e, até certo ponto, o *primitivismo empírico* do vídeo. O primeiro impacto neste sentido se deu logo no Iº Encontro latino-americano em Santiago, onde foi lançada a primeira mostra itinerante. Esta mostra, com mais de 16 horas de duração saiu já no último dia do evento com 1 cópia para ser exibida em cada país, fato impensável -do ponto de vista financeiro e de agilidade de reprodução- de ser feito em cinema.

Com a abertura democrática no continente, a primeira metade da década de 90 se caracteriza, de fato, pela ampliação (e/ou ocupação) de espaços na mídia. Um dos exemplos mais interessantes se deu no Chile: a partir da ampla articulação feita na campanha do “No” (plebiscito contra o regime militar de Pinochet) e a vitória eleitoral, o canal 7/TV Nacional estrutura-se numa nova concepção de gestão e programação, autônoma em relação ao governo, e passa a disputar a liderança de audiência, com destaque para as produções de “Nueva Imagen”, uma ONG-produtora de vídeo com larga atuação no período de resistência, produzindo e distribuindo vídeos clandestinamente.

Fora algumas experiências singulares, as quais se destacam principalmente pela qualidade técnica e estética da sua produção, a *ampliação do espaço audiovisual* na América Latina está ocorrendo com o aparecimento das TVCs a cabo. Esta democracia *parcial* nas telecomunicações, especificamente na cabodifusão, se explica em dois aspectos: 1) o fato da cabodifusão ser um sistema relativamente novo de TV (pelo menos na América Latina), a sua implantação exigiu a elaboração de novas leis; este processo legislativo foi permeado pela pressão de movimentos sociais (direta ou indiretamente presentes no MLAV). Neste embate

---

<sup>10</sup> Ao contrário do cinema, o qual exigia (em função do seu alto custo de produção) um certo rigor no planejamento e elaboração, a popularização (em termos de mercado) do vídeo tornou-o um “produto de *consumo*” massivo; o baixo custo e fácil manejo dos equipamentos, quase todos semi-automáticos, não exige (em princípio) do usuário “grandes elaborações” de linguagem: pelo senso comum o vídeo *já vem pronto*. Obviamente, este não é o perfil da *totalidade* dos realizadores de vídeo popular, mas certamente é uma característica a ser apontada levando em conta a tecnologia do vídeo e o contexto dos movimentos sociais onde houve diversos tipos de apropriação.

<sup>11</sup> realimentado anualmente nos Festivais internacionais de cinema de Havana/Cuba e outros festivais no continente, como o de Cartagena, Bahia, Viña del Mar, etc. Por outro lado, o MLAV constituía também um novo campo de articulação das ONGs que atuavam junto a movimentos sociais e, na sua grande maioria, no enfrentamento às ditaduras militares de direita no continente.

foram conquistados espaços importantes, como é o caso das TVCs<sup>12</sup>. Este fenômeno é bastante recente e delinea um outro tipo de perfil de TVCs com uma dimensão broadcast.

A segunda metade da década de 90 começa a delinear-se com um novo perfil de articulações em torno da radiodifusão (integrando TVs e rádios comunitárias) com ênfase na questão da legislação. Estas “alterações de curso” no processo histórico do movimento são interessantes porque evidenciaram, num primeiro momento um pólo de atração “para dentro” da tela<sup>13</sup> e nas novas articulações, aproximando o vídeo do rádio, esse pólo é “para fora da tela”, onde o centro das atenções se dá na forma de veiculação, tratando questões como novas tecnologias e legislação<sup>14</sup>. Esta bipolaridade entre “dentro” e “fora” da tela é intrínseco do universo das TVs comunitárias porque espelha a dupla necessidade de conquistar o espaço dos meios e ao mesmo tempo *saber como fazer* uma TV de modo a disputar audiência e fornecer o livre acesso ao canal.

Analisando as formas de apropriação do vídeo pelos movimentos populares cabe destacar um ângulo curioso: esta apropriação ocorreu por uma série de “condições” (baixo custo, fácil manejo, consumo popularizado, etc.) cujo antecessor histórico no contexto dos movimentos sociais não era só o cinema, mas também o jornal e o rádio. O cinema é o principal referencial da linguagem audiovisual, de tudo o que diz respeito à “tela para dentro”<sup>15</sup>. Com o jornal e o

Da “tela para dentro”<sup>15</sup> é tudo o que diz respeito ao universo diegético, ficcional; à linguagem e metalinguagem, à construção do discurso e até à forma de produção, ao “metier”.

Da “tela para fora”<sup>16</sup> é tudo o que diz respeito à forma de veiculação, ao contexto, à relação daquela produção com o público; ao universo próprio-perceptivo.

rádio ocorre o contrário: o foco é a informação e o sistema enquanto meio; a luta pelo direito, pela lei (seja ela de imprensa ou de telecomunicações), à democratização dos meios e à liberdade de expressão, à forma de veiculação e/ou circulação (ver capítulo sobre o anel de Moebius); ao papel de mediador “on-line”, sincrônico à ação narrada em tempo real e, de certa forma, à interatividade. Não por acaso, uma

tendência crescente de novas formas de organização social é a constituição de redes (de intercomunicação, intercâmbio e fluxo contínuo de informação), ou seja, em *comunidades virtuais* cuja territorialidade não é mais física e sim temática.

<sup>12</sup> Em geral (em praticamente todas as legislações dos países com TV a cabo do continente) a lei determina que em cada município onde for instalada TV a cabo há o direito de abrir espaço de veiculação para, pelo menos, 1 TVC.

<sup>13</sup> O que mais entusiasmava os encontros era discutir linguagem, o desenho dos projetos (além, obviamente, das estratégias continentais que são o denominador comum nas 2 escalas de articulação). Neste sentido existia uma identidade entre o vídeo e o cinema.

<sup>14</sup> o “saber fazer” TV de caráter comunitário envolve esses 2 processos: para fora e p/dentro: p/fora porque uma TV não é um “enclave” isolado do mundo; depende de redes de intercâmbio, é pública em si. P/dentro porque sem uma preocupação estética ninguém assiste.

É comum afirmar que a TV é informação e entretenimento; isto está diretamente relacionado ao gênero ficção ou documentário. Se, de um lado, a ficção visa te envolver, cativar, seduzir; ser verossímil, te transpor ao universo lúdico do sonho (essência do entretenimento e da indústria cinematográfica), por outro lado, a informação visa o oposto: te ligar ao real, ao aqui-agora; a essência da informação é essa sincronia. E, neste aspecto, a TV é tanto jornal quanto rádio.

A inovação tecnológica no campo do vídeo, das telecomunicações e da informática abre novos cenários ou espaços até então insuspeitos. É o caso dos canais comunitários locais, seja por emissão das TVs a cabo ou a iminência do lançamento do DVD (digital vídeo disk), aliada ao avanço vertiginoso na telemática (internet, infovias, fibra ótica, ciberespaço, etc.). Neste sentido, conceitos como “comunidade” ou mesmo “televisão” passarão por profundas transformações num futuro muito próximo.

### O Anel de Moebius

❖ **Circuito comunicacional:** Quando uma TVC fecha seu ciclo produtivo e exhibe seu trabalho, ela está completando um circuito de comunicação. Sendo uma TV ou vídeo *daquela* comunidade ou produzindo para exibir *naquela* comunidade, ela está mostrando aspectos, pessoas, lugares, modos de falar, brincadeiras e malícias típicas daquele lugar, espaço físico ou *território* denominado comunidade. Por isso a TVC costuma criar uma grande empatia junto a seu público local, que se reconhece nas imagens e estabelece uma relação de *pertencimento*<sup>15</sup>; ou seja, reconhece naquela TV a sua TV, algo daquele lugar, com cara própria, diferente da TV comercial. Com cuidado para não cair em retórica, podemos dizer que a TVC realizou um trabalho análogo ao de um espelho, ao refletir no vídeo eles mesmos, para eles mesmos.

Espaço reservado à ilustração  
do anel de Moebius (Escher)

---

<sup>15</sup> Nesta relação de *pertencimento* entre a TV e a comunidade um pertence ao outro: “a TV me pertence e eu faço parte dela porque ela fala da minha realidade; ela dá voz à comunidade”

Espaço reservado para uma  
foto ilustrando o “marco zero”  
(texto ao lado)

❖ o “marco zero” do Anel: A imagem de uma câmera ligada, apontando para uma platéia e jogando esta imagem num monitor voltado para a própria platéia. Este circuito básico é o *marco zero* da comunicação comunitária: é a imagem de um círculo ou anel com um momento onde seu circuito se inverte, fazendo um *espelho* de si mesmo, como no famoso anel de Moebius. Esta relação onde o que é de dentro vira para a fora e vice-versa trata, na verdade, da interação

entre os universos *público* e *privado*, entre o *indivíduo* e a *comunidade* ou ainda entre a comunidade e o planeta como um todo, entre o *local* e o *global*.

Estas relações especulares (de “espelho”) também são vividas pelo público com relação às TVs comerciais, mas de uma maneira totalmente diferente. Na medida em que há uma identificação ao nível do imaginário, existe esta reflexão especular, me vejo no outro. A diferença é que, na experiência da TV comunitária, vivo o reconhecimento da minha realidade, de meu lugar e minhas coisas.

Este efeito *especular* da TVC desmistifica um pouco o lugar olímpico em que vivem os personagens da TV comercial e costuma criar um impacto inicial grande junto à comunidade. A partir deste primeiro impacto, as relações da comunidade com a TVC vão se formando e a TVC vai se instituindo junto à comunidade.

*especular* do latim *speculum*, espelhar, refletir a imagem; *especulação* quer dizer espelhamento, reflexão, pensar pelos desdobramentos de reflexos (ou reflexões).

No entanto não é sempre nem qualquer TVC que consegue esta relação com as comunidades com muita clareza, sobretudo porque esta empatia é conseguida através dos vídeos mostrados que, por sua vez, são produções, construções, discursos elaborados (e, de uma ou outra forma, manipulados) por indivíduos ou grupos interpretando uma realidade na qual estão inscritos.

Nesta mediação surgem possibilidades e problemáticas distintas: de um lado, um realizador que embora domine a técnica desconhece o público e acaba fazendo um discurso hermético; de outro (e uma grande maioria passou por isto) há um realizador autodidata, com conhecimento bastante precário da linguagem audiovisual<sup>16</sup> e incapaz de elaborar um discurso que vá além do mero registro dos fatos em tempo real. No primeiro caso a solução depende de conhecer melhor o cotidiano da comunidade e envolvê-los de forma mais participativa no processo de produção. No segundo caso, a solução depende da capacitação, intercâmbio de experiências com outros realizadores; enfim, de adquirir maior “cultura” audiovisual.

Espaço reservado a foto de 1 equipe de uma comunidade produzindo vídeo em VHS

Resolver estes impasses implica um domínio da técnica e um desejo explícito em buscar esta identificação, o que muitas vezes não ocorre: existem TVs, também autodenominadas de comunitárias, cuja característica é a de emitir programas que difundem um ponto de vista *unidirecional* (impondo autoritariamente a opinião de quem detém a capacidade de produzir) ou se comunicam com apenas segmentos específicos da comunidade.

Mesmo assim, com maior ou menor brilho ou reflexão, as TVCs sempre performam este anel comunicacional embora nem sempre os produtores se conscientizem de que o estão realizando.

No *telão e telinha* esse circuito se dá através da exibição direta para grupos de pessoas em ambientes ou espaços abertos e/ou fechados. Na antena, o circuito comunicacional se dá pela emissão dirigida a receptores individuais domiciliares.

<sup>16</sup> aqui relativas ao cinema, vídeo e/ou televisão (cada uma das quais comporta linguagens e modos de produção bastante diferentes entre si)

Tanto nas TVCs *narrowcast*, exibindo tanto em **telão** como em **telinha** ou transmitindo por antena de baixa potência<sup>17</sup>, assim como nas TVCs *broadcast*

**sistêmica** quer dizer aqui que não estamos tratando apenas de um produto mas de um processo. Cada produto é um módulo de um todo, que é um conjunto de relações sociais etc. Não existe nenhuma TV de 1 produto só. Esta reiteração constitui um processo contínuo, seguindo uma determinada ordem ou sistema. Esta redundância e continuidade gera uma linearidade: os seriados de TV ou as telenovelas sustentam sua permanência e cativam a audiência no desenvolvimento de uma trama épica, envolvendo toda uma grade de personagens, situações e tramas secundárias com seus cruzamentos e interações.

(parabólica ou cabo<sup>18</sup>) existe um circuito ou sistema comunicacional; isto é, possuem um anel de interação com o público completando-se em si mesmo. Cada experiência configura um tipo de anel, assim como cada forma não nasce por acaso; vai sendo forjada reiterativamente até tornar-se **sistêmica**.

❖ **Para que serve uma TV comunitária?** As TVCs representam uma forma de presença das comunidades nos novos circuitos de comunicação de nossas cidades tecnológicas contemporâneas. Esta presença legitima o ser local em suas diferentes manifestações ao permitir um intercâmbio de suas **formas de expressão**, (festas, falas

linguagem, questões compartilhadas etc.) entre a comunidade.

As TVCs tanto expressam a comunidade em sua pluralidade de aspectos quanto apontam para caminhos coletivos ou reforçam modos de ser. Dentro do circuito de comunicação e da vida particular das localidades, de uma maneira geral todas elas representam um reforço à identidade local, coletivizando questões, promovendo uma socialização de comportamentos e conhecimentos. Assim os trabalhos de uma TVC vão tanto para uma direção de auto conhecimento da coletividade enquanto tal como para a *mediação* de inúmeras

**Formas de expressão**: a produção e uso do vídeo nos povos indígenas dos Andes e da Amazônia, por exemplo, possibilita resgatar a *tradição oral* de pais para filhos, presente nessas culturas, assim como a recuperação dos rituais ancestrais.

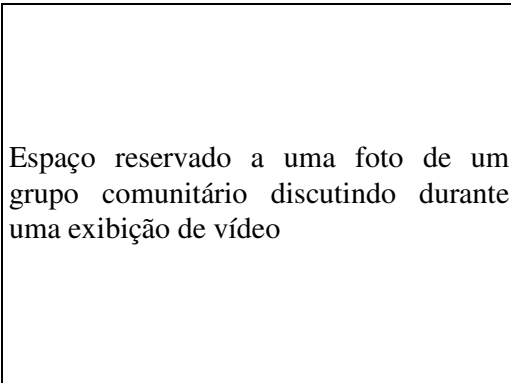
<sup>17</sup> No telão e telinha esse circuito se dá através da exibição direta para grupos de pessoas em ambientes ou espaços abertos e/ou fechados. Na antena, o circuito comunicacional se dá pela emissão dirigida a receptores individuais domiciliares.

<sup>18</sup> particularmente no cabo, a maioria das TVCs adquirem uma dimensão broadcast, embora na América Latina existam TVCs narrowcast, como por exemplo no Chile e Colômbia. Em Santiago, por ser uma cidade dividida por *comunas* (equivalentes a distritos ou subprefeituras) as TVCs a cabo atuam neste recorte regional atingindo um número limitado de bairros, semelhante à área irradiada por uma antena de baixa potência. Na Colômbia, as áreas alcançadas pelas TVCs a cabo também são restritas por serem, na sua maioria, clandestinas; não só as TVCs são ilegais mas o próprio cabeamento é realizado à margem da lei. É comum encontrar pequenos povoados rurais que recebem o sinal por parabólica e instalam por conta própria o cabo, acrescentando na sua programação que retransmitem um canal próprio, local.

ações presentes na comunidade, sejam elas relacionadas à prática social, política, cultural e de mercado<sup>19</sup>.

Como expressão da comunidade e momento de encontro, uma TVC é festa, ritual de alegria e comunicação em seu momento de veiculação, seja ela na exibição direta ou na transmissão ( fechando, nos 2 casos, o ciclo ou anel). Numa TVC narrowcast que atua com exibição, o próprio local de encontro e o momento de exibição, animação e debate são um acontecimento coletivo: mimetismo, identidade, êxtase; há uma certa “comunhão” nesse ritual.

Cada assunto que vai para a tela, da maneira como é tratado ( com os cidadãos do local se apresentando e discutindo)



representa um pequeno ponto neste painel identitário. Reconhecimento de si mesmo e de seus pares, legitimação de sua maneira de ser , de viver e pensar, de se comportar e debater. É neste circuito , neste anel de Moebius que se movem todas as experiências de TVCs.

Ao mesmo tempo é importante sublinhar que cada experiência, cada TVC é diferente de outra pois tanto

o contexto social quanto a política editorial variam infinitamente. Portanto, em termos concretos, cada experiência de TVC reforçará um ou outro aspecto, puxando ora para a ação de vigilância política comunitária ora para a festa e empatia geral ou ainda para a informação e debate.

O dinamismo da TVC poderá gerar outros movimentos no seio da comunidade como intensificar o relacionamento entre indivíduos ou grupos dentro das comunidades, abrir interlocução da comunidade com outras comunidades ou instituições. Poderá ainda catalisar pessoas e capacidades no próprio fazer da TVC, garantindo a presença de gente da localidade na criação dos programas<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> numa comunidade existem diversos tipos de mercados; tomando como exemplo uma favela numa grande cidade brasileira, ela comporta tanto o mercado legal (que paga impostos, faz publicidade e trabalha em escala industrial) como o mercado ilegal, clandestino; isto é uma realidade a ser enfrentada já que, em determinadas situações, o limite entre estes 2 tipos de universos pode tornar-se extremamente tênue e contraditório.

<sup>20</sup> Somando vivências de várias TVCs, podemos imaginar como seria feita a programação numa TV inscrita numa comunidade territorial: a TV do Vidigal mostrou como é importante interagir com outros atores sociais em benefício da comunidade fazendo um programa junto com o posto de saúde; a TV que te vê, no México, incorporou grupos de crianças junto à creche comunitária para recriar de forma lúdica a própria TV comunitária, com equipamentos de papelão, saltimbancos e mariachis (músicos) valorizam o aspecto festivo da TVC. O projeto “Roda da Saúde” foi um exemplo da metodologia de interação e diálogo com a comunidade, ensinando e aprendendo simultaneamente e incorporando a cultura local no tratamento da linguagem dos programas. Todas estas experiências mostram como o universo de possibilidades de aplicações sociais e de novas formas de expressão é infinito, tendo como referência uma comunidade geográfica ou territorialmente delimitada.

Tudo o que foi dito até agora dizia respeito às TVCs cuja *territorialidade* está localizada em *espaços físicos*. No entanto, como já foi colocado anteriormente, outros tipos de TVCs se fundamentam numa outra territorialidade, não de espaço físico e sim *temática*: dos valores, crenças, etnias, etc. Neste caso é bastante claro o papel destas TVs agrupadas em redes de intercâmbio e pressão em torno dos princípios que os agrupam.

Nesta ótica, praticamente todas as novas experimentações em termos de intercomunicação poderiam ser chamadas de TVCs (porque não?). Um exemplo: uma *home page* na internet, transmitindo informações audiovisuais em movimento, feita por crianças/adolescentes de todo o mundo com o objetivo de combater o trabalho infantil ou um prosaico circuito interno de TV num conjunto habitacional podem ser consideradas TVCs? Em princípio sim, desde que atuem de maneira interativa com a comunidade gerando assim um mútuo

pertencimento e o reconhecimento do seu papel social. Alguns breves exemplos deixam clara esta função: 1) TV Pinel no Rio de Janeiro: é uma TVC composta pelos usuários do hospital psiquiátrico num processo de reintegração psicossocial; 2) circuito de TV dentro de ônibus no Equador: o longo trajeto entre a periferia (população de baixa renda) e o centro urbano de Quito estimulou às empresas a instalarem monitores de TVs nos ônibus abrindo espaço para veicular vídeos produzidos por ONGs que atuam junto a movimentos sociais; a programação, bem humorada e tratando temas ligados às problemáticas transformava esses ônibus em *espaços ambulantes* de animados debates.

❖ **quem é o público : territorial ou temático; narrowcast ou broadcast?**

Comunidade é entendida primeiramente em termos de território<sup>21</sup>, isto é, definida por um critério geográfico a uma área, bairros, vizinhanças ou município, um grupo de fábricas, freqüentadores de determinada região delimitada por uma praça ou outro local público.

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

*Home page*: ewrqpoiou werw dfsdpoiou fdiu sdfiouds sdfpoioudf sdfpoiou sdfosiou sdfpoioudf sdfoiu sdfpoioudf sdfsofupoiou sdfdf.

*Site*: werwpoiou werpoiouwer werpoiouer weroiu werwropiu werwpoiouwe werwopuiwe werweo qwuqweuiqowiue.

*Web*: qweqweioqywueoi qweoiquwe qweyuq wrwioruwoiu werweiuwer weroiuoiuwer weroi werpirerirowe werwoeiweriop.

*Chat*: wriueiru eruworiweuroi werwuirwer wer eroiuwerwer werwoiruweoriwuer weriuwer.

Se define também por um critério temático ou por interesses comuns: mulheres, povos indígenas, jovens, grupos ecológicos, etc., veiculando materiais de diversas formas como intercâmbio de fitas, via

<sup>21</sup> Veja novamente o quadro [box] na página 2 com o significado, segundo o dicionário Aurélio, da palavra “comunidade”

satélite ou até correio eletrônico. A evolução vertiginosa da inovação tecnológica está criando novas formas de comunicação; acrescentando aos novos meios o conceito de comunidades agrupadas em torno de temas ou interesses comuns, temos aí um outro tipo de TVC *virtual*, ainda num estágio inicial mas certamente importante num futuro muito próximo.

A diferença de escala de público entre uma TVC broadcast e outra narrowcast é determinante na maneira de uma TVC interagir com seu público: o narrowcast, com um público mais restrito, permite uma relação mais interpessoal valorizando a territorialidade dessa comunidade; no broadcast, por dirigir-se a um público cuja escala é muito maior há uma exigência de maior profissionalismo no acabamento da programação, interagindo muito mais com os temas que identificam as diversas comunidades (temáticas e/ou territoriais) aglutinadas em torno dessa TVC. Os canais de acesso público a cabo, com abrangência municipal, que surgiram no Brasil partir da segunda metade dos anos 90, são um exemplo.

A definição do público é contemporânea da definição de uma TV comunitária. Para cada proposta de TV há tipos de público, para cada tipo de público há diferentes propostas de TVs comunitárias.

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

❖ **interatividade, participação, pertencimento, comunhão:** A relação que uma TVC estabelece com seu público, tanto na hora de produzir quanto no momento da exibição é substancialmente distinta da de uma TV comercial. Em que? Quando o pessoal de uma TVC vai gravar uma entrevista com alguém ou alguma matéria na rua, ela já é conhecida, as pessoas podem se expressar de uma maneira calma e relaxada, mais

autêntica. Assim esta calma e relaxamento serão reconhecidos na exibição.

Como uma TVC mostra gente e debate questões do lugar, existe o seu reconhecimento como pertencendo à comunidade. Neste caso uma TVC funciona como um elemento de participação da população local. Sua programação suscita maior interação com a população em relação ao tratamento das questões locais; por exemplo: uma TVC pode contribuir como estimuladora da produção cultural, pode ajudar na geração de emprego e renda elaborando

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

propostas através da sua programação (com produção própria ou de terceiros) sobre cooperativas de trabalho e de abastecimento, pode educar, colocando em discussão valores de solidariedade e participação comunitária e cidadã. Pode ser fiscal da gestão pública; enfim,

uma TVC acaba sendo uma mediadora entre o público e privado numa comunidade; entre o individual e o coletivo.

Ela integra também pelo riso, pela festa, pela identidade do público com os entrevistados, com as matérias dos programas, com o espírito da TVC. Durante uma exibição este reconhecimento festivo é uma comunhão da comunidade, é um momento em que a comunidade se expressa e se identifica através daquele programa; a TVC torna-se assim a expressão em vídeo daquela comunidade.

A TVC pode chegar a este ponto de expressividade com uma equipe de produtores e realizadores, sejam eles moradores da comunidade ou não. Mas seu objetivo é a (re)criação desta expressão dos habitantes do lugar. A combinação destes diferentes “saberes” (do profissional de TV e do habitante da comunidade) deve levar em conta alguns princípios como *capacitação e profissionalização*. O ideal seria uma TVC que começa com profissionais capacitando (e profissionalizando) mão de obra local. No entanto, de uma maneira geral isto não ocorre e a capacitação se dá na prática, fazendo uma TV narrowcast num primeiro momento de forma desordenada mas, com o tempo, a própria prática acaba reordenando divisões de trabalho e funções presentes numa TV broadcast. De qualquer forma, o grande diferencial de uma TVC é estar sempre aberta à participação das pessoas da própria comunidade, o que significa desenvolver todo um processo de qualificação onde a *produção e uso* são 2 elementos complementares e igualmente importantes. A partir de um determinado momento, a TVC deverá estar operando satisfatoriamente com equipes de produção da própria comunidade, levando em conta que algumas dessas pessoas estarão sendo remuneradas como profissionais por estarem trabalhando integralmente na TVC.

*produção e uso* no vídeo popular: geralmente a utilização do vídeo é feita para debater a própria realidade seja, em função do contexto específico no qual está inserido. Esta forma de uso define o tema, a duração, o tipo de linguagem e grau de informação; enfim, uma série de elementos determinantes no planejamento da produção outorgando-lhe um determinado formato e, em muitos casos, até um “padrão estético” considerado, por um lado, bastante convencional mas, por outro, eficiente em termos de inteligibilidade.

Mas existem muitas TVCs que não tem este projeto. Que são mais voltadas para a expressão de seus realizadores ou manifestações pessoais de seus freqüentadores ou ainda uma TV voltada a comunicar uma fé religiosa ou apenas um serviço público. Elas também são formas comunitárias e boa parte de seus formatos de programas também estão presentes nos programas de uma TVC nos moldes que estávamos falando acima.

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

Numa programação de TVC é freqüente haver programas de utilidade pública ou espaços para que algum líder local se expresse, ou ainda algum artista ou mesmo momentos ligados a uma fé professada, sobretudo quando a instituição mantenedora da TVC professa esta fé.

A questão de fundo aqui é saber se uma TVC deve ser considerada apenas quando ela expressa a cultura da

comunidade e feita por gente da comunidade ou se também é possível se entender como comunitária um trabalho de TV local feito por profissionais e voltado para informar ou promover ( uma determinada profissão de fé , por exemplo) .

É muito difícil existir uma TVC que não conte com profissionais ou que não profissionalize ao longo do tempo seus funcionários locais. O importante é que a capacitação de equipes locais esteja incluída na tarefa dos profissionais de uma TVC. Eles não apenas estão lá exercendo seus conhecimentos como estão permanentemente com assistentes sendo formados e treinados. Por outro lado, os procedimentos normais de uma TVC dentro de uma comunidade deveriam naturalmente capacitar equipes locais. Em tese, uma equipe de TVC numa locação estabelece um relacionamento mais aberto com as pessoas do lugar, explicam o que estão fazendo, mostram no monitor ou viewfinder o que está acontecendo , praticando uma metodologia educativa que motive as pessoas do lugar a entender e se aproximar deste tipo de trabalho. Muitas vezes isto não é possível por problemas de esquemas de trabalho como pouco tempo etc., mas a atitude educativa, onde o público é *sujeito* e não só um mero *objeto* (do qual são “extraídas” informações), deve sempre que possível ser exercida.

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

A enorme variedade de propostas de TVCs atuando em diversos contextos, mostra a necessidade de uma flexibilidade maior na qualificação do que é ou não uma TVC. De qualquer modo os termos desta questão devem ser colocados levando em conta a apropriação, num duplo sentido: quanto uma TVC se apropria da cultura local, no caso de uma TVC situada num espaço físico

determinado, e quanto ela se adequa aos objetivos e valores em torno dos quais se agrupa, no caso de uma TVC *temática* ou *virtual* (já que este agrupamento ou comunidade não está, em princípio, geograficamente próximo um do outro). O sentido das TVCs, nos dois casos, se sustenta no mútuo *pertencimento e interatividade*; isto é, na participação efetiva da comunidade na TV. A diferença é que numa a comunidade se concretiza a nível local, com ênfase na relação entre espaço público e privado, e na outra a nível global, embora concentrada no seu universo temático.

A identidade de uma TVC nunca será dada de início. Ela não vem pronta. Se você não tiver uma percepção e uma análise daquela região, se a equipe não faz esta análise do lugar, ela não vai descobrir nada para poder trazer (garimpar) nos seus programas. A própria localidade em que ela está gostaria de ser tratada\* dignamente, que se descubram suas qualidades (pessoas, locais, culturais). No caso das TVCs *virtuais* o aprofundamento se dá no próprio tema que a agrupa. Nos dois casos, o objetivo das TVCs é construir valores, identidades, mediações e ações coletivas. Em ambos os casos é fundamental o *feed-back* do público alvo.

O importante é dizer que qualquer identidade é uma coisa construída, é preciso uma análise de sua inserção para ajudar nesta construção. Se esta análise não é feita nem se presta atenção na questão da identidade, corre-se o perigo de ficar subordinado a vícios, meramente fazendo reportagens ou matérias sem um ângulo, se tornando para a comunidade algo que você nunca pensou ser ou nem sabe que é. O fato de morar no lugar não é garantia de nenhuma identidade.

*feed-back* Indícios informativos (percebidos pelo emissor) da reação do *receptor* ante a *mensagem* que lhe foi transmitida. No relacionamento entre pessoas “damos” *feed-back* a alguém quando oferecemos ao outro oportunidade para explorar alternativas sobre o que percebemos a respeito delas, e “recebemos” *feed-back* ao percebermos como o outro reage a nós. Neste sentido o *feed-back* nos permite ver, como num espelho, em um enfoque crítico, a adequação ou a inadequação de nossas idéias, sentimentos ou ações.<sup>22</sup>

O espelho do anel de Moebius é construído, fabricado, passa por muitas etapas até chegar ao reflexo, com análise e diagnóstico do foco de atuação. Não basta fazer como os principiantes que acreditam que uma câmera “captura o real” bastando utilizá-la como um “aspirador de imagens”. Sem nenhuma idéia prévia não se formata nada, não se consegue editar um material pois a idéia não vem aspirada com as imagens. O seu destino inexorável será o “cemitério de vídeo” das prateleiras empoeiradas com o selo *arquivo morto*.

<sup>22</sup> In “Dicionário de Comunicação”; Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa; editora Ática; 1987; pag 260

Espaço reservado a uma foto de uma TVC na América Latina ou na África (gravando em locação externa); abaixo da foto, em texto, referências da TVC focalizada

Em síntese, queríamos apontar, neste capítulo sobre o Anel de Moebius, que a intervenção audiovisual na comunidade é um processo complexo, orgânico e com uma circularidade muito particular. É como um ciclo da vida, ou a idéia de ecologia, um sistema complexo aonde tudo se inter-relacionada. Uma TVC se insere num lugar e se transforma numa expressão daquele local. Todo seu trabalho é uma apropriação que se reverte,

inverte, externaliza e se expressa. É então apropriada pelo público local. Se torna local, do lugar e interminavelmente este ciclo de comunicação se processa.

## PARTE II - COMO NASCE UMA TVC

❖ **Introdução:** Como num ambiente natural, numa floresta, o nascimento de uma espécie depende de uma infinidade de circunstâncias e condições. Assim também são as TVCs no seio das sociedades contemporâneas.

Serão descritos neste capítulo alguns dos principais aspectos que intervêm no nascimento de uma TVC. Estes elementos atuam como circunstâncias ou características locais e interferem na forma real e concreta que assume uma TVC em seu local de existência.

### 1) O CONTEXTO

As inúmeras variantes de TVs comunitárias são, em grande parte, resultado do contexto em que atuam, seja ele a nível local, nacional ou até mundial.

O “contexto” é, segundo o dicionário, “Conjunto; todo, totalidade; argumento, assunto; encadeamento das idéias...”. O contexto portanto pode estar delimitado no âmbito da *territorialidade* ou do *interesse* comuns. Em ambos os casos o contexto é a realidade que o cerca, o ambiente no qual a televisão comunitária está inscrita.

O contexto define a “cara” da TV, seja pelas características singulares da sua identidade histórica, cultural, social, econômica e geográfica, além da forma de veiculação e do meio de comunicação em que circula. Na análise do contexto é importante levar em

*\*Contextos diferentes são, por exemplo: a produção e distribuição clandestina de vídeos sob regimes militares na década de 70 e 80 na América Latina ou na África ou, de outro lado, as TVs de acesso público nos EUA, Europa ou Austrália, sustentadas pelo governo, onde o telespectador tem a sua disposição horários de programação e, se não souber produzir, a TV oferece gratuitamente capacitação e equipamentos para realizar os programas.*

conta alguns aspectos que podem contribuir no desenho do projeto de TV comunitária:

❖ **As condições sociais:** Há diferenças cruciais se essa TV está localizada no primeiro ou terceiro mundo, se faz parte do segmento sócio-econômico dos “incluídos” ou “excluídos” em qualquer parte do planeta. Estas diferenças implicam em condições “civilizatórias” (bem-estar social, econômico e cultural do povo como um todo) resultando em TVs que são fruto de um processo organizativo reivindicatório ou, no outro extremo, que usufruem de um benefício público acessível a todos. Estas diferenças são determinantes na definição do *papel* ou *função social* desta TV, influenciando o tipo de programação que realiza, assim como o perfil do público com o qual pretende se relacionar.

*A maioria das TVs comunitárias na Colômbia surgiram como redes clandestinas de TV a cabo, implantadas por uma enorme diversidade de atores: organizações populares, narcotráfico, facções da luta armada, ONGs, igreja, comerciantes, etc. No processo atual de reformulação da legislação sobre telecomunicações uma das principais questões trata da sua legalização permitindo emissão de produção própria. Ainda na América Latina, o surgimento das TVs de rua se deu como uma alternativa criativa à impossibilidade de acesso aos canais abertos de TV.*

❖ **As condições legais:** A questão da legalidade está diretamente ligada às condições sociais; um exemplo é a dicotomia entre o que é *legal*, isto é, o que a

*O abismo entre a legislação do 1º e 3º mundos enunciam 2 tipos de sociedade distintas: uma ressaltando o caráter público do meio, com o Estado fornecendo as condições necessárias e outra reprimindo a liberdade de expressão. Isto não ocorre por acaso: no campo das telecomunicações há uma clara relação de dominação de uma para a outra. É um fato concreto o efeito da “americanização” em todo o planeta como reflexo do atual processo de globalização. A homogeneização cultural está provocando a reação de povos que reivindicam o “direito ao não desenvolvimento” como forma de preservar suas culturas autóctones.*

lei permite (cerceando ou não os direitos de acesso aos meios de comunicação e à livre expressão de idéias) e o que é *legítimo* fazer dentro ou fora da lei vigente. Do ponto de vista da lei, os conceitos do que é público, privado ou comunitário têm conseqüências bastante distintas para o que é possível ou não fazer em termos de liberdade de expressão (e ética da informação) como também em termos da sustentabilidade financeira e do sentido social que cada destes conceitos representa.

Em cada cidade, país ou continente vamos encontrar realidades muito distintas\* quanto à possibilidade de se realizar empreendimentos autônomos independentes ou vinculados a instituições, de TVCs. Quer dizer, produção audiovisual voltada para as comunidades dentro das quais estão inseridas. Porque a lei é tão importante? Há países que simplesmente não permitem empreendimentos desta natureza. No Brasil por exemplo, é proibido emissão de sinal aberto para públicos limitados (narrowcast). Qualquer licença solicitada ao órgão fiscalizador (Dentel) será negada. No entanto, a existência de rádios e TVs comunitárias é absolutamente *legítimo* enquanto exercício do direito de liberdade de expressão (presente na constituição brasileira). Esta contradição entre o *legal* e o *legítimo* acaba inibindo a existência de um número maior de experiências já que as poucas que sobrevivem o fazem de forma clandestina e portanto em permanente situação de risco.

Na lei a própria proibição acaba abrindo brechas e termina moldando a cara da experiência comunitária. Quando comparamos realidades e legislações como a do Brasil, Argentina, Colômbia, Bolívia, México, encontramos que muitas das diferenças na maneira de ser das TVs populares decorre, em primeira instância, pelas características das leis locais.

A lei pode impedir que uma TVC seja legal; quando uma TVC é obrigada a ser clandestina, como é o caso das chamadas “TVs piratas”, tornam-se ainda mais *legítimas*. A ilegalidade destas TVs pode dificultar e até comprometer a sua continuidade para formar uma experiência consolidada de comunicação popular. De qualquer forma, a sua existência está condicionada a seus vínculos, mais ou menos aprofundados, junto à comunidade.

O avanço na democratização dos meios de comunicação pode depender da qualidade na elaboração das propostas a serem apresentadas e do grau de mobilização social em torno do tema. Isto significa que faz parte do desenho do projeto a definição do grau de inserção da TV em determinadas “causas”, movimentos, organizações, etc; ou seja, estabelecer um vínculo com outros que desenvolvem ações articuladas em

*O surgimento da TV-VIVA<sup>23</sup>, por exemplo, se deu em grande parte devido à impossibilidade de acesso à televisão broadcast. Isto obrigou a seus fundadores a criarem uma nova forma de comunicação interativa em espaços públicos: as TVs de rua, exibindo e animando com câmera aberta nas praças e representando hoje um formato a ser aplicado também numa TV que emite por sinal aberto para receptores domésticos. Este fato demonstra que mesmo limitando o exercício da liberdade de expressão e democratização dos meios, o que implica em inibir que inúmeras experiências criativas sejam feitas, novas alternativas e formatos acabam surgindo a partir dessas próprias restrições legais, extrapolando-as.*

- Qual a função dessa TV na comunidade?
- Como se dá a participação da comunidade na TV?
- De que forma pretende veicular os vídeos produzidos?
- como funciona esse “circuito comunicacional”?
- atende as necessidades do público alvo?

<sup>23</sup> De Pernambuco, nordeste Brasileiro; experiência pioneira de TVs de rua na América Latina

torno de um interesse comum. Além de visar a conquista de direitos ou o reconhecimento público da sua identidade, esta articulação envolve o intercâmbio permanente de produções de cada um, podendo constituir assim uma *rede de intercomunicação* e/ou programação conjunta, onde um completa o espaço do outro.

❖ **As condições econômicas** A sustentabilidade financeira do projeto pode se dar através de algum tipo de *subsídio* (público, privado ou da cooperação internacional) ou estabelecendo algum tipo de relação de *mercado*; a seguir, um breve detalhamento de cada uma destas alternativas:

- O *subsídio público* pode ser decorrente de um projeto específico (financiado por 1 órgão de incentivo à pesquisa educativa e cultural, por exemplo) ou, num contexto social mais favorável, a ação mais integrada de uma política pública, como é o caso das TVs de acesso público no 1º mundo ou programas desenvolvidos por Prefeituras; um exemplo disso foi a TV Anhembí, um caminhão, da prefeitura de São Paulo, equipado com um ***videowall*** que foi transformado numa TV de rua no início da década de 90, durante a gestão progressista do Partido dos Trabalhadores. Durante 2 anos a TV Anhembí funcionou como suporte de apoio às assembléias e shows, tanto em bairros populares como de classe média e centro da cidade.

***videowall*** wall significa, em inglês, parede ou muro; é literalmente um “muro de vídeo”. São painéis de monitores de TV, controlados por computador, que permitem exibir vídeos produzidos previamente ou fazer *câmera aberta*.

- O *subsídio privado* pode ser também o financiamento de um projeto específico (ou até numa estratégia mais ampla) por empresas ou fundações filantrópicas a nível local, regional ou nacional.
- No caso do subsídio através da *cooperação internacional* ocorre também a partir de fontes financiadoras públicas (ministérios de relações exteriores e/ou de cooperação técnica, por exemplo) ou privadas (composta por fundações filantrópicas, campanhas civis e/ou igrejas).

Para conseguir apoio em todos estes casos citados (subsídios públicos, privados ou da cooperação internacional) é necessário cumprir uma série de requisitos, como apresentação de um projeto detalhando a proposta (e função social) da TVC, registro jurídico como entidade sem fins lucrativos, reconhecida experiência e credibilidade no trabalho social (ou comunitário) já realizado, etc. Em geral, estes financiamentos visam ser o apoio inicial de um processo a ser desenvolvido; a expectativa dos agentes financiadores em relação às metas dos projetos estão centradas, de um lado, em que as TVCs se tornem auto-sustentáveis e, de outro, em multiplicar essa experiência “piloto” em outras comunidades de modo a beneficiar um contingente mais amplo.

- Qual o projeto possível com o que eu tenho (configuração/tamanho da equipe e equipamentos) ?
- Qual o formato que consegue se adequar ao meu limite orçamentário?
- Qual a escala de mercado na qual vou atuar?
- Quais os produtos e serviços que tenho a oferecer?

Mesmo dependendo inicialmente de subsídios, a sobrevivência (e garantia de autonomia) de uma TVC depende de mapear o *mercado* existente em seu campo de atuação. Por exemplo, numa favela ou numa comunidade qualquer existem mercados formais (estabelecimentos comerciais que emitem nota fiscal, pagam impostos) e informais (em muitos casos, serviços efetuados por trabalhadores autônomos). Uma TVC pode ser mediadora de segmentos destes mercados com o público da comunidade, podendo exercer de forma criativa esta tarefa e auferindo renda para sua manutenção. Em qualquer grande centro urbano da América Latina, a periferia é ocupada pelos segmentos mais pobres, muitas vezes migrantes expulsos do campo, os quais estão mais qualificados para ofícios rurais do que urbanos. A periferia urbana é o limite entre a cidade e o campo. Uma TVC inscrita neste contexto (emitindo com antena de baixa potência, por exemplo) poderia estimular a geração de emprego na interação de cooperativas de produção (agrícola) e consumo (abastecimento urbano). Como isto ocorre? De várias formas: criando uma “cultura”, ou seja, “vendendo o peixe”, divulgando a proposta e os produtos, socializando conhecimentos, idéias e resultados.

❖ **As condições tecnológicas** são outra característica fundamental para definir o contexto de um desenho de projeto de TVC. Vivemos um momento de transição muito acelerada, as vitrines anualmente oferecem novidades surpreendentes, mas nossa TV comunitária sempre será apenas aquilo que tecnicamente dá para ser, isto é, aquilo que o projeto inicial permitiu.

Seja uma TV que exhibe seus programas num monitor numa sala de visita, tudo feito em VHS e editado de câmera para câmera, ou uma TV que exhibe em Telão sua produção realizada em S-VHS com edição mais sofisticada, uma TV broadcast em âmbito municipal ou, daqui a muito pouco tempo, uma TV totalmente digitalizada navegando via satélite pela internet. Cada qual terá suas limitações tecnológicas e seus sonhos de crescimento, de transformação tecnológica. Mas olhando sua programação tal como ela é atualmente, observamos quanto cada projeto conseguiu otimizar suas possibilidades, utilizando seus equipamentos para criar linguagem na sua relação com a comunidade.

É isto que importa quando tomamos conhecimento de experiências comunitárias variadas: o que eles construíram a partir daquelas possibilidades tecnológicas, que grau de relacionamento criaram com a comunidade, quais as tendências dos avanços tecnológicos nas quais posso basear a configuração do meu equipamento de modo a evitar uma obsolescência precoce?

O formato do projeto é diferente em cada experiência de TVC, começando pelo próprio *meio tecnológico*: todos têm como ponto de partida (da pré-produção à pós-produção) o vídeo; no entanto, os meios de produção e a forma de veiculação são extremamente variados: os meios de produção dizem respeito à configuração de equipe (pode ser desde o solitário “vídeo-abelha” até uma unidade móvel completa) ou ao formato (desde VHS até Betacam); as formas de veiculação também são variadas: vão desde a exibição de vídeo ou, de fato, televisão através da transmissão por antena, satélite ou cabo. Esta diferença de veiculação define também relações distintas com um público.

As condições tecnológicas dizem respeito à forma de produção e veiculação ou meio de comunicação no qual circula a informação. Como neste caso trata-se de imagem e som simultâneos e em movimento, os meios de comunicação estavam restritos até pouco tempo ao binômio VT/TV, videoteipe e/ou televisão; hoje, com o advento do processamento digital e a telemática transmitindo via modem, o ciberespaço inaugura um universo absolutamente novo de possibilidades e mecanismos de intercomunicação

❖ **A identidade cultural:** Não é possível configurar a “cara” ou perfil de uma TVC sem levar em conta os elementos culturais. O que são eles? É o modo de pensar, o repertório imaginário da localidade, o que eles valorizam ou não, o que fazem e não fazem, como se dão as relações familiares, sociais e comunitárias e como eles compreendem tudo isto. Estes elementos culturais são uma marca definitiva numa TV comunitária de qualquer porte que seja. Porque? Porque uma TV comunitária não é um ser alienígena: mesmo quando ela é realizada por pessoas de fora da comunidade, um vídeo comunitário ou uma TVC é de alguma maneira a expressão da cultura daquele lugar. A linguagem, os elementos temáticos, a maneira de se comportar identificam as pessoas daquele lugar.

E isto não é uma limitação mas sim uma característica. O realizador ou videasta comunitário é um ser mimético, é uma esponja que está sempre individualmente absorvendo a realidade daquele lugar, sendo criativo a partir destes elementos que absorve, não necessariamente repetindo o que os outros são mas criando. Este mimetismo, quando pensado em termos de um trabalho de grupo de vídeo comunitário, ou ainda como rede intercomunitária, é também repasse de saber.

A cultura é um conjunto de práticas, línguas, compreensões, imaginários e é em relação a ela que vai-se formar um padrão referencial básico sobre o qual podem ser criados inúmeros formatos de programas, sejam eles de ficção, humor, paródias, crônicas, reportagens, pesquisa, etc.

**Identidade:** quem o realiza? Qual a vontade de quem o realiza? Como começar? Com quem se agrupar para formar uma equipe? Já conhece quem realizou experiências semelhantes à sua? Quais os elementos comuns e qual o aspecto que diferencia sua TVC das outras?

*O humor é fundamental; alguém disse: “quem gosta de desgraça é intelectual”; no entanto, é fundamental distinguir entre o temperamento alegre e a burla, a postura de ridicularizar o outro. Outra precaução no uso do humor é o limite, principalmente quando se lida com o formato jornalístico, entre a verdade e mentira, no descrédito de uma informação real.*

Por isso compreendemos que estes elementos culturais são absolutamente essenciais na TVC, e é o que faz com que TV-Viva, TV-Anhembí, Maxambomba, Mocaronga, Gabriela eletrônica, TV dos Trabalhadores ou as TVCs a cabo, só para citar exemplos brasileiros, tenham características próprias.

**contorno tecnológico** ✍: os equipamentos portáteis, automáticos, provocam uma falsa noção de acabamento; este “conforto” tecnológico propiciado pelo vídeo é, em princípio, uma vantagem; no entanto este conforto pode resultar num certo comodismo, inibindo a curiosidade de experimentar, criar, superar o que já sabe. É esta curiosidade por experimentar, decompor e reconstruir as estruturas narrativas que permite superar o “modelo único” de produção; a receita de bolo; a fórmula feita.

A identidade cultural diz respeito às raízes locais e/ou às outras nações ou continentes com valores, interesses, crenças, raças ou gêneros semelhantes entre si.

Há diferenças territoriais e de segmentação do público alvo, (jovens, mulheres, grupos étnicos, operários, etc.), nos **contornos tecnológico** ✍, **estético** ✍, ideológico, na forma de difusão e, principalmente, na sua intercomunicação enquanto comunidade.

A relação entre a funcionalidade e a forma de difusão é determinante na definição da “cara” do projeto. Ter claro para que serve essa TV, em qual campo irá atuar? Saúde, educação, jovens, mulheres, geração de emprego, produção cultural, informação? todos eles são temas, recortes, formas de atuação.

**contorno estético** ✍: formato ou padrão de sofisticação tecnológica dos equipamentos; ex: “*uma TV popular em VHS certamente não chega aos pés de outra em Beta-Digital mas o que interessa é a consistência do projeto, seja no papel que exerce junto à comunidade, seja no talento criativo dos seus realizadores*”

De que forma posso difundir o que estou produzindo para atingir o público alvo que pretendo, estabelecendo um circuito de interação o mais dinâmico possível: é uma cartografia com o mapa e agenda dos pontos de exibição? É uma rede a cabo na qual pretendo entrar ou é um determinado tipo de antena que cobre a área de atuação? Faço parte de uma rede de produção e veiculação de **iniciativas semelhantes**? ✍ Que tipo de parcerias posso intercâmbiar ou coproduzir? De que forma o diferencial entre o ideal (o que eu desejo) e o que eu posso pode ser melhor aproveitado?

**iniciativas semelhantes** ✍: a amplitude do campo das telecomunicações avança vertiginosamente a cada dia; não é mais possível pensar a televisão comunitária restrita somente à comunicação videográfica (vídeo e/ou TV por antena ou cabo); é necessário pensá-la também na multimídia do CD-ROM, da telemática; enfim, da integração do telefone, VT/TV e computador.

❖ **A autonomia:** No processo dinâmico da identidade cultural de uma TVC, a questão da *autonomia* chama a atenção; neste contexto, autonomia significa fidelidade ao projeto da TVC, à construção da identidade. Significa a capacidade em resistir sem se comprometer com interesses que desviem a TVC de sua rota básica. Se uma TVC está na comunidade como um canal de expressão da comunidade em geral, exercendo a voz e o olhar por todos, nenhum interesse particular deve desviá-la desta função. A autonomia é uma

liberdade interna à TVC que lhe permite decidir, aceitar ou recusar projetos e propostas que lhe pareçam fora de seu caminho.

A autonomia é importante não só como construção da própria identidade mas, principalmente, para não estar comprometido com nenhum interesse que possa manipular a *voz e olhar público*; é nesta isenção e transparência ética que se sustenta a *credibilidade* da TVC perante a própria comunidade.

❖ **As condições técnico-operacionais:** Há, na equipe realizadora, conhecimento teórico-prático para produzir vídeo e/ou televisão? A “cara” da TV tem que se expressar através da qualidade e criatividade de seus produtos, de sua linha editorial, de sua forma de intervenção na dinâmica da comunidade. No início de uma TV comunitária é muito comum a equipe fundadora não ter experiência de produção. O empirismo e o *experimentalismo* tornam-se o procedimento mais “natural” onde, na medida que começa vai levando e “aprende na prática”. Qualquer método de ensino é fundamentado no contínuo exercício prático como forma de dominar a técnica e a linguagem. No entanto, quem vai levando só na prática, sem nenhuma preocupação (e/ou curiosidade) por ler e ver materiais, trocar experiências com outros que realizam trabalhos semelhantes, fazer cursos, workshops, ou quaisquer formas de aprendizado, certamente vai demorar muito mais tempo para dominar e compreender o universo audiovisual. É fundamental também dialogar permanentemente com o próprio público que assiste; saber qual a avaliação sobre os temas escolhidos e a forma de focalizá-los; perguntar se acharam bem ou mal feito.

***Experimentalismo*** ✎: na música (assim como em qualquer tipo de arte) existem 2 tipos de “experimentalismo”: aquele que, sem domínio do instrumento, só faz barulho (muito divertido para quem toca e extremamente irritante para quem é obrigado a ouvir), e outro que, dominando totalmente o instrumento, tenta ampliar as fronteiras da linguagem e da técnica.

As condições técnico-operacionais referem-se desde a regulação adequada de imagem (foco, luz, filtro, croma, etc) e áudio (volume, eliminação de ruídos, timbre, etc) até às condições de equipe e equipamentos (mínimo necessário) e infra-estrutura (verba, transporte, etc), passando pela capacidade de pautar temas e tratá-los corretamente e editar os materiais coletados.

As diversas condicionantes acabam configurando o contexto de maneira um tanto “circunstancial”, efêmera, difusa. De fato, o contexto é algo que muda cada vez mais rápido: é ele que viabiliza ou impossibilita, facilita ou obstrui o desenvolvimento de uma determinada experiência de TVC; o contexto é determinado também pelas *alianças* ou *parcerias*; isto é, pelo grau de articulação social que aglutina em torno do seu projeto enquanto TVC. É este conjunto de fatores que lhe dá forma à “cara” da TVC e determina se ela será um ator social histórico, interferindo positivamente na realidade daquela comunidade, ou apenas uma testemunha volátil da história, guardada na memória de apenas uns poucos tele-apassionados.

## 2) NATUREZA INSTITUCIONAL

Não necessariamente uma TVC nasce como resultado de todo um processo lógico, isto é, de fatores sociais, políticos e econômicos já articulados. Na verdade, o mais comum é surgir do nada; sem nenhum “ato heróico” ou idéia genial. Pode ser simplesmente a motivação de refazer uma experiência que conheceu. Não há problema; de qualquer forma é necessário pensar como vai ser essa TVC do ponto de vista institucional; afinal essa iniciativa, mesmo sendo feita por poucos, envolve (direta ou indiretamente) toda uma comunidade.

❖ **Projeto institucional:** faz parte de alguma instituição? Há diferenças entre a missão da instituição e a vontade de quem o realiza? o desejo de um é o desejo do outro? Se complementam? Qual a natureza institucional da equipe? Qual a missão? A identidade neste caso está vinculada à natureza institucional, aos termos em que essa TVC é profissionalizada. Uma TVC pode constituir-se, por exemplo, numa cooperativa de trabalho, numa associação ou numa ONG (organização não governamental sem fins lucrativos), pode fazer parte de um projeto mais amplo na área de educação formal, como é o caso de uma universidade ou uma Prefeitura..

**TV-Cooperativa ou Associação?** ✍: embora a cooperativa e associação tenham elementos comuns, é necessário apontar uma diferença importante:

- o caráter associativo (da mesma forma que um sindicato) se estrutura, opera e decide através dos mecanismos representativos; se, de um lado, as equipes operacionais estão subordinadas a essa estrutura, de outro, são sustentadas por ela.
- a cooperativa, como o próprio nome indica, configura equipes autônomas (e autosustentáveis) de caráter operacional.

❖ **Institucionalidade:** Outro aspecto que ajuda a formar a “cara” é o tipo de “institucionalidade” da TV. Levando em conta qual é o âmbito da legalidade ✍ o projeto pode definir se essa TV emite ou não por antena, atua ou não em espaços públicos, é uma instituição privada que visa o lucro ou uma entidade de utilidade pública sem fins lucrativos; é uma associação representativa de diversos grupos, uma ONG, cooperativa, sociedade anônima ou uma entidade pública? Quem é o protagonista?

✍ Podendo optar por atuar inclusive *ilegalmente*; ou seja, infringindo a lei propositadamente. Um exemplo é a FZLN. A Frente Zapatista (em Chiapas/México) é um paradoxo fantástico quando se trata a relação entre o *legal* e *ilegal* ou entre *legal* e *legítimo*: está na clandestinidade enquanto movimento de resistência armada (por uma causa justa) mas sua estratégia de comunicação via internet não só é legal como deu-lhe legitimidade internacional.

❖ **Cartografia dos desejos:** Quando se trata a questão do desejo, é necessário definir os diversos *atores* e/ou *protagonistas* dessa TVC, porque geralmente é o desejo destes protagonistas<sup>24</sup>

<sup>24</sup> referimo-nos a *atores* e/ou *protagonistas* a todos aqueles que integram, na prática, uma TVC; alguns deles são protagonistas por serem a “linha de frente” e nesse sentido terem maior grau de interferência no resultado. Este espaço certamente é propício para tornar-se um *palco* de disputa

que deveria definir a cara do projeto; muitas vezes isto não acontece. Um exemplo concreto e muito freqüente é a dicotomia entre o desejo da instituição e de quem o realiza (geralmente empregado) ou do conflito de *saberes e funções*, muito freqüente nas estruturas de caráter associativo, onde quem delibera (e tem o poder político) faz parte dos mecanismos de representação e quem realiza (e detêm o saber técnico) simplesmente executa ordens, sem nenhum diálogo que os integre visando melhorar a qualidade da TVC.

Independente do fato da TV ter surgindo a partir de uma instituição ou de uma cooperativa é necessário definir uma linha editorial assim como uma estratégia de sustentação.

O desejo (ou vontade) de um, da equipe que produz ou da instituição à qual pertence, ou ainda a expectativa do público são diversos recortes desta cartografia dos desejos envolvidos numa TV, principalmente se for de caráter comunitário. Esta tensão é fruto da instrumentalização do veículo, do desconhecimento do meio e, num nível mais subjetivo, da dicotomia entre os desejos de um e outro em relação ao projeto e operacionalização da TV.

### 3) SUSTENTABILIDADE

Por mais barata que seja não existe TV, comunitária ou não, a custo zero. Mesmo sendo apenas *provedora*, uma TVC tem custos operacionais: o equipamento, espaço físico, gastos com infra-estrutura (luz, telefone, manutenção, etc) e equipe de pessoas qualificadas e dedicadas integralmente que respondam pelo funcionamento da TVC.

❖ **Mercado e cultura - a TV como mediadora do fluxo entre produção e consumo:** A parceria entre cooperativas agrícolas e de abastecimento urbano em bairros populares, entre artesãos, marceneiros, comerciantes e o público local; um circuito que produz e consome cultura dentro de uma comunidade; todos eles podem se valer do espaço de uma TV através de programas e/ou publicidade para potencializar a relação entre produção e consumo, entre mercado e cultura.

*provedora* ou *produtora*? Esta indagação, impensável numa TVC narrowcast (a qual é necessariamente produtora) acaba ocorrendo em outra TVC (a cabo) a nível broadcast, definida legalmente como de *acesso público*; neste caso, mesmo sem fins lucrativos, há muitos interesses em disputa dificultando uma produção própria do canal, assumida por todos. É um desafio para qualquer TVC definir a proporção correta entre a produção interna e externa.

A título de exemplo, uma TVC pode vender cotas ou “ações”, dividindo o seu custo operacional pelo contingente de público ao qual se dirige, semelhante à assinatura das TVs a cabo; pode ainda buscar patrocínios a nível local: assim como uma comunidade contempla diversos subgrupos, comporta também diversos tipos de mercados. É necessário ser *criativo* em cada caso; numa TVC✓ de rua, por exemplo, o fato de exibir em praças centrais ou em comunidades

---

de *vaidades*. Este tipo de procedimento distancia-se dos objetivos de uma TVC convertendo-se apenas numa rede de intrigas.

configura relações diferenciadas em termos de público e, porque não, de mercados. O espaço da praça, por exemplo, é extremamente rico em termos de cultura popular, a qual sobrevive ali mesmo recriando permanentemente maneiras de cativar o público em trânsito da rua. A animação de rua, praticada nas exibições das TVCs, nasce nesta cultura popular da praça e aprende a construir a sua subsistência com a mesma criatividade.

❖ **A ética, a autonomia e o mercado:** Na relação entre o videomaker e a comunidade, a autonomia para poder trabalhar é tão importante quanto a questão ética no tratamento da informação. Muitas vezes o ângulo de interesse dele ou da TVC sobre algum assunto não é exatamente aquilo que a comunidade espera, até porque muitas vezes a comunidade não compreende bem o dinamismo da TVC (super ou subestimando-a); por outro lado, se o produtor ou videasta popular começa a realizar trabalhos excessivamente autorais (pouco se importando com a opinião dos outros) certamente vai gerar atritos com a audiência.

Se, de um lado, a comunidade deve ser tratada como sujeito e não como objeto da ação (ou informação) focalizada, de outro, a TVC enquanto equipe de produção não pode ficar subordinada a qualquer “instância” de decisão externa a ela. Se isto ocorrer, a TVC corre o risco de tornar-se inviável, afundada na sua burocracia interna.

O trabalho de sustentação de uma TVC a leva por caminhos os mais variados mas coloca tanto para ela quanto para seus realizadores questões éticas ou limites a partir dos quais o trabalho comunitário ou de dinâmica junto à comunidade poderia estar comprometido. Exemplificando: uma TVC operando com telão em praça pública tem, na verdade, um ponto de exibição com público. Comercialmente falando, este espaço pode valer dinheiro junto a anunciantes pois é comunicação audiovisual junto a um público passante ou cativo. No entanto existem questões éticas que levarão uma TVC a tratar esta possibilidade comercial de uma maneira diferente do que uma proposta comercial faria. Como? Mais um exemplo: estamos num município com 30 mil habitantes, periférico de uma grande cidade, com muitas indústrias. Uma grande indústria local, que emprega 2 mil funcionários e possui uma política de pessoal desastrosa, com demissões sem justa causa ou outros problemas deste tipo, seria mal vinda como anunciante deste espaço. Porque? O público associaria esta publicidade à própria TVC com sérios prejuízos para esta. O tipo de anúncio de um comerciante ou industrial local deve ter as características da programação (e o mesmo tipo de linguagem), além de seguir os mesmos valores defendidos pela TVC.

O que rege estes limites são questões éticas, são os princípios que regem a ação de uma TVC. Eles dizem respeito à relação com a comunidade, a uma posição solidária da TVC com a população local. Ao mesmo tempo diz respeito à autonomia que esta TVC deve manter em relação aos seus princípios. Vamos exemplificar novamente: uma TVC mantida ou apoiada por uma prefeitura. Isto é possível e até desejável, dependendo é claro de quem é a prefeitura. Mas de qualquer forma a melhor prefeitura possível não pode intervir na autonomia, pauta e atuação da TVC.

A experiência brasileira na maioria dos casos mostra esta autonomia mas mostra também que poucas TVCs foram buscar alternativas de sobrevivência junto ao

mercado, preferindo ficar dentro do orçamento da ONG instituinte. O tempo no entanto vem mostrando que muitas resistências com relação ao mercado não passam de preconceitos, existindo a possibilidade de obtenção de recursos junto à iniciativa privada em diversas frentes. A dificuldade em consolidar *mercados diretos*, isto é, patrocínio para a atividade em si da TVC, acaba obrigando as TVCs a desenvolver um *mercado paralelo*, ou seja, dividir o tempo entre a produção “*comercial*” (vídeos institucionais, casamentos, etc) e a atividade “*social*” desenvolvida na TVC. É possível ser criativo neste território sem perder os princípios éticos nem a autonomia. De qualquer forma, a autosustentação é sempre um desafio difícil; esta conclusão óbvia evidencia algo importante: fazer uma TVC exige um mínimo de experiência, conhecimento e talento em pelo menos 2 áreas: *produção e gestão de vídeo e TV*.

O anel de Moebius, criado numa TVC, é na verdade um *conjunto de fatores* que compõem um ciclo, um anel nesse formato. Este conjunto de elementos gera uma *energia* motora, motivadora que movimenta sua existência de maneira *orgânica*, verdadeiramente participativa, sem necessariamente recorrer à clássica (e nem sempre democrática) estrutura piramidal na distribuição hierárquica de funções e poder. A autonomia é exatamente a possibilidade daquela TVC seguir seu caminho na direção que já vem andando, no relacionamento e intervenção que já vem realizando numa determinada comunidade.

É possível conciliar os mecanismos de *mercado* (como fonte de renda) com uma concepção *comunitária* (da TV) estabelecendo *valores*; isto é, critérios claros em termos de princípios éticos. É na eficiência desta combinação que está garantida a continuidade do trabalho da TVC.

❖ **Estratégias de marketing e captação de recursos:** Bingos, exibição filmes, serviços fora, publicidade, prefeituras, empresas. Como foi exemplificado no box ao lado, essa forma coletiva de conseguir o dinheiro definia que o patrimônio dos equipamentos era da comunidade, além da importância das soluções criativas.

Idéias como a venda de ações poderia ser aplicada seguindo as condições legais de uma sociedade “privada”, neste caso nem tão anônima e sim verdadeiramente comunitária seguindo, de um lado, os princípios do *sistema cooperativista* e, de outro, a lógica de *mercado* das TVs por assinatura. Esta constituição e divisão patrimonial não só permite captar os recursos necessários para implantar a TV local como gera um verdadeiro

“Os bingos e festas não foram suficientes para conseguir todo o dinheiro da compra dos equipamentos; para completá-lo tivemos que recorrer a soluções criativas, como por exemplo, inventar uma paródia da empresa privada “vendendo ações” da TV comunitária (impressas em off-set) dizendo que esse projeto iria prosperar e portanto esses “títulos” seriam muito valorizados no futuro. Varias pessoas compraram, obviamente sabendo que tudo isso era brincadeira. Essa forma coletiva de conseguir o dinheiro definia que o patrimônio dos equipamentos não era nosso e sim da comunidade”.

*pertencimento* do conjunto da audiência em torno da sua televisão.

O quadro abaixo é um exemplo bem humorado utilizado para avaliar o desempenho de mercado numa empresa. Segue uma lógica circular (sentido horário) do ciclo dos produtos numa relação custo/benefício:

<p>“<b>estrelas</b>” é a parte do projeto onde todos estão apostando. A meta é constituir-se na linha de frente do conjunto. Se isto for alcançado, é o principal ganho financeiro e de visibilidade para o projeto. O seu lucro tem tempo limitado.</p>	<p>“<b>sonhos</b>” é a projeção para o futuro; a pesquisa para antecipar as tendências nas quais o projeto se identifica. É um investimento sem retorno imediato. Planejamento e avaliação são fundamentais para garantir o seu futuro retorno.</p>
<p>“<b>vaca leiteira</b>” é a parte do seu projeto que rende regularmente; tem um mercado cativo; o lucro é estável. É a base mais sólida de sustentação financeira mas não consegue (nem é seu papel) sustentar o resto.</p>	<p>“<b>cachorro bravo</b>” é a parte já anacrônica do empreendimento; custa e não tem perspectivas de melhorar seu desempenho. Por enquanto ainda faz barulho mas não rende muito. No momento em que for deficitária deve ser eliminada.</p>

Mesmo levando em conta que a finalidade de uma TVC não é exatamente chegar a ser uma empresa baseada no lucro, este tipo de gráfico chama a atenção para a necessidade de diversificar o potencial de atuação da TVC, buscando equilibrar atividades mais lucrativas com outras até deficitárias mas fundamentais para preservar seus princípios. Por exemplo: a proporção ideal de trabalho da equipe consiste em dedicar 20% do tempo para produzir publicidade e 80% para a produção dos programas. Embora seja mais agradável produzir os programas, com apenas 1/5 do tempo hábil foi possível sustentar o resto.

#### 4) A COMUNIDADE

Você conhece sua comunidade? para conhecê-la é necessário focalizá-la sob diversos ângulos, recortá-la de várias formas. Em cada um desses diferentes recortes há uma identificação em torno de algo. Nessa identidade, cada segmento ou grupo adquire um sentido, um motivo para existir, algo que alimenta continuamente o fluxo de circulação da produção, seja através da exibição direta num telão na rua ou numa transmissão por antena ou cabo.

O cotidiano da comunidade se “move” em múltiplos cruzamentos e interações. É na compreensão desta complexidade que a televisão comunitária se materializa. É a partir da seleção de determinados recortes que se define não só seu papel mas também a grade de programação. É nesta grade que se articulam as parcerias necessárias, se formam as equipes e se operacionaliza a produção dos programas.

Fala-se aqui *comunidade* no singular; no entanto, numa TVC broadcast há inúmeras comunidades inscritas. Nas TVCs a cabo brasileiras<sup>25</sup>, por exemplo, cada uma delas tinha, antes de completar 1 ano de existência, mais de uma centena de *entidades* e/ou *comunidades* participantes. Qualquer TV de acesso público no primeiro mundo também têm uma multiplicidade de tipos de usuários, cada um deles representando um determinado segmento, seja em torno de temas, grupos e/ou comunidades.

<sup>25</sup> Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre foram as 3 primeiras grandes capitais a ter TVCs a cabo desde 1996

Tanto numa escala *narrowcast* como *broadcast*, a participação efetiva da comunidade (ou comunidades) é determinante na construção da identidade daquela TVC. É fundamental levar em conta que aquela TVC não é somente uma forma de interação comunitária mas, principalmente, que esta ação coletiva consiste em *fazer* uma televisão, em fazê-la funcionar continuamente e com boa qualidade de produção e programação. Somente desta forma poderá cativar sua audiência, que afinal é a própria comunidade, composta por telespectadores que não necessariamente são membros de organizações ou participantes ativos mas fazem parte da comunidade.

❖ **A TV-olho: vórtice cultural, econômico e ético-social da comunidade:** Uma TV comunitária com uma audiência participativa é a prova da sua legitimação pelo público. A TVC transformada no olhar de todos adquire uma grande importância quando o assunto é, por exemplo, a gestão pública. O papel que tradicionalmente caberia à câmara municipal (e que atualmente é visto criticamente em função da prática do favorecimento e corrupção) é hoje cada vez mais ocupado pela imprensa ao denunciar escândalos políticos e propiciar debates na busca de alternativas.

Se uma TV comunitária consegue desempenhar este papel a nível local da comunidade, a participação real da população é mais palpável e o grau de interferência é maior por ser destinada a um público alvo claramente direcionado, esteja ele localizado numa localidade ou num assunto de interesse comum. Uma TVC bem feita, inusitada, criativa certamente será o vórtice<sup>26</sup> de um movimento social intenso, um pólo gerador de cultura e trabalho.

❖ **mapeamento da comunidade e papel da TV:** Tendo uma TVC *narrowcast* como referência, quando se começa a aprofundar o conhecimento a respeito da comunidade ou municipalidade onde se está atuando, é surpreendente constatar o número de grupos realizando coisas sem que ninguém na comunidade saiba. Grupos de cultura negra, dança, teatro, música, futebol, grupos de mulheres em diversas formas de associação etc, não se conhecem entre si. Captar e divulgar estas diferentes realidades, mostrando para um número grande de pessoas maior conhecimento sobre aquele lugar, transforma a TVC num agente intermediário circulando por diversos mercados. A TVC não compra e vende ouro, ou vassouras, ou ações. Seu veículo absorve a realidade, cria em cima e devolve. Promove informações, interações, comunicações. Em função disso uma TVC é por princípio um serviço de utilidade pública: socializar informações geralmente isoladas dentro da comunidade.

Espaço reservado a foto de uma praça típica das pequenas cidades do nordeste brasileiro. Embaixo da foto, o seguinte texto: *A foto de uma praça nordestina consegue enquadrar o mapeamento típico do Brasil rural: esse lugar tem igreja, comércio, feira; têm músicos, poetas, curandeiros e profetas*

<sup>26</sup> Centro do furacão; núcleo gerador da energia e do movimento do redemoinho

É necessário portanto que o grupo interessado em criar uma TVC já esteja trabalhando dentro de algum contexto, em algum lugar, lidando com uma ou várias comunidades. Pode ser feito um inventário ou uma pesquisa de diferentes segmentos dentro destas comunidades, reconhecendo os diversos tipos de fábricas, tipos de transportes usados, os artistas da localidade, etc, com o objetivo de fazer programas a partir destes recortes temáticos, além de conhecer seu público. Futebol, profissões, donas de casa, crianças e adolescentes, problemas objetivos como baixos salários, falta de saneamento, coleta de lixo, problemas comunitários de toda ordem, relação com as autoridades locais etc. Isto tudo vai na direção de conhecer aspectos da comunidade e fazer com que seu programa de TV tanto fale nestes assuntos quanto traga gente daqueles grupos reconhecidos para debaterem, darem depoimentos etc.

No mapeamento da comunidade é possível se deparar com questões que , quando abordadas em vídeo e apresentadas à

comunidade, geram um debate e novas ações, que por sua vez são gravadas e vão gerando novas ações. O vídeo funciona neste caso como uma peça no processo

Na comunidade de Rancho Fundo em Nova Iguaçu<sup>28</sup>, a partir de um vídeo sobre meio ambiente feito naquela localidade iniciou-se um processo coletivo de cobrança da coleta de lixo junto à municipalidade. O processo durou mais de 1 ano e ainda hoje são realizados vídeos acompanhando as idas da comunidade ao prefeito , a visita do prefeito à comunidade, as promessas dos diretores da empresa de coleta de lixo etc.

Outra característica que enfatiza o caráter processual deste tipo ou *modo de produção* é a conjugação entre *produção* e *uso* de vídeo; um exemplo disso ocorreu no trabalho de assessoria a mutirões habitacionais em São Paulo<sup>27</sup>: era ao mesmo tempo *vídeo-processo* e uma TVC porque os vídeos gravados no mesmo dia e editados na câmera eram exibidos à noite durante as assembléias. O vídeo incorporou muitas funções e o próprio movimento acabou comprando uma câmera para continuar o trabalho por si mesmos.

comunitário e o chamamos de *vídeo-processo*. Ele não é somente um único vídeo editado; acompanha, relata e analisa o processo e os diversos cruzamentos do *movimento*<sup>29</sup> que se desenvolve dentro da comunidade (editando -ou não- o número de vídeos que for necessário).

O vídeo-processo pode ser uma maneira interessante de realizar

o mapeamento da comunidade por vários motivos:

<sup>27</sup> Alberto López Mejía trabalhou na FASE, uma ONG de assessoria a movimentos sociais, desde 1982 até 1996; no período de 1984 a 1988, inscrito na atividade de educação popular junto aos mutirões habitacionais da zona sul de São Paulo, desenvolveu o trabalho de vídeo-processo com várias funções: como recurso pedagógico para formação; como registro documental do processo organizativo (mobilizações, assembléias, negociações e embates junto ao poder público), como veículo de pesquisa e opinião junto à base social do movimento (o perfil dos mutirantes é de 60% mães solteiras sem condições de pagar o aluguel na favela, destinada á morar na rua), além de auxiliar na busca coletiva de alternativas (por exemplo, imaginar como vai ser o futuro bairro desse mutirão? Vai conseguir manter o espírito comunitário de agora?)

<sup>28</sup> Breno Kuperman participou da TV Maxambomba na sua etapa inicial de trabalho na região da Baixada Fluminense, durante a segunda metade da década de 80.

<sup>29</sup> entendendo o conceito de *movimento* como o desenho das ações coletivas guiadas por uma visão comum

- o porque *devolve imediatamente* à comunidade o resultado daquilo que foi pesquisado; este processo de interação cria uma relação direta entre a TVC e a comunidade (o vídeo-processo valoriza a exibição em sincronia com a ação retratada; ou seja, veicular o mais rápido possível após a produção gerando uma nova produção, dando a impressão -mesmo sem ser televisão de fato- de que o vídeo-processo é uma TVC em *tempo real*);
- porque desenvolve um *modo de produção* televisivo, já que realiza o *circuito comunicacional* de produção e veiculação com regularidade;
- porque além de fornecer uma *experiência* prática, bastante útil para o planejamento da programação da TVC, permite ter um caráter *experimental* no seu modo de produção;
- porque uma TVC é, em si, um *processo*: comporta uma multiplicidade de temas e formatos de programas, inúmeros cruzamentos reutilizando imagens de arquivo e produções atuais. Contém, de alguma forma, uma sequencialidade ou um ciclo, um circuito comunicacional completo e continuamente realimentado.

## 5) FORMAS DE VEICULAÇÃO

Narrowcast ou Broadcast? Recepção domiciliar, internet ou exibição direta na rua? Não serão tratadas aqui as formas de veiculação pela classificação dos equipamentos (características técnicas); serão focalizadas várias formas de veiculação, diferenciadas entre si nos seguintes parâmetros:

- no tipo de *público*: organizado, flutuante, receptores domiciliares ou grupais;
- no tamanho da *audiência*: narrowcast ou broadcast;
- no tipo de *espaço* (público, privado, aberto, fechado, físico ou virtual) e os reflexos disso
- nos *modos de produção* e
- nas *formas de intervenção* (função da TV no universo da comunidade).

Alguns exemplos descrevendo as formas de veiculação segundo estes parâmetros:

□ uma TVC num sindicato ou associação de moradores atua com um *público organizado*, constituído pelas bases sociais desses 2 tipos de agremiações. No caso da TV sindical, em geral utiliza uma *forma de veiculação* direta, com exibição seguida de debate em espaços coletivos abertos (portas de fábrica, praças) ou fechados (auditórios, salas de aula). Numa TVC num bairro, ela pode estar operando tanto com exibições diretas na rua como transmitindo com uma antena de baixa potência. Em todos eles, a escala de audiência é restrita (narrowcast) e o modo de produção é determinado pela *função* de cada produção (capacitação, mobilização, entretenimento, informação, etc)

- uma TVC itinerante, composta por um grupo de teatro e vídeo popular, percorre áreas urbanas e rurais exibindo programas ao vivo em praças (espaços públicos), perante um público flutuante, em trânsito (seduzido pelo espetáculo), mas também transmitindo por antena de baixa potência para receptores domiciliares numa área restrita (narrowcast)
- uma TVC virtual, numa *home page* na internet, composta por uma rede espontânea de adolescentes em todo o planeta, agrupada em torno do combate à exploração do trabalho infantil.

## PARTE III - FAZENDO UMA TVC

❖ **Introdução:** Este capítulo está voltado aos diferentes aspectos da prática de fazer televisão comunitária: equipamento, pauta, programação, formatos de programas, formas de produção, processo de exibição, etc.

Fizemos uma distinção entre produzir para **exibir** em telinha ou telão e produzir para **emitir** sinal numa TV Broadcast, narrowcast ou cabo, com veiculação diária, uso intensivo do estúdio etc. Por isto dividimos este capítulo numa 1ª parte voltada para TVCs que **exibem** uma 2ª parte voltada para TVCs que **emitem**.

É importante observar que esta distinção que fizemos foi uma maneira de podermos mostrar processos distintos de relacionamento com o público, um na presença deste, em praças ou salas e o outro entrando em sua casa mas sem estar ali diante do espectador. São duas lógicas mas não são necessariamente as maiores diferenças entre as várias formas de se fazer uma TVC.

Procuramos na medida do possível privilegiar aspectos do fazer TV ou vídeo propriamente comunitários. Muitas vezes, tanto na produção quanto na exibição, existem procedimentos que são genéricos, isto é, que não são exclusivos de uma TV Comunitária e sim típicos do fazer TV.

A seguir fazemos um breve detalhamento de 4 tipos de TVs comunitárias: com **exibição em espaços coletivos abertos e fechados**; com **emissão por canal aberto** (antena de alta ou baixa potência) e, por último, com **emissão por canal fechado**, disponível somente mediante assinatura paga, como é o caso do cabo (coaxial ou fibra ótica) ou satélite (DBS/DTH) e o espectro radioelétrico, por microondas (UHF e MMDS)<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> DBS/DTH: do inglês *Direct Broadcast Satellite/Direct to Home (Radiodifusão Direta por Satélite/Direto ao Lar)*. UHF e MMDS: do inglês *Ultra High Frequency e Multipoint Multichannel Distribution Service (Frequência Ultra Alta e Sistema de Distribuição Multiponto Multicanal)*. In “As Margens da Estrada do Futuro” Comunicações, Política e Tecnologia; Murilo César Ramos; cap. 12: A TV por Assinatura no Brasil: conceito, origens, análise e perspectivas (com Marcus Martins); 17 pags; 1997. Xerox.

Espaço reservado a gráfico/esquema do kit de exibição (telão/videoprojetor + amplificador/caixas + microfones + câmera + iluminação

**1) Exibição em espaços coletivos fechados:** este tipo de espaço, seja ele num auditório, numa sala de aula, num ônibus, em salas de espera ou em hospitais psiquiátricos, TVC entendida como uma modalidade de produção e metodologia de uso junto a grupos organizados<sup>31</sup>, tendo portanto uma recepção qualificada. A

informação é predominante no binômio com entretenimento. A relação direta com os grupos organizados destaca a *funcionalidade* da TV. Tanto a exibição em galpões nos mutirões ou em salas de espera constituem espaços com seu aproveitamento potencializado.

- 2) Exibição em espaços coletivos abertos:** Na TV de rua o entretenimento é predominante no binômio com informação; não existe necessariamente uma simbiose institucional com outras organizações da comunidade; a sua autonomia se expressa na ação direta na rua, no espaço público; o seu público não é organizado em si; ao contrario, é em si aleatório, atraído fortuitamente dentro do fluxo urbano pelo espetáculo da projeção no telão e seduzido pela possibilidade de amplificação da própria imagem (e voz) na câmera aberta.
- 3) Emissão por canal aberto:** irradiando para receptores domiciliares; Finalmente, a TV comunitária transmitida por canal aberto abre a possibilidade de integrar todas as modalidades anteriores, podendo atuar simultaneamente nos espaços público e privado.

---

<sup>31</sup> exibição de vídeos pré-editados com monitor de TV para grupos limitados (5 a 40 pessoas) em salas de aula ou reunião comunitária. O vídeo é utilizado como recurso pedagógico e após a exibição é feito um debate sobre seu conteúdo. Geralmente este tipo de vídeo é produzido em função do seu tipo de uso e usuário pré-definidos.

**4) Emissão por cabo (canais fechados):** Esta diferenciação de escala entre a *comunidade narrowcast* e a *comunidade broadcast* não significa, por exemplo, que a primeira seja necessariamente uma TVC *produtora* e a segunda, por ser muito mais plural, apenas *provedora*. Em ambos os casos, a TVC deveria estar aberta para a veiculação de materiais produzidos pela própria comunidade e não só pela equipe do canal (no caso da narrowcast) ou articulada o suficiente para produzir algo de todos (broadcast). O que sim ocorre, na comparação (e diferenciação) destas duas escalas é que obviamente a TVC narrowcast é composta, na maioria dos casos, por uma única equipe que sustenta sua identidade no tipo de produção e veiculação que realiza.

“A Televisão por Assinatura, na forma de TV a cabo, surgiu no fim da década de 1940, nos Estados Unidos, como uma solução técnica para melhorar a qualidade na recepção dos sinais radioelétricos de TV, prejudicada por interferências, sobretudo, em regiões montanhosas. A solução era bem simples: em uma colina instalava-se uma grande antena que captava os sinais televisivos das emissoras convencionais, dirigindo-os a uma pequena estação que ampliava e corrigia suas distorções. A esta estação se ligava um cabo que distribuía os sinais às residências de uma dada comunidade. Por isso, recebeu, na época, a denominação “Community Antenna Television”, ou CATV, ainda hoje utilizada.”<sup>32</sup>

## 1) Televisões Comunitárias que **EXIBEM** (em espaços coletivos *abertos* ou *fechados*)

❖**configuração da Equipe:** Vamos trabalhar aqui com 2 FORMATOS possíveis. Não são os únicos formatos, muito pelo contrário pois cada experiência é única e particular e seus problemas são resolvidas de maneiras diferentes. Mas aqui vamos utilizar 2 exemplos:

- 1- Pequeno: uma equipe com 1 VHS, edita câmera a câmera e exibe seus programas num monitor na casa de alguém chamando grupos da comunidade.
- 2- Médio: é o exemplo do TELÃO, não pela forma de exibir mas pelo fato de exigir uma produção mais complexa, um volume maior de programas e uma equipe mais variada em todos os sentidos. Equipamentos mais sofisticados, câmera, edição e equipamentos de exibição: telão, sistema de áudio, cameras acopladas ao sistema do telão etc.

Equipe Técnica: formada, no mínimo, por 1 operador de câmera, 1 operador de VT (telão ou vídeo-link) e áudio.

Equipe de Animação: formada, no mínimo, por 1 animador e 1 responsável pela produção e coordenação do evento.

Em cada um destes casos queremos falar de equipe:

<sup>32</sup> In “As Margens da Estrada do Futuro” Comunicações, Política e Tecnologia; Murilo César Ramos; cap. 12: A TV por Assinatura no Brasil: conceito, origens, análise e perspectivas (com Marcus Martins); 17 pags; 1997. Xerox.

❖ **Telinhas:** ritual da exibição e debate, com monitor de TV em espaços coletivos fechados, geralmente com grupos organizados (associações de moradores, sindicatos, escolas, etc.) e conseqüentemente recepção qualificada.

Não se pode fazer TV comunitária nem nenhuma forma de TV sem ter quem grave as imagens e este alguém é o câmera ou o cinegrafista. A menor das equipes de gravação é composta de apenas uma pessoa, com uma câmera VHS (ou uma Betacam, etc.) com microfone embutido: é ele quem põe o olho na câmera, determina o que vai fazer e realiza as entrevistas ou matérias sozinho.

- Normalmente a configuração de uma equipe de gravação (em inglês ENG - electronic news gathering) é a seguinte: um câmera, um operador ( que faz o som, ajuda com o tripé e com a câmera) e um produtor (que prepara os contatos, os transportes, arranja o dia de trabalho, providencia comida etc.).
- Uma TV comunitária pequena deve ainda ter um editor de vídeo ( que pode ser uma destas mesmas pessoas, mas na função de juntar imagens e sons, fazer um roteiro de edição , preparar a narração, efeitos etc.) .
- Antes da gravação e edição dos programas existe o trabalho de pauta ( que pode ser feito por um dos membros da equipe ou por todos juntos). O que é pauta? É o rol de temas, tipos de programas e tratamento de uma programação. É a resposta concreta às seguintes questões: qual é o objetivo de nossa TV? estamos em que contexto? quais são nossos objetivos? qual a

Espaço reservado para um gráfico/ilustração de 1 ENG

Espaço reservado para gráfico/esquema do equipamento básico de uma TVC (ENG + ilha de edição + kit/exibição (telão) + antena de transmissão

natureza operacional de nosso trabalho?: então precisamos fazer um programa de tal tipo, com tais materias. Um exemplo interessante é o de um município no interior do Estado do Rio de Janeiro aonde 2 rapazes decidiram gravar o jogo de futebol decisivo da localidade e inserir no intervalo do 1º para o 2º tempo uma discussão a respeito de problemas da comunidade, o trabalho da prefeitura, críticas , buracos na rua. O programa foi um grande sucesso. Mobilizou a comunidade.

❖ **Telões:** A equipe que produz um programa exibido em *telão* é maior. Depende basicamente da frequência com que são produzidos novos programas. A reunião de pauta é mais complexa porque com um telão em praça pública, o programa vai tratar com um maior espectro de público, com mais temas. Diferentemente do primeiro caso, em que o programa é mostrado num espaço fechado para convidados, agora a emissão do programa é anônima, numa praça pública e não se escolhe com quem se está falando. As pessoas ficarão assistindo em pé. Isto já define muita coisa pois é preciso tentar fazer uma edição dinâmica dos programas, não se pode abusar em ser chato ( as pessoas vão embora) e é preciso temperar o conteúdo dos programas: falar da daquela região, tentar alguma coisa instrutiva, dar informes tipo serviços, fazer programas que prendam a atenção das crianças, falar sobre problemas específicos da comunidade etc. Então : a pauta é mais complexa, o tempo de trabalho da equipe de gravação ( quando é apenas uma) é muito mais intenso, a equipe de edição terá que ser especializada e com mais gente ( normalmente demora muito mais editar do que gravar ) e finalmente a equipe de exibição de telão precisa de no mínimo 2 pessoas para armar a tela, o projetor, o sistema de som e fazer a exibição propriamente dita. Quando se vai fazer animação durante a exibição é necessário ainda de um operador de câmera e um animador. O pessoal que monta a exibição é treinado para realizar diferentes formas de animação: debates, provocações, trabalho pelo alto-falantes etc.

O antigo movimento *cinclubista* dos anos 60 é com certeza a grande escola não formal que capacitou inúmeros realizadores de vídeo em toda América Latina.

❖ **configuração do Equipamento:**

- câmera: numa TV de rua, a câmera pode ser utilizada para gravação dos vídeos de apoio e das cenas ao vivo durante a animação, denominada “câmera aberta”;
- o videocassete: é indispensável para a reprodução dos vídeos de apoio, além da conexão com a câmera para exibir as cenas ao vivo;
- o áudio: nas 3 configurações de TV de rua (com telão, vídeo-link ou vídeo-wall), o equipamento de áudio é composto por microfone(s), amplificador(es) e alto-falantes, além dos cabos de extensão e conexões necessárias.

❖ **Pauta (e/ou roteiro):** Assim, na pauta, a questão é que programa fazer: natureza jornalística (cobrir uma festa regional) , questões políticas(problemas com a prefeitura), entrevista com personalidades( figura importante numa comunidade), miseráveis e abandonados, cobertura de acidentes ou buracos na rua, o que fazer e como fazer? A pauta é esta relação de assuntos e modos, e cobre 1 dia, uma semana ou 1 mês. Dependendo da programação , a pauta terá que atender a diferentes assuntos como programas voltados para crianças, donas de casa, pais de família etc.

- Feita a pauta, a equipe vai à luta gravar onde estão as pessoas e os assuntos. Gravado e editado a variedade de temas de uma TV comunitária, resta finalmente o momento da exibição deste programa e novamente preciso de alguém para colocar a fita do programa no gravador e ligar a um monitor

ou aparelho de TV . Dependendo da natureza desta TV comunitária, esta pessoa deve estar capacitada a debater, esclarecer, provocar o público espectador ao longo do programa ou ao final dele.

❖**configuração da programação:** Entendemos por configuração da programação a elaboração da sequência (ordem) dos programas, o estilo e a natureza das vinhetas de abertura, intervalos e passagens dentro de uma determinada exibição.

Em geral, em cada exibição de uma TVC, existe uma mistura de programas produzidos pela própria TVC e programas intercambiados, explicações, aberturas, passagens etc. Muitas vezes para evitar que se repita uma temática numa mesma apresentação, não se exhibe programas já prontos e em seu lugar se procura balancear a apresentação com outros assuntos ou formatos de maneira a atender à variedade de público esperado.

Outro aspecto importante é o do ritmo dos programas, seus formatos de edição Depois de uma matéria longa e monótona deve-se colocar uma música animada? Ou uma vinheta engraçada?. Que assunto começará o programa? É preciso prender a atenção dos espectadores? São perguntas que um roteirista se faz e que cabem na configuração da programação. Se estou apresentando um vídeo não produzido por nossa TVC, será que preciso gravar uma apresentação, com meu comentarista explicando alguma coisa para meu público?

Se a exibição for em Telão, a tudo isto se acrescenta a questão de saber se haverá algum debate com câmera aberta, se a exibição será interrompida em determinado ponto ou qual será o último programa. A lógica da montagem de uma programação para Telão é um pouco diferente da telinha pois estaremos em praça pública, há um tempo de aglutinação do público ( em geral toca-se música e anuncia-se a exibição nos alto-falantes) e muita coisa pode ser acrescentada. Brincadeiras, animações já gravadas, edições de música local estimulantes. O som passa a ser um elemento muito importante, ao lado da tela larga.

Com Telão estamos mais próximos à idéia de festa, de uma aglutinação movimentada aonde valem todas as técnicas de animação que funcionam em salão de danças. Depende então mais da vontade de experimentar, do conceito de exibição da equipe da TVC ou de sua linha editorial e política.

Como em tudo nesta área, a experiência continuada vai trazendo um saber, mesmo que intuitivo, sobre a melhor maneira de ordenar uma programação, o que inserir nela em termos de vinhetas, passagens e comentários.

Falar de programação é falar de política editorial- eis aqui um exemplo de política editorial: quando a TV Maxambomba passou do estágio de ser um programa mostrado em monitor numa sala da associação de moradores para o de uma TV comunitária utilizando o telão em praça pública, mudou radicalmente toda idéia da programação e inicialmente a política editorial. Porque? A TV iria agora falar em praça pública para mais gente porém mais anônimas, passantes e desconhecidos. A idéia do programa em si, isto é daquilo que se iria mostrar, mudaria profundamente. O pique de edição deveria mudar, as vinhetas de transição e assim por diante. O que aconteceu então ? Iniciou-se um processo de

mudança na linha política da programação. Conhecía-se bem Nova Iguaçu e observou-se que seria interessante trabalhar no telão com o reforço da identidade local dos iguaçuanos. Estes moravam na periferia do Rio de Janeiro e Nova Iguaçu era mencionado em toda mídia apenas como lugar de violência e mais nada. A realidade de Nova Iguaçu é de uma riqueza desconhecida pelos próprios iguaçuanos. Musicalmente, culturalmente, a região é o cruzamento de mineiros, cariocas e nordestinos. Resolveu-se então adotar uma POLITICA EDITORIAL que privilegiasse esta identidade local. Partindo deste princípio, que foi obtido graças a longas conversas e debates, ao aprofundamento de questões insistentemente mantidas por toda equipe, chegou-se a esta nova linha. Neste exemplo fica claro um ponto fundamental : qualquer que seja a política editorial, ela não pode ser apenas um princípio teórico. É preciso interiorizar, através da discussão e do debate, as implicações práticas destas premissas políticas. Se isto não acontecer, a TV comunitária vira proselitista, não refletirá a vida e a cultura profunda da comunidade.

Em nosso exemplo, a nova política editorial se transformou num projeto cujo desenho foi se delineando debate a debate. O contexto, objetivos, natureza institucional, tudo o que já falamos acima, vai determinar a cara concreta que seu programa de TV vai ter. Muitas vezes faz parte desta política tentar ser, em alguns momentos, provocativa, ter estratégias de obter respostas junto ao público etc.

### 1.1) FORMAS DE PRODUÇÃO

❖ **Vídeo-processo:** O vídeo-processo é uma concepção de produção e utilização de vídeo organizada seqüencialmente a partir do contexto no qual está inscrita.

- o vídeo pode ser utilizado como produto isto é, enquanto um programa sobre este ou aquele tema ou pode ser utilizado como processo. Neste caso ele tem uma função dinâmica junto à comunidade: o que vale não é o produto pronto mas a reprodução imediata de um evento logo após as gravações. Ou ainda a interferência na dinâmica de uma exibição e gravação desta própria interferência, numa mesma fita. Estes são alguns dos exemplos que demonstram as possibilidades do vídeo como material que auxilia a re-elaboração permanente de questões ou lutas dentro de uma comunidade.

Vale a pena repetir o exemplo da TV Maxambomba em Rancho Fundo : através de um vídeo processo que durou 1 ano e meio, foi possível à comunidade de Rancho Fundo, em Nova Iguaçu, RJ, conseguir que o lixo fosse coletado regularmente. A luta passou por muitas instâncias. Cada uma delas foi registrada em vídeo e mostrada na comunidade que assim sentia-se presente nos encontros com o prefeito ou com o diretor da empresa de coleta do lixo. O vídeo final chega a ser cômico pelas reiteradas mentiras das autoridades.

- No contexto dos movimentos populares, a possibilidade de documentar um processo representa um enorme potencial: o registro simultâneo de uma ação e sua devolução aos

próprios atores envolvidos, funciona como um elemento de análise da realidade e adquire a dimensão de memória “viva”.

Com este ponto de partida é possível articular-se um complexo cruzamento de eventos e depoimentos, reeditáveis e juntando arquivos diferentes<sup>33</sup>; até, enfim, constituir-se numa memória viva de ações coletivas desempenhando múltiplas funções junto à comunidade. Este procedimento tem muita similaridade com o processo mental de construção de idéias, percepções, recordações e sua projeção em novas situações.

❖ **repórter comunitário:** Na experiência da TV Mocaronga em Santarém, na TV Viva e na TV Maxambomba existe a experiência de figuras de bairros ou pequenas comunidades que se ligam ao programa de TV comunitária como repórteres locais. Sugerindo matérias, fazendo roteiros ou dando idéias de imagens, estes repórteres representam um enraizamento do trabalho da TV dentro da comunidade. Cada um destes repórteres alimenta por sua vez um dinamismo em sua localidade, forma grupos, enfim...Desenvolvem sua própria maneira de olhar as coisas, de recortar os temas e problemas e representam um aspecto muito criativo do vídeo popular.

✍ Outro exemplo foi o trabalho com vídeo-processo nos mutirões habitacionais (zona sul, São Paulo, 1984/1988), desenvolvido basicamente editando na câmera e estabelecendo vários cruzamentos nas ações feitas pelo movimento: a articulação com os outros mutirões (zona leste) se deu através de vídeo-cartas; o material de formação era elaborado pelo próprio movimento com aulas práticas sobre os métodos de construção; foram feitas várias pesquisas junto aos mutirantes (a maioria mães solteiras) sobre o futuro bairro (cooperativas, lazer, urbanização, etc); foi instrumento de negociação com o governo registrando falsas promessas, confrontos e passeatas.

<sup>33</sup> Vide “mapeamento da comunidade” no capítulo inicial; a soma entre este mapeamento e as diversas funções da TV acaba definindo uma “grade” de trabalho do vídeo-processo inscrito na realidade da comunidade e estabelecendo toda uma rede de relações entre si, possibilitando desta forma elaborar inúmeros roteiros de edição cruzando arquivos de cada um dos recortes do mapeamento.

Espaço reservado a foto de repórter comunitário de uma TVC (TV-Mocoronga segurando uma câmera de papelão entrevistando alguém na floresta amazônica)

❖ **vídeo-abelha:** O desenvolvimento das câmeras de vídeo e sobretudo o aparecimento das câmeras Betacam com o áudio embutido criaram novos tipos de repórteres que Redes Mundiais tipo CNN consagraram. São indivíduos cameramen e repórter numa só pessoa. Conseguem por exemplo entrar no front inimigo e realizar entrevistas e pré-editar programas inteiros com sua câmera. Há vários

repórteres destes que se consagraram.

Habilidosos, fazem uma matéria completa já na câmera: com takes do ambiente, em geral situações de grande movimentação [ movimento de guerra ou grandes catástrofes] realizam entrevistas brilhantes em que eles mesmos formulam as perguntas e conseguem manter com seus entrevistados uma situação olho no olho que é rara em entrevistas.

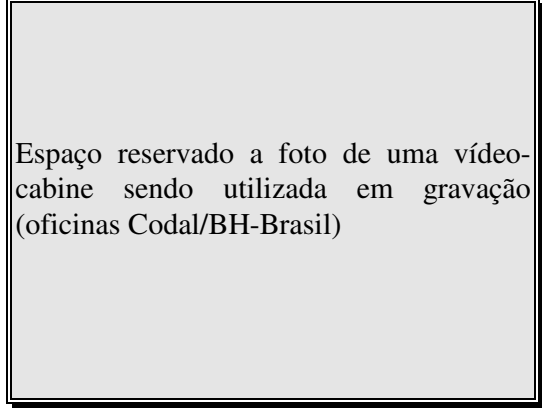
Para as TVs comunitárias, este formato, chamado de abelha, é um achado precioso. Primeiramente as câmeras VHS e SVHS contemporâneas já são dotadas de bons microfones direcionais, essenciais para realizar esta tarefa. Depois porque apenas uma pessoa com a câmera na mão consegue longas entrevistas que muitas vezes são melhores do que as entrevistas preparadas que mencionamos acima pois a situação é mais dinâmica, o entrevistado não está parado nem é o foco central de um bando de gente olhando pra ele. A câmera está na mão, há movimento, o entrevistado sente um certo respeito pela pessoa que está trabalhando com aquela geringonça ali em sua frente e se põe mais a vontade. Depois, a situação que se cria é a de uma conversa cara a cara, olho no olho, toma lá dá cá, o repórter é o cinegrafista, esta com o olho no visor formulando perguntas e o entrevistado olha diretamente para ele e responde com mais naturalidade.

Espaço reservado a foto de um “vídeo-abelha” entrevistando (oficinas Codal/BH-Brasil)

Apesar deste formato exigir um certo preparo técnico do câmera [controlar o foco e fazer perguntas] ele é muito positivo para uma TV comunitária. Em pouco tempo e com apenas uma pessoa se consegue muitas entrevistas ou mesmo matérias completas. Todas as TVs comunitárias deveriam investir mais na preparação de pessoas capacitadas a realizar o formato abelha. Com preparo o abelha pode realizar novos tipos de reportagem num tempo e custo pequenos. Com a vantagem de trazer o material quase editado, isto é, diminuindo o tempo de edição das matérias.

❖ **vídeo-cabines:** A idéia central é criar um espaço como uma cabine de votação em que a pessoa esteja isolada e diante da câmera. Não sabemos se a invenção foi de Sandra Kogut, mas foi ela ao menos quem desenvolveu isto mundialmente em vídeos inteligentes e bem humorados.

Uma variante popular destas cabines, mais abertas e criando um novo tipo de povo fala foi desenvolvida mais recentemente. Muito bem usadas na série de programas Sala de Espera de Belo Horizonte as cabines permitem às pessoas se expressarem com mais desenvoltura. Uma cabine pode ser feita com papelão de embalagem de geladeira, por exemplo. Existem diferentes técnicas de acabamento e uso: uma delas consiste em decorar com mil enfeites o espaço interno da cabine, colocando ainda um espelho, diversos tipos de óculos, ou perucas ou narizes etc. Cada pessoa vem e se fantasia como quiser e manda uma mensagem para a câmera. Também a mensagem pode ser totalmente livre ou você pode colocar a cabine num bairro e abrir espaço para reclamações diversas (fantasiados ou não) ou recados para família.



Espaço reservado a foto de uma vídeo-cabine sendo utilizada em gravação (oficinas Codal/BH-Brasil)

Em geral, bem editadas, podem gerar momentos de grande descontração num programa de TV comunitária. Parece um recurso que merecia ser aprofundado e utilizado em nova perspectivas.

## 1.2) PROCESSO DE PRODUÇÃO

❖ **idéias:** o impulso criativo da “chuva de idéias” numa discussão da equipe, uma notícia no jornal, um comentário no boteco da esquina ou apenas a percepção de um instante fugaz; tudo isso pode ser o ponto de partida para uma nova produção. O tema nasce de uma idéia; o argumento, a sinopse e por fim o roteiro são o desenvolvimento de idéias. Uma manifestação de aposentados arrastando um bando de cachorros ou o ciclo de vida de um tomate<sup>34</sup> são idéias que renderam bons filmes. “Idéia é um processo mental oriundo da imaginação. Criatividade é a concatenação dessas idéias. Originalidade é o que faz um texto ser diferente de um outro; é a sua marca individual no texto, seu estilo”.<sup>35</sup> Na ausência de idéias, geralmente recorre-se ao uso de fórmulas: “Todas as fórmulas originam-se de boas idéias, senão elas não teriam virado fórmulas. E as

“**Picassear**” é o verbo inusitado do processo criativo de Picasso: primeiro coloca no papel todas as idéias que vem à cabeça; depois vai “limpando” os esboços, refazendo-os e aperfeiçoando o conjunto até chegar à forma definitiva do quadro.

<sup>34</sup> “Humberto D” e “Ilha das Flores” de Jorge Furtado.

<sup>35</sup> Roteiro, Doc Comparato - arte e técnica de escrever para cinema e televisão; editora Nórdica; pag 38

fórmulas oferecem vantagens. Os produtores não se expõem ao risco do fracasso -sabem que seus programas irão funcionar”<sup>36</sup>.

❖ **Pesquisa:** com a idéia já definida , a pesquisa consiste na investigação do tema selecionado, fundamental para subsidiar o planejamento da produção e elaboração do roteiro. Existem pesquisas de vários tipos:

- a) *iconográficas*: imagens em movimento, fotos, ilustrações, gráficos, etc que poderão ser úteis na caracterização de personagens ou locações no caso da ficção, ou como imagens autênticas a serem incluídas como documento histórico ou jornalístico, no caso de documentários;
- b) *bibliográficas*: relativas a todo tipo de texto, como livros, jornais, revistas, etc; podem ser subsídios importantes para a narração, todo tipo de informações sobre o tema (dados históricos, estatísticos, etc) de modo a tornar o conteúdo mais consistente;
- c) *sonora*: o universo sonoro é o principal responsável pela ambientação do vídeo. Independente do gênero ficção ou documentário, a utilização criativa e adequada dos sons resgatando músicas, sons incidentais, depoimentos, ruídos, etc. é fundamental para garantir a expressividade. Cabe à pesquisa o mapeamento e pré-seleção sonora, garimpando todo tipo de informações sobre cada um destes aspectos vinculados ao tema em questão.

❖ **Trabalho de campo:** Este é o item mais importante num trabalho de TV comunitária, seja qual for seu tamanho , processo ou alcance de público. Porque? O próprio de uma TV comunitária nasce deste convívio com a comunidade que o reconhecimento do lugar traz. Este trabalho de campo é semelhante a um garimpo porque, pelo menos em nossa realidade brasileira, todo dia se descobre uma coisa nova, um personagem, um lugar, uma brincadeira, uma crítica, pensamentos surpreendentes, grupos praticando coisas novas...

O que é o garimpo? É ir ralar no dia a dia dos lugares, se enfiar por caminhos ou estradas ou entrar numa fábrica e papear, andar nos transportes locais, ficar sabendo tudo o que existe naquelas paragens e ainda percebendo como as pessoas vivem aquela realidade. Reconhecer o lugar aonde se está trabalhando é um afazer diário e

diferencia uma TV comunitária de uma TV comum. Porque? Porque uma TV comunitária tem a vem com o jeito de ser das pessoas, ela é este anel espelhado que traz de volta aquilo que as pessoas são. É desta ralação diária que nascem as

Exemplos não faltam: andando pelas ruas (de N. Iguazu por exemplo) , de seus muitos bairros, milhares de elementos que mal eram percebidos se transformam em possíveis temas de vídeos. Como? Em Austin( bairro) as carroças movidas a cavalo são um dos principais transportes locais. Depois a bicicleta é usada na baixada como em poucos lugares do Brasil. Os trens, os bares da noite, as festas locais, os lugares de fim de semana e outras realidades artísticas, religiosas, sociais e esportivas.

<sup>36</sup> On Camera - O curso de produção de filme e vídeo da BBC; Harris Watts; Summus editorial; pag 19. O trecho acima é um exemplo bem humorado onde o autor ironiza a falta de idéias na fictícia “TV Cambalacho”

melhores idéias, os temas para programas. É quando as pautas abstratas são preenchidas por coisas reais, com caras e cores, barulhos e risos.

Quem deve estar mais envolvido no garimpo são as pessoas ligadas à criação de programas e projetos. Elas é que possuem esta sensibilidade aguçada de absorver mais as cores e energias locais, o jeito das coisas e pessoas serem. É importante reconhecer que é no garimpo, no trabalho de reconhecimento de campo, que mais se desenvolve a qualidade principal de quem faz TV, que é a de ser um fio que absorve e transporta as realidades com suas energias opostas (que compõe um lugar, um ser, um tom, um som) e as recria em imagens sonoras e coloridas, novamente com as polaridades reconstruídas.

❖ **roteiro** (ficção e documentário): Este é um capítulo particularmente importante. Trata-se sobretudo de metodologia de trabalho em vídeo. O roteiro é um documento escrito, uma peça intermediária entre a idéia de um programa e sua efetiva realização em vídeo (ou filme). Todos estão de acordo quanto a necessidade de um roteiro para gravar uma peça de ficção. Não se pode improvisar diálogos ou comportamentos e pretender realizar uma obra com nexos. Por isso o roteiro, no caso de ficção, é consagrado. Mas a coisa se complica quando você vai fazer um documentário sobre um tipo de colheita, por exemplo, ou um vídeo sobre teatro de bonecos ou ainda uma cobertura de uma passeata contra o prefeito. Em geral não se usa roteiro para nada disto. O documentário sobre a colheita pode aceitar um roteiro; já a passeata contra o prefeito é um trabalho jornalístico e praticamente prescinde do roteiro. Vamos aprofundar isto um pouco.

Em primeiro lugar, nos roteiros ficcionais é costume se trabalhar seqüência a seqüência, com todos os diálogos e descrição de ambientes e ações. Uma TV comercial realizaria a ficção com 3 câmeras no mínimo e já prepararia a decupagem (corte de câmera) num roteiro técnico. Isto é um pouco complicado para fazer numa TV comunitária. Mas o importante aqui é ter a noção de que :

Eis o modelo de um roteiro convencional de ficção. Embora as TVs trabalhem com um modelo rígido de roteiro no qual à esquerda está o som e à direita a imagem daquela cena, é aconselhável utilizar formatos variados, adequados a cada processo de criação. O importante num roteiro, além da criação, é que os códigos que o autor está utilizando para indicar imagens ou falas e sons sejam claramente compreendidos pela equipe de realização. Tudo mais é variável e inventável. A utilização de trechos ficcionados supõe uma prática de criação. Se você não tem esta prática, nem tem como estudar em algum lugar, invente! Escreva um trecho pequeno, um diálogo de dois amigos ou pai e filho ou mãe e filha, ou ainda alguma situação conhecida na localidade, um caso. Escreva e realize. Se você não leva jeito para diálogos, indique as falas e deixe que seus atores, ao falarem, façam as adaptações necessárias. Às vezes é só falando que um texto vai afinando. Além disto os atores vão dando a linguagem local aos diálogos.

**DICA:** É melhor ter um roteiro documental pronto, na cabeça e no papel, a respeito de qualquer tema que seja, do que não ter nada. Se você chegar no lugar e constata que tudo é diferente do que você havia imaginado ( e sempre é), você transformará seu roteiro pré-trabalhado numa nova estrutura aonde entrarão os novos elementos de realidade. Se você não tiver roteiro algum Isto é, idéia alguma a respeito do modo de tratar aquele assunto, você sequer notará mudança na realidade, você continuará de quatro achando que está fazendo uma grande descoberta e levando grandes problemas para seu editor.

1º É altamente recomendável trabalhar com trechos ficcionados em trabalhos populares. 2º O roteiro é decisivo neste trabalho.

Mas a discussão mais importante sobre roteiro está em sua utilização nos documentários e no dia-a-dia do trabalho da equipe de gravação. Em geral ( e esta é a experiência prática vivida por este Brasil afora) as pessoas não vêm importância no roteiro. Serve pra que? “Eu já sei que temos que gravar a colheita de cana, pra que roteiro? “. As câmeras de vídeo, pela facilidade em colher imagens, são as vezes compreendidas como aspiradores de realidade. É só chegar num lugar e ligar o aspirador e ver toda aquela realidade entrar pra dentro da máquina. Depois basta o editor arrumar tudo e o programa está pronto!

Claro que as coisas não são simples assim e você sabe que quanto mais material trazer para seu editor, mais tempo ele levará para editar o produto pois terá que ver mais e depois escolher entre muitas imagens.

O roteiro serve sobretudo para obrigar o realizador ( ou o grupo da TV comunitária) a pensar a respeito do tema a ser documentado, a fazer alguma pesquisa, a sair do nível meramente empírico (homens cortando cana e falando sobre o trabalho que estão fazendo). Quando você faz pesquisa de um roteiro de documentário, ele não tem nada a ver com um roteiro de ficção. Não há diálogos prévios. Mas há informações que não se tinha antes, há a explicitação, para você mesmo ou sua equipe, de um formato ou estilo que se quer para o programa. Pode e deve haver uma lista de questões ou mesmo de depoimentos que se gostaria de obter. Informações complementares sobre o plantio da cana, informações históricas, informações sobre as condições sociais de trabalho etc.

<p><b>Exercícios de roteiro:</b> Vale a pena consultar a obra de Syd Field (manual do roteiro e exercícios de roteiro) pois apesar de estar voltada para o filme de ficção longa metragem é coalhado de excelentes recomendações e dicas.</p>
---

O roteiro ajuda a ter objetividade na captação de informações. Ajuda a reconhecer novos elementos que poderão melhorar sua edição. Junto com seu roteiro faça sempre uma lista das imagens básicas necessárias para a edição de seu programa. Esta lista, chamada de **stock shot**, será aumentada quando você estiver diante da realidade. Mas ao menos você já pensou , tem um programa de trabalho e pode melhorar este programa no local das gravações.

O roteiro e a lista de imagens são práticas que devem ser paulatinamente desenvolvidas pela equipe. Comece com um assunto pequeno para não se assustar e desanimar. Mas vá fazendo roteiro pra tudo. É preciso compreender que o momento da gravação é apenas uma etapa num processo da produção de um audio-visual. Se você souber o que fazer nesta etapa, isto vai simplificar muito todo o resto do processo.

**exercício #2:** faça uma sinopse com somente 1 parágrafo. A partir daí; faça 1 story board<sup>37</sup> (ex: uma “estória” sem palavras ou 1 roteiro a partir dos sons ou ainda 1 “discurso” - colagem com imagens de arquivo). Do “zapper” à videocarta (tudo é possível)

Dar importância ao roteiro significa também compreender que os programas não nascem porque a lente se esfrega com a realidade. O pensamento tem que ser desenvolvido. A criatividade também. O primeiro momento deles existirem (depois da pauta e programação) é na hora do roteiro, de estudar o que é que se quer fazer sobre aquele tema.

Roteiro, pauta de planejamento de produção, pesquisa, etc.; é necessário estabelecer um ritmo de produção serial, semelhante a uma linha de montagem numa fábrica. Na reunião da pauta, é fundamental que todas as diversas equipes tomem conhecimento do que será produzido; a partir daí, quando uma equipe repassa o trabalho para a seguinte (da pesquisa à produção, desta para a equipe realizadora e depois para a edição e pós-produção) é necessário que o trabalho esteja concluído e sistematizado para a etapa seguinte.. Esta sistematização gradual irá contribuir significativamente no roteiro final de edição.

❖ **entrevistas/povo fala:** Em qualquer trabalho de TV, sobretudo na comunitária, você está sempre realizando entrevistas com pessoas nas situações mais diferenciadas. Queremos aqui comentar algumas técnicas e dar dicas.

A entrevista clássica, padrão, é a que pode ser preparada com antecedência, é possível colocar um microfone de lapela do entrevistado(a), fazê-lo sentar-se em algum lugar significativo para o que ele representa. Por exemplo um agricultor em sua lavra ou próximo a sua casa. Um artesão próximo ao seu local de trabalho etc. Bem ,até aqui

Espaço reservado a foto de entrevista; locação externa, boom aparecendo e equipe em volta

você resolveu o problema do enquadramento do vídeo. O mais importante agora é como estabelecer um relacionamento e que perguntas fazer de maneira a obter os depoimentos que para seu programa. Tempo é essencial. também é essencial a equipe estar informada do que se vai fazer. Forma-se um campo de energia favorável. Numa entrevista aprofundada é fundamental você ter ( por escrito ou mentalmente) uma lista de perguntas, dos assuntos fundamentais. Mas apenas formular aquelas perguntas não garante que o entrevistado vai falar ou sair do

monossilábico. Outra técnica é levar a entrevista para o lado confessional: o risco é ficar a equipe toda gravando longos trechos de depoimentos absolutamente inúteis. É difícil evitar isto. Mas uma das boas técnicas de entrevista é conversar informalmente com o entrevistado, enquanto a equipe prepara luz, som, câmera, sobre tudo aquilo que você quer saber dele. Levar

Espaço reservado a foto de entrevista na rua (povo fala); repórter aparece com microfone na mão

<sup>37</sup> roteiro em história em quadrinhos

um papo descontraído, fazê-lo compreender porque você está ali. Quando começa a gravação ele se contrai e é sua função tornar aquele momento mais descontraído. Você pode e deve fazer brincadeiras para tentar relaxar o ambiente (se for cabível) ou fazer uma pergunta que não tem nada a ver, que o faça descontraír. Em síntese: quando a luz vermelha do led da câmara acende, tudo fica mais difícil. Se você e sua equipe têm consciência disto, já é um grande avanço.

Com certeza a atmosfera que você e sua equipe criarem no local da entrevista e na relação com o entrevistado será decisivo para o sucesso da empreitada.

Muitas vezes você terá que formular a pergunta de maneira que evite resposta monossilábica. Exemplo: o Sr. planta cana em seu sítio? Resposta: sim. Ao invés disto você pode apontar para a plantação e começar: foi o Sr. quem plantou? O que é isto? Conta prá nós as etapas da plantação!

A entrevista é um momento especial: há entrevistados que crescem diante das câmeras, se abrem, se transfiguram e nos enchem de bons depoimentos. A estes temos que agradecer. Nosso problema é com os outros, os que travam, se encolhem, não sabem mais nada. Todas estas técnicas que estamos mencionando são para estas pessoas. Se você sentir que seu entrevistado entrou em pane, pare a gravação. Não adianta forçar. Relaxe, invente um motivo técnico e dê um tempo. Converse sobre a temperatura, se vai chover ou não e volte a gravar começando por perguntas diferentes.

Espaço reservado a entrevista de estúdio (ex: mesa redonda)

Outro ponto importante: você, diretor ou repórter, está assumindo um relacionamento pessoal com o entrevistado e as perguntas não podem ser impessoais. Quanto mais enganchado for a relação que você está criando ali, melhor será o depoimento. É claro que existem limites éticos e sobretudo numa TV comunitária isto está permanentemente em jogo.

Espaço reservado para entrevista numa exibição de rua (telão aparecendo com a mesma imagem)

Você não está passando por ali, você não é repórter de uma TV norte-americana entrevistando um camponês no Camboja. Sua TV é daquele lugar e ele sabe (ou deve ficar sabendo) que estará sendo visto pela gente daquela localidade ou daquele município. Isto cria alguns problemas extras: muitas vezes deixamos de editar trechos de depoimentos que poderiam comprometer o entrevistado com seus pares e companheiros. Neste ponto a

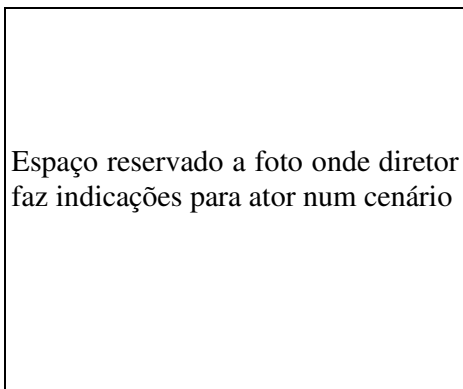
ética de uma TV comunitária é muito diferente da TV comercial, do jornalismo da TV que adora uma controvérsia, jogar uns contra os outros.

Queremos englobar aqui um outro tipo de entrevista, mais rápida e sem tempo de preparação, feita com o microfone da câmara ou com o microfone empunhado

pelo repórter. São em geral situações de rua. Há vários formatos possíveis. O chamado de povo fala consiste em repetir uma ou duas perguntas tema do programa que está sendo gravado: você já corneou sua namorada? ou [brivaldo-TV Viva] “é verdade que todo brasileiro é corno?”

Pelo exemplo, uma constatação já e possível ser feita: povo fala é uma técnica de se obter coleções de respostas utilizáveis na edição. No entanto se ela não for criativa ou bem dosada perde a razão de ser. Quando se começou a utilizar esta técnica, ela criava a ilusão de uma estatística, de uma opinião pública a respeito de algum assunto. Hoje em dia é uma formula desgastada que deve ser usada com muito cuidado. Com criatividade ela ainda é interessante. O grande exemplo popular desta técnica foi dado pela TV Viva e seu reporte Brivaldo que realizou programas memoráveis pelas ruas de Olinda e Recife, sendo provocativo e gaiato, criando tal descontração que produzia reações e comentários autênticos e saborosos.

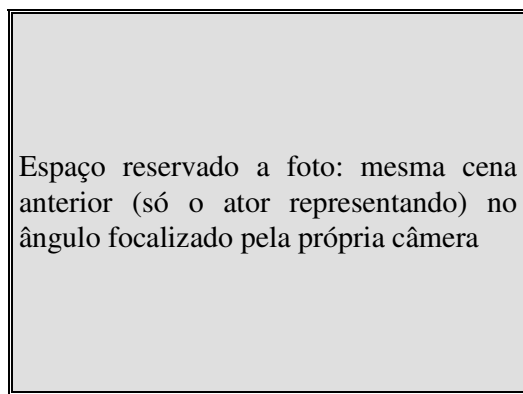
Mas existe outra técnica de entrevista, colhida na rua, mas mais aprofundada do que o chamado povo fala. Embora de improviso e em geral escolhendo gente ao acaso, é possível se fazer entrevistas mais verticais. Por exemplo em passeatas ou movimentos tipo sem terra aonde de improviso podemos flagrar exemplos de vida e de dramas pessoais, sociais, familiares e aprofundá-los numa entrevista. Isto requer muitas vezes argúcia e persistência do repórter ( ou do câmera quando não há repórter).



❖**trabalho com atores:** Já falamos que a utilização da ficção é um recurso inestimável e que vem sendo crescentemente utilizado pelas TVs comunitárias. Muitas vezes um texto de ficção é dito por bonecos ou outros recursos. Mas na maioria dos casos ele é dito por atores. Trabalhar com atores tem suas particularidades e queremos mencionar algumas delas. Antes disto convém lembrar que a televisão provocou um fenômeno nacional de

interesse pela interpretação sendo muito comum encontrarmos grupos de teatro popular organizados ou pessoas com vocação nata para interpretar, dentro da comunidade.

Quase sempre esta será a melhor opção para uma TV comunitária: trabalhar com gente do lugar. Mas é preciso dirigir um ator para guiar sua interpretação na tela. Isto passa pelo menos por dois pontos: o primeiro é assimilar bem o texto. É preciso contar com um tempo para os atores decorarem bem suas falas. Depois, é muito importante que cada personagem criado, mesmo que seja para um vídeo pequeno no formato de

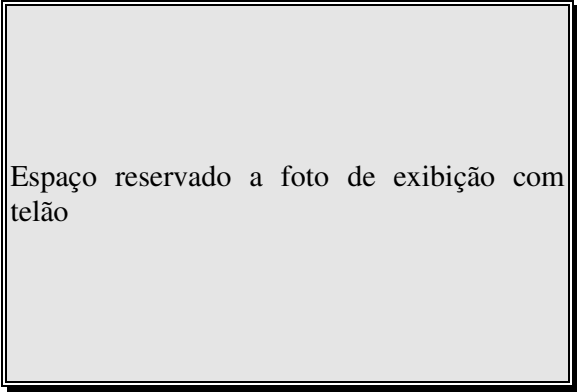


serviço público, seja desenvolvido como personagem. O que quer dizer isto? Quem estiver criando os personagens deve tentar fazer crescer, na imaginação, quem é esta pessoa. Aonde ela nasceu, aonde mora, o que faz, que tipo de pessoa ela é, um pouco de sua história. Mesmo que nada disto vá ser efetivamente utilizado, ajuda a definir melhor o texto do personagem e ajuda demais ao ator compreender na pele de quem ele vai estar. Quando se trabalha com atores, é preciso haver um diretor do programa que assuma pacientemente a relação com os atores, que ensaie muitas vezes, que faça críticas e oriente cada momento da interpretação. É fundamental se compreender que utilizar atores significa que você tem que tornar crível (acreditável, verossímil) a situação que você está criando, o comportamento dos personagens. Mesmo que sua história seja sobre o ET de varginha, as pessoas tem que acreditar na situação que você está criando. Este é o básico

### 1.3) PROCESSO DE EXIBIÇÃO

#### No caso de uma exibição em Telão:

1- Uma TVC que exibe sua programação em Telão na praça pública deverá, durante a fase de captação de imagens, ter mais de uma equipe de gravação trabalhando ou uma só equipe trabalhando em ritmo mais intenso. Isto depende da frequência com que muda a programação do Telão. Sua equipe será, no entanto, formada por câmera, operador de som, produtor e talvez um repórter ou apresentador de programa, dependendo da natureza do programa.



Espaço reservado a foto de exibição com telão

2- A edição pode ser mais sofisticada do que uma TVC de telinha, com o acréscimo de mesas de efeito, de máquinas ou bitolas mais profissionais e o ritmo de trabalho será sem dúvida mais intenso. Fora isto, nada de novo em edição.

3- Durante a exibição porém, a coisa muda muito pois o telão envolve uma aparelhagem relativamente complexa. Muitas vezes o telão é instalado sobre uma kombi,

precisando ser operado por pelo menos duas pessoas. O sistema de projeção em Telão é composto pela tela propriamente dita, um gravador, um equipamento de projeção e um equipamento de som que me permita, junto com os alto falantes, entrar em contato com a praça de exibição de maneira eficaz. A potência do som emitido deve alcançar no mínimo 50 metros de distância medido desde o telão de maneira a permitir que o público espalhado pela praça possa ouvir os programas de vídeo. Afora questões

como pauta e conceito de programação, o que mais muda numa TV comunitária com exibição em telão é exatamente esta parte da exibição.

❖ **roteiro de exibição:** É um recurso da maior importância para uma TVC , sobretudo com exibição em telão. Fazer um roteiro de uma exibição pública significa poder preparar antecipadamente momentos em que são feitas passagens entre programas já gravados, que estão sendo exibidos, para animações e/ou debates que serão feitos e exibidos ao vivo. Este roteiro possibilita organizar animação com o público no local da exibição.

Alguns exemplos: tanto na “TV-Égua/92”, na ECO 92 no Rio de Janeiro, como na “TV-Te Vê” no INPUT 96 no México foram feitos roteiros de exibição. No México além de exibição de rua o programa foi ao ar, ao vivo, com 1½hora de duração, veiculado para toda a cidade de Guadalajara. Isto exigiu mais precisão

e agilidade no dinamismo do programa já que se dirigia a 2 tipos de público simultaneamente. O público ao vivo da praça estava cativado pelo “espectáculo” do telão e dos animadores que estimulavam sua participação . Já o público doméstico teve sua atenção mantida pela qualidade e inovação no tratamento do programa, pelos temas de interesse local (de toda Guadalajara) e porque os animadores fizeram um “jogo de interlocução” dirigindo-se tanto ao público ao vivo como, num tom coloquial e cúmplice, ao telespectador envolvendo-o em dinâmicas interativas de comunicação/participação via contato telefônico.

Nos 2 exemplos acima, o roteiro de exibição alternava blocos de animação ao vivo ( com média de 15 minutos de duração cada) e blocos onde são exibidos vídeos pré-editados (com 5 minutos de duração, no máximo).

A “passagem” entre o animador ao vivo e o repórter do vídeo pré-editado é feita por “ganchos” como, por exemplo, um anunciando a entrada do outro ou a continuidade entre uma pergunta ao vivo e uma resposta “gravada”. Estes “códigos” são importantes porque além de dar continuidade entre as 2 partes

### Roteiro de Exibição<sup>38</sup>

assunto/bloco:	duração:	vídeo:	ao vivo:
↓	↓	↓	↓
1) apresentação-----	8 min -----		<input checked="" type="checkbox"/>
2) “sexitacos”-----	4 min---	<input type="checkbox"/>	
3) sexo/juventude --	15 min -----		<input checked="" type="checkbox"/>
4)TV popular-----	4 min---	<input type="checkbox"/>	
5) para que 1TV?--	15 min-----		<input checked="" type="checkbox"/>
6) making of-----	3 min---	<input type="checkbox"/>	
7) show musical---	10 min-----		<input checked="" type="checkbox"/>

<sup>38</sup> trecho do roteiro de exibição da TeVe-TV, no bairro popular de Tetlán, no dia 31 de maio/96; Guadalajara, México. O roteiro está dividido em colunas, da esquerda para a direita: primeiro o assunto de cada bloco, depois a duração; à direita a definição se é exibição de vídeo pré-editado ou animação ao vivo. Segundo o roteiro, abre com o animador ao vivo (8 minutos); depois é exibido 1 vídeo de 4 minutos chamado “sexytacos” (vendedor de pastéis afrodisíacos na rua) passando para outro bloco, de animação ao vivo com enquetes e debates sobre a sexualidade na adolescência (sexualidade/juventude; 15 minutos). Na parte final o assunto é “para que serve uma TV popular, da comunidade?”: primeiro na exibição de 1 vídeo pré-editado e depois ao vivo. Fecha com um clip com o making of da equipe e um show musical ao vivo (festa na rua).

(contribuindo na unidade da exibição no seu conjunto) facilita a coordenação de diferentes tipos de ações ou operações técnicas, como é o caso do chaveamento do vídeo projetado para a entrada da câmera aberta ou vice-versa.

❖ **câmera aberta:** a conexão da câmera com o vídeo-projetor, permitindo exibir diretamente no telão o que é captado naquele momento pela câmera é denominado “câmera aberta”. Numa exibição na rua este recurso estimula a participação do público. O fato de uma pessoa se ver ao vivo prestando um depoimento, por exemplo, é importante a nível pessoal. Quando isto é feito coletivamente torna-se uma atividade comunitária intensa e dinâmica. Além da utilização nas animações ao vivo, a gravação da câmera aberta permite à equipe de exibição avaliar seu desempenho, de modo a aperfeiçoar-se.

Espaço reservado a foto de câmera aberta (em primeiro plano e telão ao fundo)

Um roteiro começa sempre por uma idéia, por um fato que gera em nós o desejo de fazermos alguma coisa a partir dele.

❖ **dinâmicas de exibição em espaços fechados:** a utilização de vídeo em espaços coletivos fechados cumpre, na maioria dos casos, a função de recurso pedagógico num ambiente de sala de

aula (seja ela de educação formal em escolas/universidades ou na educação popular junto a movimentos sociais). Neste caso, o vídeo (ou uma parte dele) é escolhido ou produzido em função desse uso educativo. A sua utilização geralmente obedece o mesmo ritual: exibição seguida de debate. A discussão, coordenada por um educador que orienta na decodificação coletiva do conteúdo. É nesta decodificação que se dá o processo cognitivo.

*Idéia*  
*Palavra*  
*Argumento*  
*Estrutura*  
*1º Tratamento*  
*(roteiro)*<sup>39</sup>

❖ **dinâmicas de exibição em espaços abertos:**

A exibição de vídeos em telão ou grandes aparelhos de TV segue uma outra lógica. Já mencionamos alguns aspectos da exibição em Telão nos itens acima. Há ainda outros aspectos a serem considerados:

- Pouco antes da exibição, recomenda-se uma *divulgação* do evento nos arredores do local do evento, que pode ser feita através de um carro de som ou distribuindo filipetas e/ou cartazes com informações sobre o local, data e horário da exibição (além do tema e, eventualmente, da participação de artistas locais).
- Durante as etapas da pesquisa, produção ou divulgação podem ser recolhidos dados sobre a *realidade local* através de questionários e

<sup>39</sup> Roteiro - arte e técnica de escrever para cinema e televisão; Doc Comparato; Nórdica Editora; pag 16

enquetes elaborados pela equipe; estes dados poderão ser usados pelo animador durante a intervenção, relacionando as questões locais ao tema dos vídeos que estão sendo exibidos.

- As dinâmicas serão planejadas de acordo com o objetivo que se pretende alcançar (o animador deve estar atento para adotar variantes no roteiro de exibição elaborado a partir das reações e participação do público).
- As animações podem ser divididas em 2 momentos:
  - Na primeira etapa são utilizadas dinâmicas voltadas para *atrair* e *concentrar* a atenção do público; a animação pode conter as seguintes ações:
    - a) música (gravada ou ao vivo) durante a instalação dos equipamentos;
    - b) show atrativos como circo, capoeira, humoristas, grupos de dança, etc;
    - c) “caça-talentos”, resgatando no público talentos para música, poesia, etc.

O animador funciona como apresentador articulando as diversas atividades e etapas da exibição, além de atrair a atenção do público em torno do tema debatido.

- Na segunda etapa as duas dinâmicas detalhadas a seguir devem ser trabalhadas de forma combinada:
  - a) dinâmicas voltadas para *envolver* e *estimular* a participação: o animador deve levantar polêmicas que relacionem o tema com a realidade local, podendo utilizar recursos como a câmera aberta, povo-fala, humor, mímica, teatro, caça-talentos ou promover concursos (se possível com premiação);
  - b) dinâmicas utilizadas para *análise de conteúdos*: é importante alternar a animação ao vivo com a exibição dos vídeos de apoio (ou pré-editados), podendo recorrer, na animação, à dramatização, debate aberto ao público, chuva de idéias e simulação de situações<sup>40</sup>

## 2) TVCs que TRANSMITEM por *Canais Abertos* (narrowcast ou broadcast)

❖ **Estruturação inicial do canal:** A diferença entre uma TV com exibição direta (espaços coletivos abertos ou fechados) e um canal comunitário com emissão contínua é muito grande. Se na primeira o ciclo de produção era no máximo semanal, passa agora a ser no mínimo diária. Isto significa uma escala muito maior de produção. Isto sem contar com o fato de que chegamos à sala de visita de nosso público embora não saibamos quem ele é! Mas antes de entrar no esquema de produção é fundamental estruturar esta TV ou canal. Neste ponto o coletivo participante da comunidade poderia ser subdividido em grupos de

---

<sup>40</sup> uma destas situações é a utilização de “fósforos” ou pessoas ligadas à equipe de exibição infiltradas nomeio do público, cuja função é fazer o “papel de público ativo” (perguntam, participam, estimulam e até provocam os outros). Este recurso dramático é empregado quando o público está “frio” ou apático; nestes casos, os fósforos “aquecem” o ambiente, facilitando o trabalho do animador.

trabalho; como já foi dito diversas vezes neste texto, seria bastante proveitoso contar com a assessoria de profissionais com experiência em TV (pelo menos 1 em cada grupo) de modo a fornecer informações e sugestões. Todos os grupos deverão trabalhar de forma coordenada e em permanente diálogo (como se irá verificar mais adiante, todos os grupos dependem uns dos outros, formando uma corrente semelhante à linha de montagem de uma fábrica). Uma sugestão de grupos poderia ser: a) regulamento interno/estatuto; b) produção/finalização (de todos os tipos: estúdio, externa, acervo, pesquisa, produção de apoio, edição, etc); c) programação (estrutural e operacional); d) gerenciamento (coordenação, administração e captação de recursos)

❖**configuração de Equipe:** TV de canal aberto, mas com alcance pequeno ( por volta de 4 a 5 km quadrados) , tanto em VHF( frequência normal) ou UHF (que exige conversor para capturar imagem), levando a imagem até a casa das pessoas. Neste caso muda muito toda configuração da equipe. Em primeiro lugar a equipe de captação de imagens terá que aumentar em quantidade, pois mesmo que ela não esteja transmitindo o dia inteiro estará transmitindo algumas horas, todo dia. Uma hora ou duas por dia já é um peso considerável. O volume de produção obriga a ter mais de uma equipe e mais de um equipamento de gravação. Além disto a estrutura de edição terá que se ampliar pois diariamente é colocado no ar programas novos, de qualquer natureza .

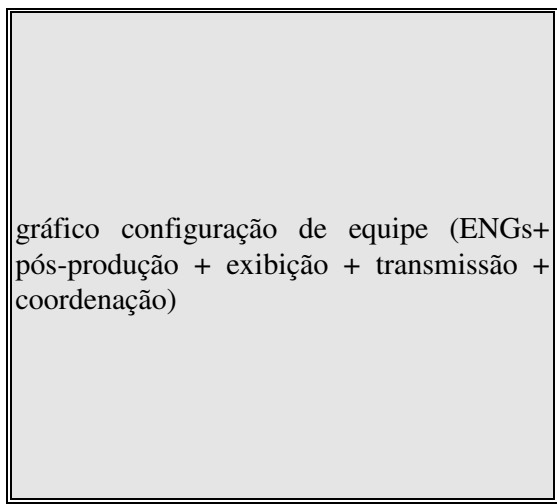


gráfico configuração de equipe (ENGs+ pós-produção + exibição + transmissão + coordenação)

A estrutura de editoria muda também pois dependendo do volume diário de material produzido será necessário existir um editor chefe e 1 coordenador de cada editoria ( cada frente de trabalho do tipo esportes, relações com a prefeitura, debates, programas infantis, noticiário local etc.)

O que mais muda no entanto é a utilização do estúdio. Se trata de um espaço com tratamento acústico de maneira a não permitir que os sons produzidos internamente ecoem e que isole os sons exteriores. O parque de luz da TV deverá ser maior para iluminar o estúdio pois é nele que boa parte do dia-a-dia das emissões acontecerão. Em termos ideais, num estúdio seriam necessárias 3 operadores de câmera (para as 3 cameras ali existentes), 1 técnico ( as câmeras são afinadas entre si no registro, pedestal, croma e monitoramento de onda), 1 operador de controle e o diretor de programa. É claro que uma TV popular pode e deve adaptar um espaço menos convencional e operá-lo como um estúdio. No entanto pelo menos o isolamento de som e o tratamento acústico são necessários.

Por ultimo, existem os equipamentos que mandam para o ar a programação: a antena transmissora com seu gerador e os gravadores e um switcher aonde são colocados os programas e anúncios pré-gravados que serão alternados com

intervenções ao vivo. Novamente aí são necessários 2 pessoas para fazer esta operação entre controle da antena e uso dos switchers.

❖**configuração de equipamento:** mesmo tentando configurar o equipamento numa escala mínima, é importante levar em conta as diversas áreas de captação (produção) e finalização (pós-produção): na captação é feita tanto em locações externas (ENG, com pelo menos 1 câmera e microfones) como em estúdio (onde, além do equipamento já citado, é fundamental ter também um kit básico de iluminação e tripé). A finalização tende cada vez mais ao uso de computadores, seja como apoio à edição linear (1 ou mais players e 1 recorder) ou não-linear (imagem e som totalmente digitalizados).

## 2.1) PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO

A pauta de uma TV comunitária, além dos assuntos é também distribuída pela hora do dia em que estes assuntos vão para o ar!. A equipe geral é muito maior. Equipes de gravação terão muito mais assuntos por dia a cobrir do que em qualquer outra experiência. Além disto, como já dissemos, uma TV deste tipo necessita do estúdio, onde são feitos muitos programa de entrevistas, programas de auditório, cabeças de reportagem, gráficos, fotos, croma keys etc. Nesta situação de estúdio necessito (no mínimo) um câmera, um operador e um iluminador. A TV terá pelo menos um apresentador ( que pode ser alguém da comunidade) , equipes de edição e para transmitir, alguém cuidando da antena e da emissão do que já está gravado e sua mistura com o que vai ao vivo para o ar. Mais externas, mais editores, estúdio, pautas complexas, apresentadores, programas ao vivo, emissão: estes os diferentes setores que pedem equipes especializadas

Todo produto audiovisual pertence a esfera do produzir. Organizar e planejar a produção é absolutamente essencial para qualquer tamanho e formato de uma TV comunitária. Prazos, contatos, informações na hora certa, otimização do uso de equipes e equipamentos, toda a intermediária de uma TV é regulada pelo planejamento de produção. Ela é a intermediária de um jogo de futebol. Sem intermediária não há futebol. É só chutão prá cá e prá lá.

Que tarefas envolve a produção? Todo contato com a comunidade é tarefa da produção. A preparação do que vai acontecer, tudo aquilo que é necessário para uma gravação, edição ou exibição é problema da produção. Garantir que seu Anísio ou Dona Zuleika vão estar em casa na hora combinada, saber que naquela hora a equipe também pode estar lá. Ter certeza de que as fitas de vídeo estarão com a equipe, que os

quadro sinóptico do planejamento da produção (ver c/Enzo organograma do ARFIT/PROD/ORÇA)

equipamentos e transportes estarão nas horas e lugares marcados. Garantir a produção de finalização da edições ou seja : artes, letreiros, fotos fixas, locutores, materiais extras, materiais de arquivo. Há também horários a serem cumpridos, esquemas de alimentação etc. Grande parte destas tarefas são exercidas pelo Coordenador de Produção, que é alguém que sempre deve estar sabendo de tudo para poder distribuir as informações certas às pessoas certas nas horas adequadas. Se uma informação deixa de passar, você arrisca perder um dia de gravação ou não ter uma tomada para ligar sua aparelhagem de exibição. Ou a associação de moradores veio assistir o vídeo num outro dia ou ainda faltou a cartela que dizia : Seu Anísio, e isto prejudicou a edição ou impediu que sua entrevista fosse junto com o programa de julho. Todos nós de TVs comunitárias sabemos como é complicado e que prejuízos trazem a falta deste planejamento de produção. E como é difícil encontrar alguém para esta função porque em geral há muito voluntarismo e baixos salários nas equipes, todos estão se esforçando muito mas conhecem pouco, sobretudo deste assunto intermediário. Há pouca consciência de que a produção é a alma deste tipo de atividade. De que é preciso alguém só para esquentar a cabeça com todas estas questões miúdas, cobranças, horários, verificações etc. Transito de equipes de gravação e de matérias de edição, finalização , exibição. Sem uma boa coordenação de produção o trabalho dobra, tudo fica mais difícil e rende menos.

❖**política editorial:** Para definir a grade de programação de um canal comunitário é necessário levar em conta alguns aspectos: a) ter uma linha editorial que tenha ao mesmo tempo critérios de seleção de material e seja de acesso público da comunidade; b) essa linha editorial deve destacar uma “cara” própria, uma identidade que a diferencie das outras TVs (comunitárias ou não).

Estes critérios são somente critérios “técnicos” de qualidade ou também critérios de conteúdo? Neste caso remetem também à necessidade de elaborar um regulamento interno que indique valores, pelo menos de 3 tipos: ético-morais; jurídico-políticos e técnico-operacionais:

- 1) ético-morais (ex: “não pode exibir materiais que incitem direta ou indiretamente à violência”);
- 2) jurídico-políticos que envolvam alguma dúvida legal em termos de licença para veiculação em TV mesmo sem fins lucrativos; ou que contenham conteúdos de propaganda política-partidária;
- 3) técnico-operacionais (qualidade mínima em termos de imagem e áudio).

No entanto, o tratamento do discurso e da estrutura narrativa é mais complexo e vai além das categorias indicadas acima. É este tratamento que vai configurar a cara ou identidade da TV. Em função disso geralmente são criadas 2 equipes ou “conselhos editoriais”: o 1º é composto pela própria equipe operacional da produção, responsáveis pela finalização e ordenamento do material a ser transmitido imediatamente; em princípio são eles os responsáveis pela “seleção primária” ou direta dos materiais. Cabe ao 2º conselho, num nível de direção, “arbitrar” eventuais discordâncias na seleção primária da equipe operacional,

além de elaborar a política editorial num nível mais estrutural, dos eixos e linhas que orientam as equipes de produção e finalização.

Assim como pode ser verificado nos critérios de seleção em relação ao grupo do estatuto, Acriação de uma linha editorial implica em definir aspectos implícitos em todos os grupos de trabalho criados para cuidar dos diferentes aspectos da TV.

- 1) como vai ser a programação desse canal?
- 2) cada grupo vai assumir 1 (ou mais) programa(s)?
- 3) qual a capacidade de cada um dos grupos inscritos fornecerem uma programação periódica?
- 4) qual a porcentagem, na programação prevista, de produção própria e do acervo?
- 5) um canal comunitário pode ser algo mais (através da sua linha editorial) do que uma TV de acesso público?<sup>41</sup>

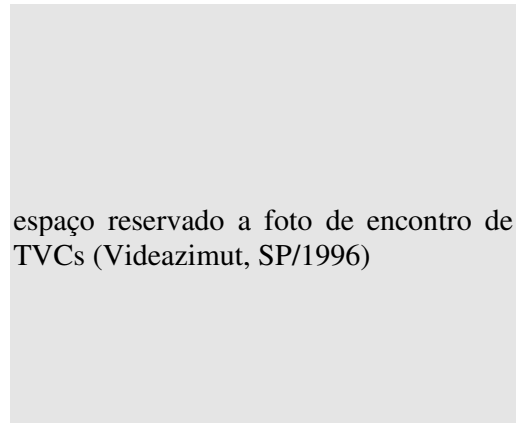
A linha editorial de uma TV (assim como em qualquer outro veículo) é a sua “cara”. De qualquer forma um canal comunitário é uma “TV aberta” que, tendo um padrão de qualidade convencionalizado como tal, pode gerar expectativa de audiência pelo “inusitado” de sua abertura.

#### ❖ **redes de intercâmbio e coprodução:**

A produção de vídeos é demorada, envolve muitas etapas e frequentemente uma TV comunitária consegue produzir poucos programas. Através do intercâmbio com outras TVs comunitárias é possível receber vídeos de outras produtoras, também comunitárias ou não e também fazer com que seus produtos sejam vistos em outras comunidades. Muitas vezes as equipes das TVs se juntam para realizar produções conjuntas em determinados

assuntos e assim a programação periódica de sua TV é mantida. Muitas vezes é interessante colocar uma cabeça de programa produzida por sua TV em algum vídeo de outra produtora explicando a natureza daquele vídeo, aonde ele foi feito, quem são os personagens envolvidos. Isto facilita a absorção de um vídeo que pode ter sotaque exótico ou comportamentos diferentes daqueles que o pessoal local está acostumado a ver. Os intercâmbios terminam por formar redes de intercâmbio de produtos ou distribuidoras, como no Brasil acontece com a ABVP, TVT, IBASE / Vídeo e outros.

❖ **formatos de programas:** Este é um nome genérico para designar os diferentes tipos de programa: humor, jornalismo, video-processo, matéria sobre lugares,



espaço reservado a foto de encontro de TVCs (Videazimut, SP/1996)

---

<sup>41</sup> a única “linha editorial” possível nas TVs de acesso público é não ter (e cada um que chega vai preenchendo) e uma simples “divisão do bolo” (onde a programação é dividida pelo grupos interessados)

debates, entrevistas, infantis, informes. Cada um destes são formatos diferentes de programas. O encadeamento destes programas pode gerar um formato geral.

No formato infantil você pode ter teatro de bonecos, programa de crianças falando com crianças, crianças falando o que pensam, crianças mandando mensagens para os adultos, humorísticos infantis, circo etc.

Utilidade pública: ensinando a tomar chá prá dor de barriga, pressão arterial, como tirar carteira de identidade, como vacinar e que vacinas, como reclamar de sua conta de luz, como encaminhar uma reclamação para o prefeito etc. etc.

Ficção não é um formato mas um recurso. Posso utilizar a ficção para fazer um programa infantil, uma utilidade pública, um drama de adolescentes, debates. Posso desenvolver questões trabalhistas utilizando histórias com atores, mini-dramas.

Entrevista pode ser um formato. Nela o apresentador ou repórter conversa com uma ou mais pessoas separados ou ao mesmo tempo. Jô 11 e ½ . Conversa-se, conta-se fatos curiosos ou relevantes da vida pessoal etc.

O debate é diferente da entrevista: com 2,3,4 ou mais pessoas desenvolve uma discussão sobre um tema central. Ex: como evitar filhos, papo de jovens. O debate pode envolver os mais diferentes segmentos da comunidade e gira sempre em torno da diferença de opiniões.

Outro formato é o jornalismo de atualidade: matérias sobre eventos, ações ou ocorrências que estão acontecendo agora na comunidade. Lugares, gente que faz algum trabalho. Toda conversa sobre política editorial e linha editorial do programa fatalmente passa pelos formatos . Grande parte deste assunto tem a ver com a segmentação da audiência da TV comunitária. Você vai fazer programas para estes públicos segmentados que você mapeou na comunidade. Crianças, pais de família, donas de casa, operários, gente das ruas. E os programas serão formatados de maneira a se adequarem a este público e ainda ao formato de exibição: telão, telinha, broadcast. Cada situação sugere maneiras diversas de formatar programas e tratá-los. O programa em geral, isto é, a soma dos programinhas, também tem um formato: é um programa de variedades, é um programa todo de debates, é um programa com vinhetas intermediárias, músicas para animar o espectador etc.

❖**grade de programação #1 - o processo:** Dependendo de quanto tempo uma TV por sinal aberto, que chega à casa das pessoas, fica no ar, ao longo do dia, a pauta da programação será muito mais diversificada e maior. A organização dos programas pelos horários é chamada de grade de programação e em todas as TVs comerciais ela está intimamente ligada ao cotidiano das casas, aos horários da família. A televisão de sinal aberto formata seus programas dentro da grade de programação: como estou entrando na casa da pessoa através deste eletrodoméstico televisão, minha programação se adequa aos horários da casa. De manhã as crianças gostam de ver desenho. Bem cedo tem programas educativos e informativos. No final da manhã matérias de interesse da dona de casa, mulher. Perto da hora do almoço, a criança já voltou da escola, às vezes o homem vem comer em casa ou mesmo na há uma pausa para a refeição e se multiplicam os televisores em bares e restaurantes. Nesta hora cabem informativos, culturais,

esportes etc. De tarde há novelas, no fim da tarde desenhos animados para quem estuda de tarde e de noite todos já conhecem: noticiários, novelas etc.

Uma TV comunitária não pode competir com este esquema mas ao mesmo tempo deve aprender que existem horários preferenciais de seu público e trabalhar com este elemento de realidade. Mas com certeza é possível inovar muito pois a grande característica de uma TV local comunitária é a intimidade, é o fato de estar falando e mostrando gente daquela localidade. Sua função então passa a ser quase oposta a da TV comercial pois ela aglutina os espectadores naquilo que há em comum entre aquele grupo de pessoas. Dá pra pensar em belas aulas de costura ou cozinha feito por gente do lugar, com as coisas dali mesmo. Você terá uma rede de pessoas atentas, recebendo as informações e querendo trocar via TV ou mesmo diretamente, na casa da pessoa. A TV comercial é anônima enquanto a TV comunitária pelo contrário destaca conhecidos entre conhecidos.

Para fazer uma grade de programação seria necessário existir um conselho editorial, isto é, um grupo de pessoas que gastem um certo tempo definindo grade/formato/tratamento. É um assunto complexo e que deve ser aprofundado antes de qualquer movimento efetivo de realizar uma TV comunitária. Uma TV broadcast popular, tendo a grade ao começar a funcionar, deve constantemente desconfiar se a estrutura da grade está realmente resultando. Checar se é possível melhorá-la, se ela está no melhor tempo e com a melhor realização possível. A experiência da TV de sinal aberto cria uma avenida de mão dupla pois a relação com o público é quase que direta, palpável. A comunidade é conhecida e há um retorno, um eco que nas TVs comerciais só é possível através de sofisticadas técnicas de pesquisa de mercado e audiência.

Uma TV de baixa potência ( sinal aberto/ narrowcast) não pode prescindir de parcerias, em todos os sentidos que já mencionamos e mais alguns. Ficar no ar poucas horas por dia já é uma coisa inimaginável, em termos de volume de trabalho, para uma produtora de pequeno porte, para alguém que veio da telinha e sabe quanto tempo leva definir um tema, captar suas imagens, editá-las e exibi-las. Estas parcerias podem tanto ser com produtores independentes de diversas naturezas ( não necessariamente apenas de vídeo popular) ou com produtoras que possuam grande quantidade de títulos de programas complementarão seu dia de exibição.

❖ **Grade de Programação #2 - a filosofia:** A cara de um canal comunitário não é somente a “cara” da cidade, do bairro ou da comunidade e nem mesmo a “cara” de quem se organiza e participa do canal. Essa “cara” é formada por um conjunto de fatores dos quais a grade de programação é um fator. Juntamente com a linha editorial ela forma a estrutura da programação em si. No entanto cada programa deste funcionaria como uma janela, intercalada por breaks, chamadas, serviços e até interprogramas<sup>42</sup>. Este conjunto todo forma a “cara da TV comunitária”<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> os “interprogramas” foram adotados recentemente pela TVE com curtas de animação de 1 a 3 minutos contendo informações básicas sobre CLT p.ex.

<sup>43</sup> Tomando como exemplo outro canal a cabo, no caso Cartoon Network, a configuração da grade tem vinhetas e todo um “discurso” implícito que não é pouca coisa; implica em produção própria sim. Fora isso, produzir programas de forma coletiva é o que teria de mais atraente não ‘so em termos de programação como de incentivo a participar, a ser uma TV mais interativa, e por aí vai.

O canal comunitário poderia ter uma programação subdividida em 3 níveis:

- 1) “privada” porque apropriada por dentro de instituições que assumem os custos de produção de programas periódicos (mensal, semanal, diário). O custo é zero para o canal. Deve ser definida qual a porcentagem deste tipo de programação na grade,
- 2) “própria” porque é assumida enquanto canal ou suporte da grade (breaks, vinhetas, interprogramas, serviços, etc.), além de produção (eventual e/ou permanente) assumida coletivamente enquanto canal, ou ainda definindo 1 (ou mais) tipo(s) de programa (p.ex. metalinguístico como é o caso da “leitura crítica dos meios” feita pelo “Paper Tiger” durante a guerra do Golfo) justificado no *papel público* (fiscal, alter-ego do legislativo) do debate de cidadania. Parte dela tem custos (deveria ser assumida pela iniciativa privada promovendo concursos ou simples apoio cultural. A outra parte não tem custos para o canal por ser outorgada pelo autor ou instituição.
- 3) “dar condições a” assumindo o caráter público do canal (no caso, se não o canal como um todo, pelo menos esta atividade deveria ser sustentada por dinheiro público) tendo infraestrutura (equipamento e oficinas de capacitação).

## **2.2) PROCESSO DE PRODUÇÃO (o que há de diferente em relação ao Telão/telinha?)**

❖ **Processo de produção:** do ponto de vista da produção propriamente dita, uma TVC com emissão por canal aberto difere de uma TVC de Telão nos seguintes aspectos:

- 1- O giro de produção é mais rápido e mais intenso na TV de canal aberto. Diariamente diversas produções serão feitas ao mesmo tempo, mesmo se a TVC só vai ao ar por 1 ou 2 horas diárias. Há um salto entre o artesanato das TVCs de telão / telinha e a emissão Broadcast. A pesquisa de campo é mais intensa e ao mesmo tempo mais concentrada, possivelmente cada programa da grade já terá um formato dentro do qual as matérias e assuntos se encaixarão. Provavelmente a postura das equipes de gravação se modificarão um pouco, deverão ser mais precisas sem deixar de serem comunitárias.
- 2- Em segundo lugar a figura do estúdio passará a ter uma importância muito grande pelo baixo custo de se produzir ali. Debates, informes, programas infantis, ficções de todos tipos, avisos, música, danças, programas de auditório, conversas com os mais variados tipos de pessoas, a cabeça dos programas, tudo isto será feito no estúdio.
- 3- O contato direto com a comunidade numa TV comunitária passará a fazer parte da produção, preparando as exibições e trazendo feed-back das mesmas. Falaremos disto abaixo.

---

É nesse desenho da grade enquanto o esqueleto de suporte (com essas vinhetas, alguns programas, configuração geral do projeto do canal dando condições a que os excluídos financeiros produzam) que o canal vai ter um ganho de qualidade imenso. O canal pode ter um formato moderno, provocativo, instigador na forma de apresentação e de impacto no conteúdo do que faz. Para contribuir neste tipo de trabalho, pode-se convidar para brain storms a feras de diversas áreas como “conspiração”, autores de computação gráfica, realizadores, etc.

❖ **Idéias:** A concepção de idéias para um programa é absolutamente diferente quando se pensa em vídeo para exibição direta ou para veiculação por canal aberto ou cabo. Das inúmeras diferenças duas merecem destaque:

- 1) uma produção para exibição direta (telão / telinha) não exige necessariamente a continuidade de uma série para TV. O assunto é tratado para “esgotar-se” numa única produção. Na TV broadcast não!: o assunto deve prolongar-se o suficiente para justificar uma série (ou um formato) de programa.
- 2) o tipo de público ao qual se dirige e a forma de recepção ou “leitura” do material exibido variam enormemente. No caso da exibição direta em espaços coletivos sabemos que haverá um ritual de animação, estímulo à participação e interatividade; portanto a idéia a ser desenvolvida no processo de produção visa provocar essa reação participativa no público ao vivo na rua. No caso da veiculação por emissão, onde o receptor é “privado”, familiar, dentro do universo doméstico, onde teu programa está “alinhado” na largada para uma corrida na disputa pela audiência que detem um controle remoto. Neste ponto, a grande vantagem para a TV comunitária é não estar subordinada, da mesma forma que uma TV comercial, à guerra da audiência. Em função disso, permite experimentar (e errar) mais, podendo desta forma ser mais inovadora no seu resultado final.

O ponto de partida para uma nova idéia ( de programa, formato, tratamento) é o impulso criativo da “tempestade cerebral” numa discussão da equipe mas pode ser também uma notícia no jornal, um comentário no boteco da esquina ou apenas a percepção de um instante fugaz. Uma manifestação de aposentados arrastando um bando de cachorros é o ponto de partida para o roteiro de “Humberto D”. Nova Iorque vista por um cachorro é o tema de uma produção do “Paper Tiger”. Desde o impacto da primeira idéia até a minuciosa reconstrução da estrutura narrativa no processo de edição, tudo releva do esquadrinamento e metamorfose dessa idéia persistente chamada tema. James Joyce localizava os mistérios da estética em quatro momentos, bastante ilustrativos da noção da idéia: o primeiro é lúdico, assim como o homem primitivo se debruçava sobre o remo; o segundo é épico, das grandes aventuras; o terceiro é dramático, onde os personagens adquirem vida própria e, por último, com o universo da trama resolvido em si mesmo, a obra expulsa o autor, o qual indiferente limpa-se as unhas.

Uma boa idéia nunca deve ser jogada fora; escreva-a, sistematize-a; vá depurando-a, lapidando as arestas, reconstruindo-a até tomar forma. Mais importante do que o resultado é o processo de fazê-la.

❖ **roteiro:** Há uma grande diferença entre um roteiro feito para esgotar um assunto numa única produção e outro, da série para TV, feito exatamente no sentido oposto, isto é, tentar perpetuar-se (aprofundando, segmentando as abordagens, etc) mantendo o interesse do público no tema ao longo dos programas.

## SUMÁRIO<sup>44</sup>

### Idéias

renove sempre as fórmulas, observando o tempo todo novas maneiras de aperfeiçoá-las.

Teste todas as idéias novas de produção perguntando:

1 ela entretém? SIM para todas as idéias.

2 ela informa? SIM também para todas (exceto para programas que visam exclusivamente ao entretenimento)

A televisão não é um bom veículo para a comunicação de grandes quantidades de informação detalhada. Você tem de selecionar apenas os fatos mais importantes para o seu programa e excluir os demais.

Sugestões para gerar boas idéias:

1 Faça produções sobre assuntos que você conheça bem.

2 Dê a você mesmo uma chance de fazer programas de sucesso selecionando temas de interesse humano (assuntos inéditos e curiosidades interessam mais do que estatísticas de exportação).

3 Mantenha um Arquivo de Idéias.

<sup>44</sup> On Camera - O curso de produção de filme e vídeo da BBC; Harris Watts; Summus Editorial; pags 25 e 26

❖ **entrevistas e debates:** Um programa de debates é o mais vantajoso na relação custo/benefício; não custa praticamente nada e rende bastante em termos de tempo (não existe debate relâmpago). O único problema é que, “até prova em contrário”, programa de debates é muito chato. Para evitar a fuga de audiência pode se lançar mão de recursos nem sempre apelativos como, por exemplo, ter um âncora inteligente, bem humorado e perspicaz (seguindo a mesma recomendação do animador de rua) ou usar a criatividade inserindo materiais pré-produzidos ou estimulando a participação do público (num auditório ou por telefone, por exemplo).

Espaço reservado a foto de uma entrevista numa TVC

Espaço reservado a foto de um programa de estúdio numa TVC

❖ **Uso de Estúdio:** Já falamos que a característica mais marcante do processo de produção de Televisão é o uso do estúdio.. O estúdio é uma das formas de ocupar um espaço e criar diferentes formatos de programas a um custo (físico e financeiro) muito baixo. Em estúdio posso fazer programas de debates, talk shows (entrevistas e conversas), reporter, danças, grupos de música, teatro e outras atividades. O equipamento básico de um estúdio é composto por 2, 3 ou 4 câmeras, a luz básica (muitas vezes já presa à grade superior e facilmente regulável) e a sala de controle aonde é feita a direção técnica do programa. Em geral um estúdio é acusticamente isolado de tal maneira que posso fazer a captação do som direto sem nenhuma interrupção. Num estúdio se costuma usar tapadeiras (grandes placas de madeira ou compensado, com pés e pintadas) articuladas de tal maneira que posso cobri-las com um papel desenhado, um enfeite, cenários variados e assim ocupar longo tempo de programa.

Uma TVC pode sempre improvisar seu estúdio num lugar fechado e silencioso, algo parecido com uma garagem ou um grande bar. Terá por um lado a vantagem de estar numa locação natural e reconhecida de sua comunidade. Por outro lado terá problemas de som direto pois pessoas, trânsito, crianças farão sempre um ruído que poderá ser fatal à boa compreensão do que está sendo falado.

Poucas TVCs em nosso continente possuem estúdio ou trabalham regularmente num. O desenvolvimento das TVCs a cabo nas capitais trará sem dúvida a necessidade de um trabalho mais sistemático em estúdio.

Uma das outras possibilidades do estúdio é a gravação de ações em kroma-key, sistema que me permite inserir um fundo qualquer sob a imagem daqueles que estão sendo gravados no estúdio. Com isto se amplia muito a capacidade de viajar sem sair de casa, criando situações variadas para o espectador.

❖ **Programa ao vivo:** Um programa ao vivo, seja gravado em estúdio ou em externa, exige uma técnica especial marcada sobretudo pela presença de um switcher que permita a passagem de uma câmera a outra, seja por corte seco ou uma transição qualquer (wipe, dissolve, sobreposição etc). Além disto é preciso existir um sistema de comunicação entre a direção do programa e as câmeras. Nas Televisões broadcast existem os intercoms, sistema de telefonia sem fio que permite ao câmera ouvir as instruções do diretor.

No curso da Broadcast Popular da ABVP em Belo Horizonte foi gravada uma apresentação externa de Elias Sunshine Show, um programas do tipo “calouros” todo feito numa quadra de basquete ao ar livre. O switcher era precário e permitia passagens apenas entre 2 câmeras entrando a 3ª câmera por corte seco. Ao lado de cada câmera ficava uma pessoa controlando o cabo da câmera e olhando para o diretor do programa, transmitindo instrução previamente combinadas (posições de mão e dedos) para o câmera (deslocamentos, aproximação, pans, zoons, detalhes etc.). A comunidade local participou vendo o programa em casa com excelente receptividade.

Um programa ao vivo pode ser uma partida de futebol, um programa de gincanas na rua, números musicais numa praça, etc. Em externa existe sempre o problema da interferência dos sons ambientes, da luz natural (que varia muito dependendo se há nuvens etc) e do tempo (chuva). Cada circunstância destas exigirá da equipe uma preparação específica.

A dificuldade maior de um programa ao vivo está na sincronia entre o que vai acontecer e a câmera certa no lugar certo. Muitas vezes é possível fazer ensaios. Quando há um apresentador o micrófono mestre fica com ele e isto facilita.

❖ **telejornal:** Há um princípio universal que afirma “toda TV deve entreter e informar”. A espinha dorsal da informação numa TV é o telejornal. Mesmo numa TV comunitária isto se aplica. O que há de diferente nisso? O recorte local. O tratamento da realidade com conhecimento de causa. A título de exemplo, qualquer favela é vista por quem não mora nela como “reduto de bandido ou drogas”; já quem mora nela reivindica dignidade.

Outro exemplo deste diferencial é o tratamento dado às notícias. Um exemplo: todos os telejornais dos canais abertos transmitem simultaneamente as mesmas imagens (distribuídas por apenas 2 ou 3 grandes agências internacionais de notícias); o curioso em tudo isso é que todos invariavelmente as veiculam como se fossem deles mesmos; o destaque absoluto é o fato informado em tempo real.

Além do controle da informação (a Guerra do Golfo é um exemplo de como transformar o genocídio num atrativo videogame), a notícia tende a ser homogeneizada na caracterização ascética dos apresentadores. Neste sentido, vale a pena fortalecer a regionalidade não só no sotaque mas até no próprio tratamento da informação. Ainda nesta direção, a questão da *territorialidade* é fundamental no papel que pode ser exercido por uma TV local.

Uma alternativa interessante para ser incorporada pelas TVs comunitárias é a *leitura crítica* da notícia; o que há por trás, quais os interesses em jogo, denunciar as formas de manipulação da informação, etc.

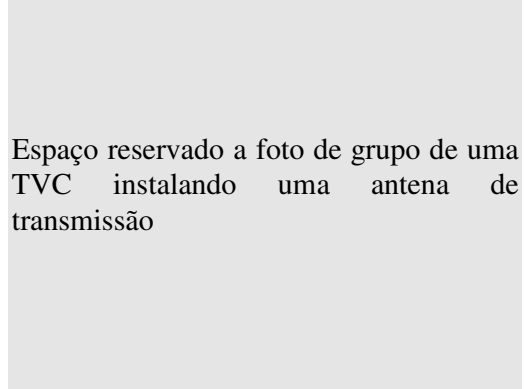
## 2.3) PROCESSO DE VEICULAÇÃO

❖ **o anel de Moebius 2 - audiência e realimentação:** *O processo contínuo (moto perpétuo), periódico, sistêmico, serial do fazer TV.* A exibição ou veiculação de programação por canais abertos em primeiro lugar tem a característica de ser formalmente muito parecido com uma TV comercial: você pode ficar de chinelo comendo pipoca e assistindo o programa em sua sala de visita ( ou em sua cama). Já falamos de grade e de outras questões particulares. O que resta a falar, o que realmente há de especial quanto a exibição neste caso é algo que acontece antes e depois da exibição.

Vamos examinar o que seria a emissão por antena: em geral ela é feita por um transmissor de baixa potência (low power TV), cujo alcance é de 4 a 6 quilômetros lineares ( isto é , é preciso estar em um lugar alto para chegar à casa das pessoas). Isto significa que pelo menos o transmissor ( em geral a TV também) está instalado na região da veiculação. Para implantar esta TVC é preciso procedimentos especiais. Primeiramente é necessário ensinar as pessoas da localidade a sintonizarem o canal de sua emissão. É preciso um grande esforço da TVC até a comunidade criar o hábito de assistir sua própria TV. Em compensação, naqueles minutos em que você estiver transmitindo, estará atingindo um público muito maior de pessoas. Eles se vendo na TV permite discutir muitos assuntos comunitários. É preciso ir de casa em casa ou nos bares e outros pontos de encontro, criar toda uma relação da comunidade com o programa, criar pontos coletivos nestes bares e depois voltar a procurar estas pessoas para saber como foi, o que acharam, as críticas etc. Sua equipe vai aumentar e contar com um novo setor que é o responsável por estes contatos. Muitas vezes a antena da emissora deve ser reajustada pois existem ponto na localidade recebendo mal o sinal. Outras vezes você vai eleger a sala de visita de alguém conhecido da comunidade para realizar um programa de entrevistas ou debates. Esta equipe vai aprofundar muito o contato e o conhecimento da comunidade. Eles darão dicas para as equipes de pesquisa e ajudarão nas pautas. O retorno, o feed back será muito intenso com aplausos e reclamações da comunidade.

O fato de ter programa todos os dias, mesmo que poucas horas por dia, trará uma intensidade de contato muitas vezes maior do que uma TVC de telão. A comunidade aparecerá mais intensamente na telinha. Alguns problemas comuns serão mais debatidos. Algumas questões com o poder público, prefeitura e seus órgãos , serão irradiadas de mais perto, acompanhadas por todos. A comunidade se fará notar junto a este poder público. Choverão políticos locais muito alegres ou zangados com a notoriedade local

Você pode ter a comunidade conversando consigo mesmo em horários especiais, como p.ex costureiras conversando com costureira, num programa para ensinar



Espaço reservado a foto de grupo de uma TVC instalando uma antena de transmissão

ou aprofundar costura . É possível realizar, neste contexto, algo que a TV broadcast não consegue, como por exemplo distribuir um molde de costura junto a população para ser examinado durante este programa de debate. Isto é , criar um leva e traz entre a TV e o real da comunidade, servindo aí como um acelerador de relacionamentos. É possível ter pontos de distribuição nos bares da comunidade, posso aprofundar mecânica, ou qualquer outra coisa. As costureiras locais poderiam se envolver com este programa e anunciar ou vender seus produtos, ajudar também a própria TVC com parte das vendas.

Outro aspecto é estar atenta na vida da comunidade prestando serviços : procedendo assim ela recupera o espaço do rádio (“genoveva, marlúcia avisa que está chegando de Fortaleza no ônibus das 4 procê esperar ela na rodoviária”). A TV fica ligada o dia todo, e muito daquilo que o rádio é , nos horários em que a produção de TV não precisaria ser tão cara. Aí pode se transformar em um rádio, como p.ex. na hora do almoço, a TV vira um informativo como um rádio, vale o áudio e um mundo de coisas podem se apresentar.

Ao examinarmos a veiculação de uma TVC por cabo a coisa muda então mais radicalmente. Em primeiro lugar muda porque desterritorializa a noção de comunidade. Ou aumenta enormemente a noção de comunidade. A comunidade não é mais os habitantes de 1,2 ou 3 bairros. Bom exemplo: a comunidade dos moradores de S.Paulo, que são apenas 15 milhões de pessoas, espalhadas por toda a cidade ( ou pelo menos a parte da população que tem acesso ao cabo) . A emissão por cabo pode atravessar uma cidade inteira e portanto a referencia local desaparece. Passa a prevalecer a representatividade de grupos presentes na emissão e suas relações junto às comunidades que estão ligados.

Outro aspecto que muda é o da construção de uma identidade do emissor, isto é , do canal. É preciso todo um trabalho de consenso na formação de uma cara deste canal e de uma política. Novamente o contexto (político) é que definirá as políticas possíveis numa TV a cabo comunitária. No Brasil elas começam a se formar agora e tudo é possível em termos de desdobramentos e possibilidades.

## **PARTE IV - DE VOLTA À SEMENTE (ou a entropia do futuro)**

“O debate que traspassava todas as 4 civilizações (indiana, chinesa, persa e grega) era se era sábio escrever as coisas, do mesmo jeito que hoje discutimos sobre o computador e a TV. Quais seriam as consequências do texto escrito? Essa era a discussão do século 5 a.C. Se não memorizamos mais os conhecimentos, podemos dizer que os possuímos? Se temos que abrir um livro, então o saber não nos pertence. Vivemos em um mundo alfabetizado, mas estamos em outro ponto chave da história, estamos prestes a ir além da escrita”<sup>46</sup>

“Se nós (índios) guardássemos tudo o que sabemos nessas caixinhas de papel (livros), perderíamos a curiosidade”<sup>45</sup>

É cada vez mais rápida a transferência tecnológica da pesquisa de ponta para sua aplicação de mercado. No campo específico da produção audiovisual, esta “horizontalização”<sup>47</sup> em apenas 15 anos transformou o vídeo “amador” (VHS = sistema de vídeo doméstico) na possibilidade real de fazer televisão, em padrão broadcast, a nível caseiro. O fato de tecnologias cada vez mais complexas estarem ao alcance de qualquer consumidor, como é o caso destas “TVs caseiras” circulando *interativamente* pelas infovias ou “estradas eletrônicas”, altera radicalmente o conceito atual de comunicação, “comunidade” e, principalmente, do que é uma televisão.

A tela “3 em 1” (do computador, TV e telefone integrados num só aparelho) está se convertendo, cada vez mais, no *espaço público*<sup>48</sup> por excelência. Este crescimento do espaço público *virtual* em detrimento do tradicional espaço público *físico* da praça coloca algumas questões cruciais do *sentido* das TVs comunitárias:

- atualmente o correio eletrônico é um espaço efervescente de debate; este veículo torna-se cada vez mais dinâmico (enquanto pólo aglutinador) e ao mesmo tempo, na tecnologia, evolui muito rapidamente permitindo num prazo muito curto a transmissão com alta definição de imagens e sons no

<sup>45</sup> frase dita por um índio Kamaiurá a um etnomusicólogo no Xingú, década de 70. No campo da música, por exemplo na Índia, com sua cultura milenar fortemente arraigada na improvisação, não tem escrita musical; a noção temporal não é cronológica e sim kairológica. Da mesma forma que a religião induísta, o músico indiano tocando um ragha tem uma noção da totalidade (sístase) que envolve uma relação mítica entre uma determinada arquitetura musical e um período do dia ou da noite, além de uma relação no grupo com o qual está tocando, bastante semelhante à “postura” grupal na improvisação do jazz, onde há plena consciência dos elementos de coordenação (extremamente espaçados entre si) e sincronia, assim como a reação do público fazendo uma espécie de “anel”.

<sup>46</sup> Gore Vidal, em entrevista no New Left Review/1985 (caderno idéias/JB 28/9/96)

<sup>47</sup> a pesquisa tecnológica de ponta é, em si, vertical; a sua aplicação de mercado é horizontal; neste processo, a “horizontalização” significa o seu barateamento gradual, tornando o produto cada vez mais acessível a um número maior de pessoas, popularizando-se desta forma. É assim como se deu 10 anos atrás com o videotoaster processando a imagem e está ocorrendo agora com relação à edição não-linear.

<sup>48</sup> Entendendo aqui *espaço público* como o locus da polis, o lugar onde se dão os embates e confluências da coletividade. Mesmo no contexto do solo urbano, os espaços públicos são as praças, as ruas, os parques, enfim, os lugares de fluxo e apropriação de todos (ao contrário do espaço privado) e até a “coisa pública”, o Estado. Na medida em que a mídia vai tornando-se interativa (até agora é unidirecional e predominantemente privada ou estatal) torna-se um outro tipo de *espaço público* também.

tempo real. Escrever pressupõe um processo mínimo de elaboração do pensamento. Produzir vídeo, TV e/ou cinema é, em princípio, ainda mais sofisticado; no entanto, essa depuração tecnológica transformarão a intercomunicação audiovisual algo absolutamente “prosaico”, incorporado ao cotidiano. Mesmo assim, quando isto ocorrer, a interatividade atual do correio eletrônico se transformará num “conglomerado” de TVs comunitárias virtuais, que se comunicam e interagem como redes em torno de temas, interesses, valores ou “causas” comuns.

- acompanhando o declínio da praça como espaço público, a crise de representação (como interlocutor de uma base social) das formas clássicas de organização (associações, sindicatos, partidos) dá lugar a novas formas de manifestação sócio-cultural e política. Estas novas formas, iniciadas na revolução generacional da contracultura, aglutinam-se em torno de valores “discretos”, isto é ao mesmo tempo isolados e holísticos.
- estas configurações paradoxais carregam elementos aparentemente contrários, como por exemplo, serem hiper-segmentados enquanto identidade e confluência e ao mesmo tempo a sua capacidade de articulação adquire uma dimensão planetária.

a capacidade de pressão destas novas configurações pode ser muito grande. Apesar do quadro atual mostrar que as desigualdades sócio-econômicas ficarão inalteradas por um bom tempo, é visível o fortalecimento de fóruns civis a nível internacional<sup>49</sup>, desempenhando às vezes um papel mais relevante do que os órgãos multilaterais oficiais, colocando em xeque a função destas instituições.

- a crise do espaço público tradicional e das formas clássicas de organização não implica na sua diluição total; da mesma forma que o termo comunitário na sua concepção territorial readquire sentido frente à hegemonia da globalização, essas formas clássicas de organização (talvez reformuladas), assim como o espaço público tradicional da praça também readquirem sentido na mesma lógica. A questão é como elas interagem.

Diante da tendência hegemônica da globalização<sup>50</sup> ocorre inevitavelmente uma contratendência da valorização do local. Da mesma forma, diante da predominância do espaço público virtual, torna-se fundamental recuperar o valor do espaço público físico, da praça, do local da troca, da celebração e da manifestação coletiva.

❖ **Manual de sobrevivência no ciberespaço:** Atualmente está ocorrendo uma inversão de situações: até pouco tempo atrás, a lógica da TV era o centralismo, o monopólio público ou privado das emissoras, a relação simbiótica entre mídia e poder; enfim, na manipulação da informação modelando o senso comum, a opinião pública, de acordo com os interesses em jogo naquele momento. Daqui a muito pouco tempo, quando for possível transmitir via telefônica imagem e som

---

<sup>49</sup> Utiliza-se muito neste contexto o termo “comunidade internacional”

<sup>50</sup> [box] colocar textualmente a lei de Newton “a toda ação física corresponde uma reação contrária em igual intensidade”

em tempo real -“on line”- e a edição não linear (e captação digital) estiverem ao alcance popular (como ocorreu com o VHS -video home system- há menos de 20 anos), o impacto sobre a comunicação como um todo (e principalmente o broadcast) será gigantesco. Isto significa que o diferencial entre a CNN<sup>51</sup>, por exemplo, e um adolescente videomaker, embora continue existindo, estarão praticamente “em igualdade de condições” . Se o século 20 foi das telecomunicações, no século 21 o nosso planeta azul será um grande cérebro redondo permeado pela guerra das idéias.

**Alberto López Mejía**

e-mail: entropia@ax.ibase.org.br  
tel/fax: 55-21-5687983  
r. Hadock Lobo 407, apto 303, bloco 2  
CEP: 20260-131 Tijuca  
Rio de Janeiro - Brasil

**Breno Kuperman**

Cena Tropical Comunicações  
tel/fax: 55-21-5374562  
r. Hadock Lobo 407, apto 303, bloco 2  
CEP: 20260-131 Tijuca  
Rio de Janeiro - Brasil

## ÍNDICE

---

<sup>51</sup> é um dos maiores impérios da informação do planeta, patrimônio do americano Ted Turner

Para ler antes de tudo	pag 2
PARTE I - O QUE É UMA TV COMUNITÁRIA?	pag 4
o vídeo em movimento	pag 6
O ANEL DE MOEBIUS:	pag 10
circuito comunicacional	pag 10
ponto zero	pag 10
para que serve uma TVC?	pag 12
quem é o público: territorial e temático	pag 14
a interatividade, participação, pertencimento, comunhão	pag 15
PARTE II - COMO NASCE UMA TVC	pag 19
introdução	pag 19
A) O CONTEXTO	pag 19
condições sociais	pag 20
condições legais	pag 20
condições econômicas	pag 22
condições tecnológicas	pag 23
identidade cultural	pag 24
a autonomia	pag 25
condições técnico-operacionais	pag 26
B) NATUREZA INSTITUCIONAL	pag 27
projeto institucional	pag 27
institucionalidade	pag 27
cartografia dos desejos	pag 27
C) SUSTENTABILIDADE	pag 28
mercado e cultura - a TV como mediadora do fluxo de produção e consumo	pag 28
a ética, a autonomia e o mercado	pag 29
estratégias de marketing e captação de recursos	pag 30
D) A COMUNIDADE	pag 31
a TV-olho: vórtice cultural, econômico e ético social da comunidade	pag 32
mapeamento da comunidade e papel da TV	pag 32
E) FORMAS DE VEICULAÇÃO	pag 34
PARTE III - FAZENDO UMA TVC	pag 36
introdução	pag 36
exibição em espaços coletivos <u>fechados</u>	pag 37
exibição em espaços coletivos <u>abertos</u>	pag 37
emissão por <u>canal aberto</u>	pag 37
emissão por cabo	pag 38
1) TVCs que EXIBEM (em espaços abertos ou fechados)	pag 38
configuração da equipe	pag 38
telinhas	pag 39
telões	pag 40
configuração do equipamento	pag 40
pauta (e/ou roteiro)	pag 40
configuração da programação	pag 41
1.1) FORMAS DE PRODUÇÃO	pag 42
vídeo-processo	pag 42
repórter comunitário	pag 43

vídeo abelha	pag 44
vídeo cabines	pag 45
1.2) PROCESSO DE PRODUÇÃO	pag 45
idéias	pag 45
pesquisa	pag 46
trabalho de campo	pag 46
roteiro	pag 47
entrevistas/povo fala	pag 49
trabalho com atores	pag 51
1.3) PROCESSO DE EXIBIÇÃO	pag 52
no caso de uma exibição em telão	pag 52
roteiro de exibição	pag 53
câmera aberta	pag 54
dinâmicas de animação em espaços fechados	pag 54
dinâmicas de animação em espaços abertos	pag 54
2) TVCs que TRANSMITEM por canal aberto (antena ou cabo)	pag 55
estruturação inicial do canal	pag 55
configuração da equipe	pag 56
configuração do equipamento	pag 57
2.1) PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO	pag 57
política editorial	pag 58
rede de intercâmbio/coprodução	pag 59
formatos de programas	pag 59
grade de programação #1: o processo	pag 60
grade de programação #2: a filosofia	pag 61
2.2) PROCESSO DE PRODUÇÃO (o que há de diferente?)	pag 62
processo de produção	pag 62
idéias	pag 63
roteiro	pag 64
entrevistas e debates	pag 64
uso de estúdio	pag 64
programa ao vivo	pag 65
telejornal	pag 65
2.3) PROCESSO DE VEICULAÇÃO	pag 66
o anel de Moebius 2 -audiência e realimentação	pag 66
PARTE IV - DE VOLTA À SEMENTE (ou a entropia do futuro)	pag 68
manual de sobrevivência no ciberespaço	pag 69
Índice	pag 71