

Nós na Fita – Reflexões sobre uma TV de Rua feita por jovens

LEITE, Camila - PUC-Rio – cmila@ogamita.com.br

GT 16: Educação e Comunicação / n. 16

Agência Financiadora: Sem Financiamento

Introdução

Circunscrito no campo da mídia-educação, este trabalho analisa uma prática mídia-educativa, inserida no âmbito da educação não-formal, desenvolvida pela organização não-governamental Bem TV. Trabalhando diretamente com jovens, a ONG tem contribuído para o desenvolvimento de significativas experiências de intervenção social no campo que articula comunicação e educação. Uma delas é a TV de Rua do Morro do Preventório, em Niterói (RJ), protagonizada pelo grupo de jovens Nós na Fita, projeto permanente da Bem TV.

Martín-Barbero (2003) auxilia-nos a refletir sobre a importância da educação se debruçar sobre os complexos processos de comunicação da sociedade atual, indo além do uso instrumental dos meios na escola:

Os meios de comunicação e as tecnologias de informação significam para a escola, sobretudo, um desafio cultural, que deixa visível a brecha cada dia maior entre a cultura a partir da qual os professores ensinam e aquela outra a partir da qual os alunos aprendem. Pois os meios de comunicação não somente descentralizam as formas de transmissão e circulação do saber, mas constituem um âmbito decisivo de socialização, de dispositivos de identificação/projeção das pautas de comportamento, estilos de vida e padrão de gostos (idem: 67).

Cabe afirmar que a educação necessita não apenas compreender as relações entre o sistema educativo e o ambiente educativo difuso e descentralizado em que estamos imersos, mas também e, principalmente, reconhecer a tecnicidade midiática como dimensão estratégica da cultura. Para isso, o autor sugere que o campo da educação só poderá inserir-se nos processos de mudança, que a sociedade atravessa, se disponibilizar a interagir com os campos de experiências nos quais se processam hoje as mudanças.

Nesta perspectiva, o pesquisador latino-americano traz valiosas contribuições ao campo da mídia-educação. Torna-se estratégico se aproximar dos novos modos de *estar juntos* que, segundo ele, vêm sendo construídos principalmente no campo dos movimentos sociais, com ênfase nas experiências dos grupos juvenis contemporâneos.

É no mundo dos jovens urbanos que se fazem visíveis algumas das mudanças mais profundas e desconcertantes de nossas sociedades contemporâneas. (...) Os Jovens vivem hoje a emergência de novas sensibilidades, dotadas de uma nova especial empatia tecnológica (idem:66).

Essa empatia tecnológica se entrecruza com a empatia cognitiva - feita de uma grande facilidade na relação com as tecnologias audiovisuais - o que Martín-Barbero (2003) denomina de cumplicidade expressiva, na qual os relatos e imagens, as sonoridades, fragmentações, velocidades e os ritmos dos jovens produzem novas comunidades que respondem a novos modos de perceber e de narrar as identidades. Aqui, se encontram, então, a natureza comunicativa da cultura e o comunicador, que deixa de ser o intermediário e passa a assumir o papel de mediador:

Aquele que torna explícita a relação entre diferença cultural e desigualdade social e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores (idem: 69).

Sendo assim, a comunicação neste trabalho é percebida como a colocação em comum de sentidos da vida e da sociedade:

Comunicar foi e continuará sendo algo muito mais difícil e amplo que informar, pois comunicar é tornar possível que seres humanos reconheçam outros seres humanos em duplo sentido: reconheça seu direito a viver e pensar diferente, e reconheçam a si mesmos nessa diferença, ou seja, que estejam dispostos a lutar a todo momento pela defesa dos direitos dos outros, já que nesses mesmos direitos estão contidos os próprios (2003: 70).

Acompanhar a experiência do grupo de jovens Nós na Fita tornou-se uma oportunidade ímpar para penetrar nos modos como esses jovens interagem com a tecnicidade midiática, especialmente quando realizam vídeos, e nas maneiras com que significam as novas formas de estar junto que eles mesmos criam, através da TV de Rua. Desta forma, busco me aproximar desse fenômeno contemporâneo, que extrapola os domínios institucionais do ensino escolar, mas talvez possa contribuir à educação, na medida em que evidencia os modos como os jovens se tornam comunicadores re-significando o campo da cultura.

A comunicação é percebida, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e esperanças. Os meios de comunicação começaram assim a fazer parte decisiva dos modos como nos percebemos latino-americanos (Martín-Barbero, 2003: 63).

O cenário - Morro do Preventório

O contexto sócio-econômico do Morro do Preventório, circunscrito em uma favela do Estado do Rio de Janeiro, na cidade de Niterói, está marcado por dois significativos fatores: a desigualdade social (caracterizada pela má distribuição de renda, riqueza e poder e pelo alto índice de pobreza), que marca os países latino-americanos, especialmente o Brasil, e o crescente processo de favelização do Estado do Rio de Janeiro. Verifica-se, na cidade de Niterói, uma contradição semelhante à de todo o Estado do Rio de Janeiro. No bairro de Charitas, por exemplo, ao lado das mansões na orla da praia, onde mora a população que tem alto poder aquisitivo da cidade, está situado o Morro do Preventório que, segundo o Censo 2000, tem 1.404 domicílios, nos quais moram famílias pobres, algumas até em casas de pau-a-pique. Em Niterói, a população jovem residente da cidade de Niterói é de 80.180 pessoas. Infelizmente, não há dados oficiais referentes ao número de jovens que residem em Charitas ou no Morro do Preventório. Entretanto, a Associação de Moradores da comunidade estima que os jovens entre 15 e 29 anos representem aproximadamente 60% da população local.

Como em outras favelas do Estado do Rio, os jovens moradores do Morro do Preventório, contam com a possibilidade de participar de alguns programas sociais desenvolvidos pelo governo e pela ação da sociedade civil. Entre eles, estão os participantes de atividades promovidas pela ONG Bem TV, que acabou possibilitando a criação do Grupo de jovens Nós na Fita, foco principal desse estudo. Vale ressaltar que, um dos objetivos do trabalho dessa organização não-governamental, é estimular nos jovens a construção de uma nova imagem do lugar onde vivem e de si próprios. Ou seja, ajudar a quebrar a percepção do morro, da comunidade em que vivem e deles mesmos como problemas sociais; olhar o Preventório sob um ângulo diferente, de maneira que possam valorizar o que há de bom, do mesmo modo que possam apresentar à

comunidade propostas de ação que viabilizem a melhoria da qualidade de vida local. Destaco texto sobre o Morro do Preventório apresentado na exposição de fotos do projeto Olho Vivo¹, desenvolvido pela Bem TV.

A ocupação começou em 1853 com a construção do Hospital Marítimo Santa Isabel, onde eram isolados os viajantes que chegavam ao Rio de Janeiro, de navio, portando doenças contagiosas. O hospital, criado para prevenir que as epidemias se espalhassem, rendeu à região o apelido de Preventório. Em torno do prédio (que ainda está de pé), o terreno transformou-se em cemitério, desvalorizando a área. As primeiras casas construídas na região sobre as antigas covas pertenciam a famílias pobres.

A partir da década de 80, a ocupação desordenada tornou-se mais intensa, mas a comunidade lembra a data de inauguração da associação de moradores. A rua Doutor Letão homenageia um médico que trabalhou no antigo hospital e viveu na região.

Contrariando o que parece regra, no Morro do Preventório, o tráfico de drogas não encontrou espaço, atraindo para a região projetos institucionais governamentais e não-governamentais. Ali foi construído, por exemplo, o primeiro módulo do Programa Médicos de Família em Niterói (Texto de abertura da Exposição de Fotografias do Projeto Olho Vivo, 2004).

O grupo Nós na Fita

O grupo de jovens que se automeou Nós na Fita, atualmente composto por seis integrantes, teve sua origem na primeira versão da oficina de TV e Vídeo, realizada em junho de 1999, na Comunidade do Preventório. Oferecida pela ONG Bem TV, em parceria com a Comunidade Solidária, dentro do projeto da Agenda 21, essa oficina foi uma das primeiras experiências mídia-educativas realizada pela Organização. Convidaram adolescentes da comunidade do Preventório e das escolas públicas da região para participarem da oficina. Formaram um grupo de trinta adolescentes, de 15 a 20 anos. A oficina teve duração de seis meses, com aulas de vídeo, de Português, Matemática, História e juventude e cidadania. Todas as aulas foram voltadas para a produção de vídeos comunitários. Depois das aulas teóricas, os alunos se subdividiram em cinco grupos e realizaram seus próprios vídeos. Acabada a oficina, ganharam uma

¹ **Projeto Olho Vivo** - Desde 2003, a ONG Bem TV, em parceria com o BNDES e o Instituto C&A, realiza oficinas de fotografia com os adolescentes do Morro do Preventório. A intenção é que os mesmos construam uma nova imagem do lugar onde vivem e de si próprios, a partir do levantamento da memória local e do diagnóstico da situação de vida na região - www.bemtv.org.br, acessado em 10/02/06.

câmera SVHS e, em 2000, resolveram montar um grupo de vídeo comunitário. Inicialmente, a instituição não tinha essa pretensão, acreditava que, com a oficina, capacitariam os jovens para trabalhar na área. Contudo, com o tempo, possibilitar que os próprios jovens se organizassem em sua comunidade para fazer comunicação comunitária passou a ser uma das metas da Bem TV. Convocaram uma reunião, em que a grande maioria dos jovens, que fez a oficina, compareceu. Assim, segundo os jovens, surgiu o Nós na Fita que, no início, contava com a presença de vinte adolescentes. Mas, no decorrer do processo, nem todos permaneceram. Conforme iam ficando mais velhos, aumentava a necessidade de encontrar emprego para auxiliar a renda familiar ou até garantir a sobrevivência, razão do afastamento de componentes do grupo inicial. Dos vinte adolescentes que estiveram na origem de tudo atualmente encontram-se no grupo apenas quatro.

A história do nome Nós na Fita indica, em primeiro lugar, que, a partir do momento em que os jovens criaram uma identidade coletiva, passaram a se reconhecer como grupo. A escolha do nome representou a maneira como se viam diante da experiência de realizar vídeos: eles na fita, eles no vídeo, eles na tela da tevê, no telão montado na comunidade, eles fazendo vídeo, eles protagonistas de suas produções e de suas histórias de vida.

A idéia era que cada um dos jovens levasse uma sugestão de nome. Apareceram umas quatro sugestões... Tinha um outro nome, Ladeira Vídeo, sei lá, alguma coisa assim... Alguma coisa com Ladeira. E tinham uns outros nomes que eram tão fraquinhos... Aí teve uma eleição e o nome Nós na Fita ganhou... Foi o Luciano que falou: É Nós na Fita, mané! Na época, já existia essa gíria Nós na Fita. Aí, a princípio, a gente: Ah, Nós na Fita não. É gíria de paulista. Aí, um dia de bobeira eu fiquei pensando assim como ia ser a logo. Aí eu desenhei essa logo que é hoje a da camisa. Quando eu fiz o desenho acho que meio que concretizou o nome Nós na Fita. A galera viu e falou: Pô, ficou maneiro. É Nós na Fita! A gente ainda não tinha identidade e o Nós na Fita acabou ganhando. Hoje em dia, tem vários Nós por aí. Mas a gente que criou primeiro. (Daniela, 20 anos).

A logomarca deles é muito parecida com a de outro grupo de jovens que faz vídeo, o Nós do Cinema². Existir também um grupo de atores que faz teatro e cinema chamado Nós do Morro, por isso, Daniela diz que hoje existem vários Nós por aí.



O primeiro vídeo produzido em 2000 denominou-se *Faxina Geral*, um curta-metragem que trata do tema do lixo na comunidade do Preventório. Ainda em 2000, algumas meninas do grupo ficaram grávidas, o que gerou discussões sobre sexualidade. Organizaram seminários sobre DST e AIDS e começaram a trabalhar com esse tema. Em 2001, a Bem TV realizou o projeto *Um olhar sobre a AIDS*³ que resultou na produção do vídeo sobre sexualidade: *Muito Prazer*. Os adolescentes fizeram o vídeo e o exibiram em várias comunidades. Depois, realizaram exhibições nas escolas públicas da região. Passaram a exibir nos lugares em que a coordenação de saúde de Niterói indicava como pontos em que havia o maior índice de DST/AIDS. Até hoje, esse projeto está funcionando, sendo que, em 2003, exibiram o vídeo em shoppings e, em 2004, voltaram a exibi-lo em escolas públicas. *Muito Prazer* já participou de Festivais de cinema e já ganhou prêmios. Em 2002, fizeram o vídeo: *Uma questão de Gênero*. Em 2003, a Bem TV realizou o Projeto Olho Vivo, no qual os jovens do Nós na Fita foram convidados a ser monitores. Ao final, realizaram três vídeos vinculados ao Projeto: *Memórias do Preventório*, que conta a história da comunidade. *Olho Vivo*, que conta a história do próprio projeto. *Jovens escolhas*, que conta a trajetória de alguns jovens da comunidade. Em 2004, a atuação do grupo Nós na Fita esteve alicerçada na

² **Nós no Cinema** - Surge em agosto de 2001, com o objetivo de promover a inclusão social de jovens de baixa renda através do cinema e da tecnologia. Através de cursos profissionalizantes e experiências práticas em cinema, os jovens aprendem todas as etapas de uma produção cinematográfica, participam de produções próprias e estagiam em grandes filmes - www.nosdocinema.org.br, acessado em 10/02/06.

³ **Um Olhar Sobre a AIDS** é um projeto realizado pela Bem TV em parceria com a Coordenação Nacional de DST/AIDS do Ministério da Saúde e a Unesco. Objetiva reduzir os índices de gravidez precoce e de contaminação por DST/AIDS entre os jovens do município de Niterói. Através de exhibições do vídeo *Muito Prazer* e da realização de oficinas nas escolas, os jovens fazem pequenos vídeos sobre sexualidade - www.bemtv.org.br, acessado em 10/02/06.

continuidade de dois projetos da Bem TV: o projeto da AIDS e o Olho Vivo, assim como na realização, pela primeira vez, de uma oficina de TV e vídeo para outros jovens da comunidade do Preventório. Em 2005, o Nós ns Fita produziu um rap e um clip chamado *Tanta coisa para mudar*, que trata do diálogo entre os vários atores que compõem a escola: alunos, professores, pais e diretores.

Além disso, desde 2000, o Nós na Fita vem realizando o que chamam de TV de Rua. Montam um telão na comunidade para exibir os vídeos feitos por eles, promovendo em seguida debates com os moradores sobre os temas centrais dos vídeos que, em sua grande maioria, tratam das questões da comunidade, como lixo, água, saneamento básico, gravidez na adolescência, história da comunidade e outros. Quando foi criada, a ONG Bem TV queria ser uma TV comunitária⁴. Apesar de ter funcionado como tal nos seus primeiros anos, com a criação do grupo Nós na Fita, os próprios jovens em parceria com a ONG começaram a montar a TV de Rua em sua comunidade. Atualmente, a TV de Rua do Morro do Preventório é protagonizada pelos jovens integrantes do grupo Nós na Fita.

A TV de Rua

A exibição pública dos vídeos do grupo Nós na Fita acontece da seguinte maneira: os jovens alugam um telão e um projetor e convidam os moradores da comunidade do Preventório a assistirem a seus vídeos e a outros filmes, de acordo com suas intenções. Depois que exibem, realizam o que nomeiam de TV de Rua ou TV aberta, ou seja, com a câmera ligada, fazem imagens dos moradores da comunidade que também são convidados a dar seus depoimentos e debaterem questões levantadas pelos vídeos.

⁴ O conceito de **TV comunitária** é amplo e polissêmico, podendo ser utilizado a partir de várias matizes. O que caracteriza uma TV comunitária? Seria uma TV que fala do cotidiano de uma comunidade específica? Ou uma TV com um espaço no canal a cabo ou por satélite, no qual as comunidades podem exibir seus programas? Ou ainda seria uma TV de baixo alcance, pela qual um bairro ou alguns moradores recebem em suas casas a programação feita por outros moradores da mesma região? Ou quem sabe, uma TV que tem como força, o caráter temático de uma discussão de interesse da comunidade envolvida? Ou então uma TV em que a comunidade (seja de moradores ou ligadas a uma instituição) se envolve no processo de criação de seus programas/ vídeos? Para a Bem TV, TV comunitária é aquela elaborada pelos próprios membros da comunidade, na qual podem partilhar de interesses comuns em um mesmo território. Para o Nós na Fita, a TV de Rua se caracteriza como uma TV comunitária, na mesma concepção apresentada pela Bem TV, com destaque para exibição na rua.

Segundo os próprios jovens, o maior objetivo da exibição é possibilitar que a comunidade se mobilize para refletir e debater suas próprias questões.

Foi um dia inesquecível. Cheguei na Bem TV e já estava quase escurecendo, sentei à espera de Ana Paula. Assim que ela chegou, colocamos os equipamentos na mala do carro e fomos à comunidade. O clima era de festa. Sábado à noite, as pessoas com suas cadeiras nas calçadas. Homens, mulheres, jovens e crianças na rua. Conversando, fazendo e comendo churrasquinho, ouvindo música, tomando cerveja, brincando no meio das ladeiras. Estacionei o carro e logo avistei os outros jovens componentes do Nós na Fita. Estavam com a blusa do grupo (toda preta com a logomarca Nós na Fita estampada em branco no peito) montando o telão. Junto com eles havia outros jovens com uma outra blusa preta que dizia “Estilo Próprio”. Perguntei quem eram eles e Adriana me contou que eram os responsáveis pelo telão e pelo projetor. Conhecem-se desde 1999 e o Nós na Fita já editou vídeos na casa de um deles. Ou seja, são jovens que também trabalham com vídeo em Niterói.

Daniela não estava com seus cabelos cacheados: muito diferente da primeira vez em que eu a vi, os cabelos estavam alisados e ela parecia estar “produzida” para um evento especial. Perguntei o que havia acontecido e ela respondeu: Fui ao salão aparar as pontas e saí com o cabelo escovado. Você sabe como é mulher, não é?

As meninas, Adriana, Keyla, Ana Paula e Daniela, montavam os brindes que seriam distribuídos durante a exibição. Segundo elas, essa foi uma maneira que encontraram para mobilizar a comunidade. Entre um vídeo e o outro conversavam com os moradores e pediam para que respondessem algumas perguntas; quem participava ganhava um brinde que, nesse dia, eram camisetas do projeto Olho Vivo, caixas de bombons, fotos ampliadas tiradas pelos adolescentes participantes do projeto Olho Vivo e ingressos de cinema para o filme “Sexo, amor e traição”.

Com tudo pronto, começaram a exibição. Luciano era o apresentador oficial. Com o microfone na mão, falava olhando para câmera e sua imagem era projetada simultaneamente no telão. Adriana gravava, Keyla ocupava o lugar de assistente de câmera, carregava os fios de um lado para o outro. Ana Paula e Daniela pareciam coordenar a atividade, ora auxiliavam Luciano, falando ao pé do ouvido o que deveria fazer, ora falavam para Adriana o que deveria filmar.

No início da exibição, os moradores estavam em pé, encostados nos carros, nas sacadas e janelas de suas casas ou observando de longe o telão. O primeiro vídeo chamava-se Memórias do Preventório, roteirizado e dirigido por Luciano. Era um documentário que contava a história da comunidade. Com imagens de arquivo e efeitos de animação, entremeados com depoimentos de vários moradores, o vídeo falava da origem do nome da comunidade e do nome de suas ruas, de suas histórias, lembranças e personagens.

Os moradores se reconheciam no vídeo e riam quando se viam ou quando viam alguém conhecido. Aos poucos foi juntando gente, as pessoas iam se aproximando do telão. Olhos atentos, mas ao mesmo tempo dispersos com toda aquela gente que estava em volta ora vendo, ora conversando. Havia uma conversação que acompanhava a exibição.

Ao meu lado, uma criança, provavelmente com seis anos, dizia para mim a cada imagem na tela, quem eram aquelas pessoas: Esse é o fulano de tal, esse é o Bar do... Olha, essa aí é a... E por fim: conheço tudo isso aí, é tudo aqui. Conheço todo mundo que está aparecendo aí.

Sai de lá com algumas questões: Como se percebem realizando essa ação? De que maneira isso interfere nas suas vidas? Será que percebem o que essa ação gera na própria comunidade? Percebem a importância dela? Parece-me, após participar da exibição, que não só os jovens do Nós na Fita, mas todas aquelas pessoas da comunidade do Preventório, crianças, jovens, adultos e velhos talvez tenham uma relação diferenciada com a linguagem audiovisual por terem a oportunidade de se ver, reconhecer-se naquele telão. Quais são os significados de se ver na tela, se reconhecerem sujeitos naquelas imagens em movimento? Suspeito que isso tenha lugar significativo na vida daquelas pessoas e da própria comunidade (Diário de campo, 13 de março de 2004).

Eu nunca havia presenciado a realização de uma produção de TV de Rua e fiquei muito impressionada com a atividade. Em primeiro lugar, porque pude perceber na prática a complexidade do tema das TVs comunitárias. De fato, o que se passava ali era muito distinto do que costumava ver na TV comunitária do canal 14 da Net. O que será então uma TV comunitária? Como lidar com a polissemia do conceito e com as texturas do fazer? Reconhecia naquela exibição as características de um trabalho comunitário mediado pela linguagem audiovisual. Será isso um tipo ou uma forma de se fazer TV comunitária? Há diferenças entre TV de rua e TV comunitária? O que será que distingue uma coisa da outra? Em nossas conversas, os jovens contaram-me que ao se apresentarem como um grupo que faz TV comunitária para os moradores do Preventório, as pessoas perguntavam: mas em qual canal é a TV de vocês? O que sugere que nos perguntemos: Para ser TV é preciso ter um canal? Uma TV comunitária pode existir sem que necessariamente as pessoas assistam a imagens na tela de um aparelho de televisão? Para esses jovens a exibição de vídeos feitos por eles em um telão montado dentro da comunidade se caracteriza como uma TV de Rua, não chegando a ser uma TV comunitária. Eles fazem uma distinção entre TV comunitária e TV de rua também em função do suporte em que o audiovisual é exibido. Para eles, a TV de Rua se caracteriza pela exibição esporádica de vídeos no telão e a TV comunitária, que até

poderia funcionar no telão, mas teria que ter uma programação, uma estrutura mais sistemática de exibições.

A discussão sobre TV de Rua e TV comunitária é mais ampla do que a exibição de vídeos em telão ou em um canal de TV. Os trabalhos de Miranda (2002) e de Fraga (1999) trazem contribuições bastante pertinentes a essa reflexão. Cada um a seu modo, com perspectivas diferentes, apresenta duas experiências que têm ponto de contato com a do Nós na Fita. A experiência da TV Maxambomba e da TV Pinel (Miranda, 2002) e a da TV Castro Alves (Fraga, 1999), sendo que essa última também foi desenvolvida pela ONG Bem TV, no início de sua atuação no campo dos movimentos sociais. No entanto, tendo a acreditar que a TV de Rua, promovida pelo Nós na Fita, auxilia-nos a compreender a indissociável e complexa imbricação, especialmente na América Latina, entre comunicação/cultura/política, estudada por Martín-Barbero (2001).

Destacando as tensões complexas dessa trama, o autor afirma que do lado da comunicação:

... o que estamos tentando pensar é a hegemonia comunicacional do mercado na sociedade: a comunicação convertida no mais eficaz motor de desengate e de inserção das culturas – étnicas, nacionais ou locais – no espaço/tempo do mercado e nas tecnologias globais. No mesmo sentido, estamos necessitando pensar o lugar estratégico que passou a ocupar a comunicação na configuração dos novos modelos de sociedade, e sua paradoxal vinculação tanto com o relançamento da modernidade — via satélites, informática, videoprocessadores — quanto com a descentrada e tateante experiência da tardomodernidade (p.13).

Na perspectiva da cultura, não cabem mais as polaridades entre a maneira como os antropólogos concebiam a cultura, como se ela fosse tudo, nem tampouco a idéia defendida pelos sociólogos da cultura como somente um tipo especializado de atividades e objetos, de práticas e produtos pertencentes ao cânone das artes e das letras.

... a cultura escapa toda compartimentalização, irrigando a vida social por inteiro. Hoje são sujeito/objeto de cultura tanto a arte como a saúde, o trabalho ou a violência, e há também cultura política, do narcotráfico, cultura organizacional, urbana, juvenil, de gênero, cultura científica, audiovisual, tecnológica etc. (idem: 14).

No que se refere à política, o autor destaca que vivemos atualmente uma reconfiguração das mediações em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de

representação dos vínculos que dão coesão à sociedade. O desafio encontra-se então em pensar a política a partir da comunicação, ou seja, colocar em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder.

Nesse sentido, a comunicação e a cultura são mais do que objetos de política. Constituem hoje um campo primordial de batalha política. Cabe-nos então recuperar a dimensão simbólica do trinômio comunicação/cultura/política, buscando sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencer a uma comunidade.

Ao que tudo indica a experiência do grupo de jovens Nós na Fita representa exatamente esse movimento: pelo vínculo comunitário se reconhecem como cidadãos de direitos. E o sentimento de pertencimento a uma comunidade transborda para além do Morro do Preventório, passando a se sentirem cidadãos do mundo, transformando suas ações em luta política que, em primeiro plano, modificam suas trajetórias pessoais para, em seguida, interferir no entorno, agindo diretamente na comunidade em que moram. No entanto, as atividades realizadas pelo grupo afetam para além de suas vidas pessoais e dos outros moradores do Preventório. Ao reconhecerem suas potencialidades de atuação local como uma estratégia política, acabam ampliando os significados dela e passam a representar a esperança que ainda resiste nas atividades humanas que se destinam à transformação do estabelecido.

Nessa perspectiva, a dimensão simbólica, da qual se refere Martín-Barbero (2001), ganha textura viva na prática mídia-educativa protagonizada pelos jovens. Assumem a comunicação como lugar estratégico, amalgamando-a como ferramenta de intervenção que ganha contornos políticos diante da experiência de se assumirem como produtores de cultura.

Entretanto, por suas ações estarem inseridas na complexa trama que articula comunicação/cultura/política, não deixam de vivenciar os conflitos que a constituem. Desenvolver um trabalho comunitário pela comunicação na sociedade contemporânea, especialmente na América Latina configura-se como um desafio na medida em que os veículos de comunicação de massa, cada vez mais, ocupam lugar de destaque nas

maneiras como os sujeitos concebem e significam o mundo. Quando a comunicação volta-se para a consolidação de um projeto societário capitalista, em que o consumo é alma do negócio, fazer comunicação comunitária voltada para a mobilização social delinea-se como um movimento contra-a-maré. A opção por uma atividade com fins comunitários tomando a comunicação como canal de encontro e expressão pode assim ser considerada uma ação contra-hegemônica? Na prática, a experiência é mais complexa. Não necessariamente os jovens têm explicitamente essa intenção. Suas ações estão inseridas no bojo das contradições existentes nas fronteiras entre hegemonia e contra-hegemonia. Do mesmo modo que transitam pelo conflito/confluência entre cultura de massa e cultura popular, o que me remete às reflexões de Martín-Barbero (2004) sobre as relações entre massificação e movimentos sociais. Na América Latina, as transformações promovidas pelos meios modernos de comunicação se entrelaçam com a integração das nações e os projetos nacionais se consolidaram graças ao encontro dos Estados com as massas promovidos pelas tecnologias comunicacionais. No entanto, Canclini (2003) afirma que não se pode atribuir aos meios eletrônicos a origem da massificação das culturas populares.

O processo de homogeneização das culturas autóctones da América começou muito antes do rádio e da televisão: nas operações etnocidas da conquista e da colonização, na cristianização violenta de grupos com religiões diversas, na escolarização monolíngue e na organização colonial ou moderna do espaço urbano (p.255).

A noção de cultura massiva surge quando as sociedades já estavam massificadas. O “massivo” passou a ser considerado como uma subcultura determinada pela posição de seus agentes e pela extensão de seus públicos. Os meios de comunicação, como o rádio e a tevê, não eram propriedade das massas, eram para as massas. No entanto:

Essa designação durou enquanto pôde ser sustentada a visão unidirecional da comunicação que acreditava na manipulação absoluta dos meios e supunha que suas mensagens eram destinadas às massas, receptoras submissas. A noção de indústrias culturais, útil aos frankfurtianos para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos, continua servindo quando queremos nos referir ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente, mas através de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geram; entretanto, esse enfoque costuma dizer pouco sobre o que é produzido e o que acontece com os receptores (p.257).

Para Canclini (2003), os novos processos de produção industrial eletrônica e informática reorganizam o que chamávamos de culto e popular, gerando novos tipos de recepção e apropriação da mediação individual diante da tela de uma tevê até os usos horizontais do vídeo por grupos de educação alternativa para fortalecer a comunicação e a integração crítica (p. 258).

Aqui se encontra a experiência do Nós na Fita. A maneira como se apropriam dos meios faz com que repensemos a forma como são estabelecidos os processos de mediação entre os meios de comunicação massivos e as culturas populares. Novas matrizes simbólicas parecem estar em jogo:

nas quais nem os meios de comunicação, nem a cultura massiva dialogam isoladamente, nem sua eficácia pode ser avaliada pelo número de receptores, mas como partes de uma recomposição do sentido social que transcende os modos prévios de massificação (p.258).

A recomposição do sentido social, à qual se refere Canclini (idem), se manifesta, por exemplo, no modo como os integrantes do grupo Nós na Fita, em sua apropriação dos meios de comunicação, lidam com as matrizes culturais e simbólicas. A atividade de realização de vídeos desenvolvida por eles pode ser considerada uma forma de expressão cultural que opera diretamente com as dimensões simbólicas da cultura popular. No entanto, a cultura popular não pode mais ser pensada separadamente dos meios de comunicação de massa.

Compreendendo que o massivo foi gerado lentamente a partir do popular, podemos caracterizar o popular de maneira diferenciada do que boa parte dos estudos sobre os meios de comunicação vem fazendo, ao afirmar que o popular tende a seguir a lógica do mercado.

“Popular” é o que se vende maciçamente, o que agrada a multidões. A rigor não interessa ao mercado e à mídia o popular e sim a popularidade. Não se preocupam em preservar o popular como cultura ou tradição; mais que a formação da memória histórica, interessa à indústria cultural construir e renovar o contato simultâneo entre emissores e receptores (p.260).

Para o mercado e a mídia, o popular não interessa como tradição que perdura, o popular é aquilo que deixa de ser valioso de um dia para o outro, possibilitando que novos produtos sejam vendidos. Para Martín-Barbero (idem): não só o que vem do povo se

contamina e deforma, também o povo deforma e re-significa os “grandes temas” do amor e da paixão, profana as formas narrativas e eleva as vidas marginais a modelos de honradez (p.161), o que nos auxilia a compreender que o popular urbano configura-se como lugar de mestiçagens e reapropriações.

A experiência criada pelo grupo em análise não deixa de ser uma forma de manifestação desse popular urbano. Os vídeos produzidos revelam seus modos de reapropriação do massivo e re-significação do popular.

Além disso, a própria prática mídia-educativa, que engendram (na exibição de seus vídeos na comunidade), mostra como esses jovens se apropriam dos discursos veiculados pela comunicação de massa, quando passam a ser enunciadores de “novos discursos”, criados por eles exatamente no confronto entre o que vêem e o que produzem.

Comunicação comunitária, participativa, alternativa e popular

O que caracteriza a TV de rua do Morro do Preventório como uma atividade comunitária? Ao problematizar o que seria uma comunicação comunitária, Paiva (2003) não trabalha no sentido de um retorno a um período paradisíaco. Aceitando o ideal societário, destaca que uma comunicação comunitária possa ser anterior à comunidade “real”, a partir do momento que pode promover sua coesão social. Esse destaque corrobora para a necessidade de, na atualidade, redimensionarmos o conceito de comunidade tradicional em que estava implícita a existência da territorialidade, *configuração hoje discutível em função da evolução dos sistemas de comunicação – que possibilita maior velocidade nos meios de transporte físicos e virtuais* (Paiva, idem: 161).

No entanto, a exibição promovida pelos jovens do Nós na Fita é realizada em uma comunidade “real” - o Morro do Preventório. Podemos então considerar que, do mesmo modo que a TV Maxambomba, a TV de rua promovida pelo Nós na Fita se caracteriza como uma atividade comunitária.

Desta forma, além de estar localizada no território de uma comunidade específica, o que torna essa TV de rua uma atividade comunitária é o fato de se propor a discutir temas daquela comunidade a partir de materiais audiovisuais realizados por alguns de seus jovens moradores. Os moradores de um mesmo lugar são envolvidos em prol de suas próprias questões comuns. Nesse sentido, essa TV, mesmo que em um telão, sem ter uma programação sistemática, funciona como uma comunicação comunitária.

Ao que tudo indica, os contornos da TV de Rua do Morro do Preventório se aproximam do que Martín-Barbero (2004) denomina de comunicação participativa, alternativa, popular. Podemos considerá-la participativa por ser uma atividade comunitária que engendra ações nas comunidades, possibilitando que os sujeitos se aproximem e se apropriem das tecnologias de comunicação como meio para a expressão cultural. Para Martín-Barbero (idem), a comunicação participativa transforma o processo e a forma dominante da comunicação social, possibilitando que *as classes e os grupos dominados tomem a palavra*. Os vídeos realizados pelo Nós na Fita são a prova viva da atitude “de tomar a palavra”. Não só eles “falam” em seus vídeos como criam uma situação em que a opinião dos outros moradores é essencial para o êxito da proposta. A premissa da proposta é a participação coletiva. Os jovens participam na criação dos vídeos e do “fazer acontecer” que gestam na comunidade quando montam a TV de rua: se reconhecem como protagonistas e se orgulham de suas próprias histórias e realidades. As imagens exibidas são aquelas nas quais moram e transitam e quando acaba o vídeo, eles são convidados a falar, a se expressar diante do tema. Comunicação participativa porque jovens e moradores se tornam protagonistas dessa atividade, na qual o interesse público e o interesse do público se misturam. Numa ação coletiva, envolvendo pessoas da comunidade, eles tomam para si um veículo de comunicação de massa, para refletir sobre sua própria condição, como campo de expressão e criação coletiva, da qual todos participam do trabalho. *Assim, torna-se evidente mais uma outra razão para a criação de um veículo de comunicação comunitária: a vontade de produção de discurso próprio, sem filtros e intermediários* (Paiva, 2003: 158).

Esse processo, por sua vez, pode ser considerado alternativo não só porque é marginal às grandes mídias, mas porque assume a complexidade que marca o popular-massivo, tão bem trabalho por Martín-Barbero (2001 e 2004). Ao possibilitar que os sujeitos se

apropriem da linguagem dos meios, acaba tocando nos aspectos que tangem os *códigos de recepção e reconhecimento dos dispositivos de enunciação do popular que se materializam no massivo* (p.122). Sendo assim, a TV de rua configura-se como comunicação alternativa que se manifesta nas mediações que as comunidades populares produzem ao re-significar a cultura de massa e a cultura popular. Como um espaço aberto para que os sujeitos se expressem, a TV de Rua engendra um processo de comunicação em que os sujeitos que, geralmente são apenas receptores (mesmo que ativos e críticos) frente a grande mídia, podem, por essa experiência se tornar autores e protagonistas de suas mensagens.

Os objetivos da TV de Rua estão ancorados na promoção de processos educativos constituintes das principais diretrizes dos projetos em comunicação comunitária. Entretanto, essa ação não só instala processos educativos como é em si mesma uma prática mídia-educativa. O processo educativo funciona como mediador na possibilidade que os sujeitos envolvidos encontram de dialogar com o popular-massivo. Para Martín-Barbero (2001), é na relação das práticas comunicativas com o movimento social que o popular se inscreve constitutivamente na análise dos processos culturais. No entanto, essas relações não são homogêneas, a pluralidade das formas e dos usos que o popular faz do massivo tornam complexas ainda mais a estrutura da comunicação alternativa; mesmo que ela re-signifique as relações popular-massivo, não representam necessariamente uma luta política contra-hegemônica. Ou seja, também é preciso relativizar a comunicação alternativa como única saída para a expressão da cultura popular, como, segundo o autor, fazem os otimistas radicais. Nem confundindo a cultura popular com a indústria cultural, como fazem os pessimistas radicais, tendo a acreditar que as práticas mídia-educativas inseridas no movimento social, ao agirem diretamente nas comunidades redefinem a estrutura dialógica da comunicação como espaço de conflito dando lugar à alteridade cultural.

Referências Bibliográficas:

CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. Editora Universidade de São Paulo: Edusp, 2003.

FRAGA, Carlos Roberto Vargas. *TV CASTRO ALVES: a imagem, o sonho e o ritual em uma experiência educativa de trabalhadores da periferia urbana*. Dissertação de

Mestrado. Departamento de Educação. Programa de pós- graduação em educação da PUC-Rio, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro : Editora da UFRJ, 2001 (2. Ed).

_____. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Sousa, Mauro Wilton. Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 2002.

_____. La educación desde la comunicación. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: Moraes, Denis de (org.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MIRANDA, Luciana Lobo. Criadores de Imagens, produtores de subjetividade: A experiência da TV Pínel e da TV Maxambomba. Tese de Doutorado. Departamento de Psicologia. Programa de Pós-graduação em Psicologia PUC-Rio, 2002.

PAIVA, Raquel. O Espírito comum: comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: MAUD, 2003.