



Mídia Comunitária: Entre Iguais e Diferentes, um Espaço Para o Ator Social¹

Fabiana da Costa PEREIRA²
Maria Ivete Trevisan FOSSÁ³

Resumo

A mídia comunitária é caracterizada pela gestão compartilhada, programação diversificada e voltada ao interesse da comunidade onde está inserida. Porém, somente a partir do engajamento do sujeito, como ator social, é que, entre iguais e diferentes, a mídia comunitária será espaço realmente multicultural.

Palavras-chave

Igualdade; diferença; ator social; mídia comunitária.

Introdução

Igualdade e diferença podem ser dois polos opostos de um mesmo referencial, ou ainda, serem complementaridades que só existem um em função do outro. Nesse segundo sentido é que Touraine (1998b) aborda a questão ao considerar que a igualdade entre os cidadãos só se estabelece no reconhecimento das diferenças com o outro, entendendo as particularidades como direito legítimo de individuação do sujeito no meio social. Individuação essa que não constitui um olhar egoísta do sujeito, mas uma possibilidade deste vivenciar as suas experiências, através de sua cultura, construindo um caminho único. Indo além do reconhecimento do sujeito pelo outro, é o ator social quem poderá propor mudanças para que

¹ Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Relações Públicas pela UFSM, Especialista em Comunicação pela UNIFRA e Mestranda do PPGCOM/UFSM. Bolsista CAPES. E-mail: fabicp@terra.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora associada da UFSM, Graduação e PPG em Comunicação e em Administração da UFSM. Beneficiário de auxílio financeiro da CAPES. E-mail: fossá@terra.com.br.

se configure um novo olhar para a igualdade e para a diferença dos sujeitos, que venham contribuir na construção de uma sociedade democrática e multicultural. Considerando que a midiaticização da sociedade é uma realidade dos tempos atuais, entendemos que a mídia tem um papel muito importante nesse processo de mudança social, podendo ser o espaço onde os cidadãos, ao expressarem suas individualidades, construam o reconhecimento pela igualdade. Mas não serão os veículos privados os propulsores desses espaços cidadãos, com seus comprometimentos comerciais, onde a grade de programação é configurada conforme os investimentos financeiros. Seria, então, uma tarefa para a mídia comunitária, já voltada para a realidade da população local, precisando apenas que fosse gerida por sujeitos, como atores sociais, engajados socialmente e mobilizadores da participação plural.

Embasados nas considerações acima, justificamos o presente estudo ao se propor um início de exercício teórico para se pensar a mídia comunitária como espaço acessível às múltiplas culturas e identidades que formam uma comunidade. A partir das reflexões, muito mais poderá ser desenvolvido referente ao tema, porém, no momento propõe-se a ser um estudo qualitativo, de caráter teórico, a partir de revisão bibliográfica.

A construção do ator social, entre iguais e diferentes

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

Para abordarmos a questão da identidade, que podemos chamar o primeiro passo para a discussão proposta, buscamos em Tomaz Tadeu da Silva (2009) a conceituação de identidade como a oposição de algo a outra situação que se apresenta, visto que se não fosse assim não se precisaria assumir uma identidade. Então, ao se denominar esta ou aquela identidade estamos afirmando que há alguém diferente e de quem é preciso se afastar. Para Silva “a identidade é a



referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença. Isto reflete a tendência a tomar aquilo que somos como sendo a norma pela qual descrevemos ou avaliamos aquilo que não somos” (2009, p. 76). Assim, diferente é alguém que no conceito de um indivíduo não se identifica com ele, sendo criado a partir de um processo de não reconhecimento do outro pelos parâmetros particulares de alguém. Novamente Silva conclui que “a identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. [...] Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais. A identidade e diferença são criações sociais e culturais” (2009, p. 76), sendo que uma diferença só é exaltada no momento em que uma identidade sente necessidade de ser preservada. Surge aí a relação de poder, uma disputa entre diferentes identidades que marcam a diferença do outro para demonstrar o lugar social que ocupam, hierarquizando as relações. A identidade que mais poder dispõe naturaliza suas condições, deixando ao outro o estigma da diferença, que passa a ser vista como a excluída, a não pertencente ao parâmetro construído como normal. Silva ressalta que “a força da identidade normal é tal que ela nem sequer é vista como *uma* identidade, mas simplesmente como *a* identidade. [...] A força homogeneizadora da identidade normal é diretamente proporcional à sua invisibilidade” (2009, p. 83, destaque do autor).

Para a preservação de uma identidade hegemônica há uma necessidade latente da presença controlada do outro que é diferente, numa disputa entre a manutenção e a subversão da ordem vigente. Daí a necessidade de muitos países em homogeneizar a cultura de seu povo, no intuito de fortalecer sua identidade. Ao propor a homogeneização, numa busca de integração nacional, as nações passaram por cima das particularidades, tratando as diferenças como algo marginal, inferiorizado e proibido. É Alain Touraine quem aborda a questão ao dizer que “a nação surgia como a forma política da sociedade moderna, complexa e em mudança, onde declinam as pertencas particulares locais, étnicas ou religiosas, e onde triunfa uma racionalidade que se traduz em regras administrativas, em sistemas de comunicação e em programas de educação” (1998a, p. 217). A conformação desse estado nacional forte, que enfrentou a globalização do mercado, se deu na força política e na imposição cultural e social. No desenvolvimento dos estados democráticos, tanto a democracia revolucionária (século XIX), como a democracia liberal (século XX) embasaram suas lutas na busca da igualdade universal submetendo o social ora ao controle político, ora ao controle econômico, mas afirmando uma igualdade dos direitos civis em prol do progresso, rumo à modernização da

sociedade. Igualdade essa que se traduziu em proteger os normais, respaldados pela lei, abolindo as desigualdades através da negação da possibilidade de existência de outra forma possível de sociedade. Os indivíduos eram inicialmente produtores, depois consumidores, fechados em sistemas homogêneos nacionalistas ou em comunitarismos purificadores de etnias ou religiosidades.

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

Somos iguais entre nós somente por que somos diferentes uns dos outros. Em contrapartida, se definirmos a igualdade por nossas crenças comuns, encontramos facilmente minorias ou até mesmo majorias que não as compartilham e que, por isso, consideramos como inferiores (TOURAINÉ, 1998b, p. 72).

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

Porém não basta apenas o reconhecimento do outro para que se construa uma sociedade multicultural onde os diferentes convivem enquanto iguais. Ao reconhecer o outro e o seu



direito enquanto sujeito, pode-se manter o entendimento do outro como diferente, e mesmo que portador de direitos, o outro continue a ser visto como minoria, numa convivência no limite da tolerância. Para Touraine, “o reconhecimento do outro não basta para assegurar a comunicação, o debate, e, portanto, o acordo ou o compromisso com o Outro” (1998b, p. 62, destaque do autor). Então, muito além do que apenas reconhecer o outro e seu direito, é preciso que o sujeito seja protagonista da ação social, agindo e criando na sua individuação, não como egoísmo, mas como diferencial da massa, a defesa da sua identidade como única e da possibilidade de integrar-se a um contexto multicultural onde cada sujeito possa ser ator social. Ao defender a sua individuação o sujeito, como ator social, se permite

ser o Sujeito de sua existência, de fazer de sua vida uma história singular. Em sua vida concreta, os seres humanos, envolvidos com seus interesses sociais, com sua herança cultural, sua personalidade individual, tentam ser diferentes uns dos outros, procuram não ser manipulados pelas mensagens e pelas pressões de uma sociedade de massa, autoritária ou não, delineando seu próprio percurso individual no tempo e no espaço. (TOURAINÉ, 1998a, p. 69-70, destaque do autor).

Conforme o autor, indivíduo, sujeito e ator não possuem o mesmo comprometimento com o desenvolvimento social, sendo que a passagem de um estágio para outro requer o desenvolvimento de autonomia, consciência e engajamento social. É preciso que o sujeito seja emancipado, e como ator social coloque-se enquanto portador de inúmeras identidades, pela raça, pelo sexo, pela religião, integrando diferentes coletivos, e justamente por vivenciar a diversidade, sentindo-se apto a estabelecer um relacionamento entre iguais e diferentes. É a democracia vista como espaço de pertencimento, onde todos possuem seu lugar de fala, pois se uma cultura só se estabelece como movimento, a diversidade cultural só poderá ser proposta no momento em que diferentes culturas conviverem e conversarem sem o interesse de superação e dominação de uma a outra. Para isso é preciso que os sujeitos sejam atores sociais e busquem a liberdade de expressão das suas diferenças e o direito dos outros também se expressarem. Se não pelos meios oficiais, por meios alternativos, promovendo o desenvolvimento pleno da cidadania através de espaços de debates, não precisando buscar um fim através do consenso.

E poderia ser a mídia a fazer esse papel de lugar de debate do multiculturalismo social, oportunizando a participação massiva dos sujeitos, dando visibilidade às discussões que se põem em pauta frente às negociações políticas, econômicas e sociais. Porém, não é bem esse



o papel que os veículos de comunicação privados têm se proposto a realizar na sociedade de consumo que vivenciamos na atualidade. Assunto que abordaremos na sequência.

A mídia como espaço de pluralismo

O desenvolvimento do sujeito como ator social e protagonista de mudanças no âmbito político e econômico requer a existência de sistemas democráticos de direito, onde a mídia possui papel preponderante. A preservação da democracia está intrinsecamente ligada à presença de uma imprensa livre, assim como esta somente se mantém num sistema democrático, visto o papel de reguladores que um desempenha sobre o outro. Nos exemplos extremos temos realidades onde a liberdade total da mídia compromete o veículo com um descompromisso do seu papel social, tornando-se especificamente um meio comercial, preocupados mais com os anunciantes do que com os consumidores; assim como no controle do estado há uma supressão da liberdade de expressão, tornando-se o veículo um instrumento de doutrinação política ou religiosa. Mas como fazer um equilíbrio dos diferentes interesses que se encontram por trás dos veículos de comunicação?

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

Integram a deontologia das mídias as funções dos meios de comunicação, apresentados por Bertrand (1999) através de seis categorias: a primeira faz referência ao papel de observador da realidade, que põe a informação a circular; a segunda como fórum de discussão e debate de ideias para a tomada de decisão em prol de uma convivência pacífica; a terceira para configurar a existência do mundo, o qual se não aparecer na mídia para a maioria das pessoas



não existe; a quarta para a preservação das identidades, através da transmissão de geração para geração do passado e do presente, com prospecção do futuro; a quinta função preocupa-se com a manutenção da saúde através da oferta de entretenimento como forma de amenizar as tensões diárias; e a sexta seria o fim comercial, num papel benéfico de movimentar o mercado e a concorrência ou ainda vista como um mal a incitar o consumo desenfreado que levaria a manipulação e até ao desperdício e a poluição.

Definido o papel, é para o conteúdo das informações que o autor volta o seu olhar, trazendo para discussão uma preocupação não com o conteúdo que a mídia propaga, visto o entendimento de que o usuário “não é um receptor passivo: ele interpreta a mensagem segundo sua experiência, seu meio, suas necessidades e seus desejos” (BERTRAND, 1999, p. 50), mas atenta justamente para as omissões de fala, do que a mídia silencia através das escolhas que faz. Observação importante feita por Bertrand no momento que um dos direitos dos cidadãos é o direito de ser informado, que está ligado ao direito de informar, ambos integrando o direito à comunicação. E nesse sentido a mídia tem deixado lacunas imensas mesmo nas sociedades democráticas (como informações com fonte única, a divulgação de um único ponto de vista, pré-julgamento de acontecimentos, etc.), visto que o fluxo de informações existente acontece somente dos meios para o público, não havendo muitas possibilidades de participação do público por vontade própria, a não ser nos meios alternativos que surgem justamente para minorar esse déficit na democratização do acesso à comunicação.

A omissão que se faz presente na mídia, através do que não é falado, e por isso mesmo não se faz existente, é abordado num âmbito mais geral por Boaventura de Souza Santos (2007) através do estudo da Sociologia das Ausências. Estas se dariam a partir de cinco modos de produção que são por ele assim definidas: a) a monocultura do saber e do rigor – onde somente o saber científico pode ser considerado, excluindo um saber popular alternativo que é traduzido em ignorância; b) a monocultura do tempo linear – que dá a exclusividade de desenvolvimento aos países de primeiro mundo, tecnológicos, considerando todos os outros atrasados, sem possibilidade de contribuírem com o avanço científico; c) a monocultura da naturalização das diferenças – onde a diferença só se faz presente através da desigualdade, inferiorizando o que não constitui o igual naturalizado; d) a monocultura da escala dominante – que se dá através da globalização e do universalismo, não tendo espaço para o local e o



particular, que passa a ser invisível, pois ao não ser considerado, não existe; e) a monocultura do produtivismo capitalista – onde o ciclo de produtividade do capitalismo é a base para todo e qualquer parâmetro, considerado improdutivo o que não alcançar esses patamares. Essas ausências, segundo Boaventura (2007), estão intrínsecas às sociedades e se perpetuam através do pensamento hegemônico que desacreditam outras experiências sociais ao torna-las invisíveis aos seus próprios pares. Ao não serem faladas, não existem, se não existem, não podem demandar mudanças sociais.

Como contraponto à Sociologia das Ausências, Boaventura (2007) propõe a substituição da monocultura pela Ecologia dos Saberes, as quais tornam presentes as experiências possíveis dentro de uma sociedade multicultural. São cinco as Ecologias propostas pelo autor: a) a ecologia dos saberes – propondo o diálogo entre a ciência e a cultura popular, a partir do reconhecimento da intervenção do saber na realidade social; b) a ecologia das temporalidades – através da qual a temporalidade fica ligada às sociabilidades específicas, respeitando o tempo de cada cultura; c) a ecologia do reconhecimento – que deve se dar somente depois de removidas as relações de hierarquia, onde serão reconhecidas somente as diferenças que permanecerem; d) a ecologia da transescala – que possibilitará a articulação entre o global e o local, entre o universal e o particular, propondo escalas de análises através de outros olhares, para que se faça essa integração; e) a ecologia das produtividades – a qual valoriza a produção alternativa, os sistemas econômicos populares, a economia solidária, etc.

Através da Ecologia dos Saberes, de Boaventura (2007), podemos pensar a mídia como espaço plural. Ao se colocar aberta ao multicultural, oportuniza o contato do público com outras realidades configuradas a partir de olhares múltiplos que trarão ao conhecimento, e por isso à existência, experiências particulares, individuais ou do grupo, que possam vir a contribuir para alguma mudança social. Mas à mídia privada não se espera que caiba esse papel, considerando que mesmo com o respeito à deontologia, a mesma toma para si o poder de definir quem fala e quem cala na sua programação, buscando as vozes populares nos momentos oportunos em que reforça para o público o seu papel social. Então é nas mídias comunitárias que reside a esperança desse espaço de pluralidade, conforme trataremos a seguir.



O ator social configurando a mídia comunitária como espaço plural

A mídia comunitária, no Brasil, está historicamente ligada aos movimentos sociais de resistência que tinham nos veículos alternativos os canais de comunicação para transmissão das suas reivindicações à ordem social vigente, numa resistência ao regime autoritário imposto pelos militares a partir do golpe político de 1964. Utilizando-se de instrumentos como os panfletos, o carros de som, os integrantes da resistência política mantinham ação constante junto às populações de mais baixa renda, procurando despertar a consciência da cidadania, no intuito de levar a população à busca de mudanças sociais que se faziam urgentes (como nas questões sobre segurança, condições de trabalho, desemprego, desenvolvimento econômico, etc.). Integravam esses movimentos sociais os sindicatos de classe, os grupos políticos de oposição, entre outros que se articulavam para enfrentar os privilégios e poderes de uma classe hegemônica que apoiava e era apoiada pelos militares no poder.

Inicialmente, as manifestações de comunicação que emergem no contexto de organização das classes populares se concretizam enquanto uma comunicação popular (ou seja, ligada ao povo) ou alternativa, no sentido de ser alternativa no tocante ao conteúdo e aos canais utilizados, tais como boletins, panfletos, alto-falantes, etc., em relação aos meios de comunicação de massa. A mídia, na época, estava submetida a mecanismos rígidos de censura e autocensura, além de vínculos políticos e econômicos com os setores das classes dominantes e com o governo, não refletia tudo o que estava acontecendo na sociedade (PERUZZO, 1998, p. 152 – 153)

Com as mudanças ocorridas, principalmente com a volta à democracia política no país, a partir dos anos 80, os movimentos sociais se reestruturaram para enfrentar uma nova realidade, a qual também causou mudanças na mídia tradicional. Conforme Peruzzo (1998) a comunicação comunitária vai ganhando espaço, não mais só através da mídia alternativa, mas a própria mídia privada passou a abrir sua programação para uma participação mais popular, através de programas de auditório, entrevistas no telejornalismo, telenovelas com *merchandising* social, programas em emissoras de rádio, entre outros espaços ocupados pelos sindicatos, confederações de trabalhadores e associação de moradores, ao longo do país. Mas não podemos deixar de salientar que, mesmo nesse contexto de abertura, aos movimentos populares os espaços eram abertos quando interessavam à composição da programação da mídia privada, não tendo os cidadãos acesso aos veículos no momento que tivessem interesse.

Aos poucos os movimentos sociais foram se aproximando das tecnologias da comunicação e apropriando-se desse fazer comunicacional, em meios próprios, através de veículos massivos, como jornais impressos, as rádios e as tevês comunitárias, que a partir de legislações específicas⁴ foram ganhando espaço junto à mídia comercial brasileira. Como o acesso à canais de rádio e TV, no país, é um serviço público, outorgado pelo Governo Federal, somente a partir de uma solicitação formal é que as comunidades podem usufruir desses canais comunitários de comunicação. Ainda, como estão regulamentados através de Leis e Decretos, os veículos de comunicação comunitária só podem ser autorizados para funcionamento a partir da solicitação que venham de organizações sem fins lucrativos. Essas devem observar os princípios de gestão e programação de cunho coletivo, através do incentivo à participação dos cidadãos e de suas organizações representativas, cuja programação deverá voltar-se para a abordagem de assuntos referentes à educação, à cultura, à saúde, à cidadania, entre outros que tenham como princípio o interesse público acima do interesse privado. Aos gestores do canal cabe a instalação e manutenção dos mesmos, sendo proibida a atividade comercial através de venda de patrocínio, admitindo-se, porém, a participação financeira de outras organizações através do apoio cultural.

Nessa realidade é que hoje os veículos comunitários estão se configurando ao longo do país, assumidos por diferentes representações da sociedade. Porém, não necessariamente sendo caracterizados por alguns aspectos que, conforme Peruzzo (1998), poderiam identificar uma mídia como comunitária e que podem ser assim resumidos: a) abertura à participação plural; b) produtos produzidos e recebidos na própria comunidade; c) interatividade na comunicação; d) gestão pela própria comunidade; e) autonomia dos interesses governamentais e privados; f) sem interesses comerciais; g) possibilidade de inovação para linguagens e formatos de programas; h) temas locais; i) dirigidos à comunidade; j) audiência limitada; k) interesses comuns; e l) exercício de democracia e cidadania. Para Peruzzo (1998) a mídia comunitária está enfrentando algumas distorções devido aos interesses divergentes dos indivíduos que assumem a gestão do veículo, os quais podem se configurar no real interesse de desenvolvimento social, com o veículo procurando fomentar a participação ativa dos cidadãos; em interesses políticos partidários que se apropriam do canal para divulgação

⁴ A Lei da Radiodifusão de Baixa Potência (Lei 9.612/98 e Decreto 2.615/98) regula o funcionamento das rádios comunitárias, e a Lei do Cabo (Lei 8.977/95 e Decreto 2206/97) regula o funcionamento das tevês comunitárias.

eleitoreira; e ainda em interesses privados de cunho comercial que buscam a sustentação através da venda de espaços publicitários (velados em apoios culturais) ou através da produção de material audiovisual para terceiros.

Entendida como a mais apta a estabelecer-se como espaço plural, a mídia comunitária configura-se para este fim através de sua legislação e de sua caracterização como veículo de gestão e programação que requer participação diversificada, aberta às temáticas de interesse local, voltada à comunidade onde se encontra inserida. Porém não basta a existência do veículo para que a mídia comunitária realize-se nessa perspectiva. Veículos que sejam apropriados por indivíduos movidos por interesses particulares estarão fadados a transformarem-se em espaços comunitaristas, voltados ao interesse de poucos, fechados para a diversidade e fomentando o preconceito entre outras formas de segregação social.

Para exemplificar a questão dos veículos comunitários é que apresentamos o caso da TV Santa Maria, a TV comunitária no sistema a cabo que ocupa o canal 19 da NET Sul, a operadora de TV a cabo na cidade de Santa Maria, região Centro do Estado do Rio Grande do Sul. Outorgada para funcionamento no ano de 2009, sob a coordenação da Associação TV Santa Maria, foi ao ar pela primeira vez em agosto de 2010, com um telejornal diário. A partir daí ampliou sua programação, contando hoje com dois programas diários (o telejornal Santa Maria Agora e o programa jornalístico Controle Geral) e 24 programas semanais (que vão ao ar originalmente uma vez na semana e possuem mais duas reprises em dias e horários alternativos). Os programas abordam diferentes temáticas, como esporte (cobertura dos campeonatos regionais e locais, profissional e amador), cultura (na área da música, das letras, das artes plásticas, da cultura nativista), moda, entretenimento, saúde, culinária, turismo, etc. Esses na sua maioria são produzidos pela própria Produtora, e em geral, dentro do próprio estúdio da TV Santa Maria (até porque para o deslocamento de equipe e equipamento há necessidade de investimento ampliado de recursos financeiros). Possuem apoio de diversas empresas comerciais locais (os apoios culturais), ou ainda são promovidos por organizações públicas ou privadas (sindicatos, associações, órgãos públicos, clínicas médicas, igrejas, lojas, etc.) as quais arcam com os valores necessários para a realização dos programas.

Numa especificidade, a Associação TV Santa Maria chamou para ser parceira no empreendimento do canal comunitário a empresa SM Produtora, empresa privada que entrou com toda a estrutura física, com os equipamentos e com a contratação de recursos humanos



para colocar no ar o canal comunitário. Nessa parceria firmada ficou por conta da Produtora a direção do canal, no seu andamento diário, com acompanhamento mensal da Diretoria da Associação para o aval às ações propostas a serem empreendidas. Nessas ações estão contemplados todos os programas a irem ao ar, os contatos para a ampliação da grade de programação, as coberturas ao vivo dos eventos locais que serão transmitidos, a prestação de contas dos recursos oriundos de apoios culturais e de custos operacionais (valores pagos pelas organizações para veicularem seus programas a partir dos equipamentos da TV), assim como das despesas com a infraestrutura necessária para colocar e manter no ar uma emissora de TV (mesmo que comunitária, uma TV necessita de equipamentos que leve a programação ao link da NET para transmissão via canal a cabo e de profissionais minimamente capacitados).

Nessa realidade é que podemos observar os espaços que se abrem nesse veículo outorgado como comunitário que se propõe a ser um contraponto à mídia comercial. Com multiplicidade de programas, numa abrangência de temáticas, busca inserir-se na comunidade como espaço de discussão para problemáticas e assuntos de interesse local. Porém o que se tem observado, mesmo que ainda de forma incipiente (visto não ser ainda uma pesquisa aprofundada) é que mesmo com essa proposta a TV Santa Maria ainda não conseguiu ampliar os espaços de fala na sua programação. Em sua maioria, os programas são promovidos por empresas privadas, com intuito de abrir discussões locais, sim, mas com interesses particulares. O próprio telejornal diário não busca, na maior parte do tempo, a participação de outros indivíduos que não os institucionalmente representados, e que por isso mesmo já possuem espaço na mídia comercial (como os representantes de órgãos públicos, de associações, instituições, etc.). Também o custo mínimo para a utilização do espaço no canal (e que reconhecemos é necessário, visto a necessidade de pagamento da hora do técnico, do uso de equipamentos específicos, da estrutura para a transmissão do sinal para a operadora) não possibilita o acesso a outras instituições que não consigam o apoio do meio privado. Na maioria das vezes a própria produção do audiovisual se faz precária ou inexistente devido a complexidade de se lidar com material tão específico.

Assim, mesmo que o canal comunitário, ao ser outorgado para funcionamento, se proponha a ser veículo realmente comunitário, há uma necessidade mínima de infraestrutura, pra a qual é preciso a busca de recursos. Isso envolve investimentos financeiros de parceiros ou apoiadores. Também para o andamento de uma grade de programação variada é necessário



que as organizações da comunidade produzam material audiovisual para preencher os espaços, o que já vimos requer além dos custos de produção os custos mínimos de veiculação. Ainda podemos considerar que para o telejornal diário buscar a participação mais plural das diferentes vozes da comunidade se faz necessário mais investimento de recursos para os deslocamentos e a presença efetiva dessas outras organizações, não institucionalizadas, se reconhecendo como sujeitos (associações de bairro, grupos culturais, grupos étnicos, etc.).

Corroborando com o proposto por Peruzzo (1998) podemos considerar que não basta a existência do veículo para que a mídia realize-se nessa perspectiva. Cabe aos sujeitos, constituintes da comunidade, como atores sociais, a apropriação dos veículos comunitários para a divulgação da diversidade cultural em que se encontram inseridos, abrindo espaço para a presença dos sujeitos, que iguais, nas suas potencialidades e direitos, e diferentes nas suas particularidades, busquem espaço de expressão de suas existências. Somente com a participação do sujeito, como ator social, poderemos pensar em veículos comunitários que cumpram o papel de disseminador do multiculturalismo. Embora cientes que esses precisam se organizar para buscar as formas alternativas de financiamento da instalação e manutenção da complexa infraestrutura necessária a um canal de TV, e ainda mais, da disseminação de uma cultura de produção de material audiovisual popular e de participação e engajamento dos membros da comunidade, entendemos que esse ainda é o melhor espaço de mídia que poderá dar início a uma mudança social.

Considerações finais

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



mesmo com direito de ser preservado na sua particularidade. Ao reconhecer o seu direito a um lugar singular na sociedade, reconhece também o lugar do outro sujeito com quem estabelece mais do que relações de convivência.

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

Referências

BERTRAND, Claude-Jean **A Deontologia das Mídias**. Florianópolis: EDUSC, 1999.

PERUZZO, Cicília M. K. Mídia comunitária. **Revista da Comunicação e Sociedade**. nº 30. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998, p. 142 – 156.

SOUZA SANTOS, Boaventura de. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007. Disponível em:
http://www.4shared.com/document/tQC0NNV5/Renovar_a_Teoria_Crtica_e_Rein.html

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In. Silva, T.T. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis. RJ: Vozes, 2009. Pg.73-102

TOURAINÉ, A. **Iguais e diferentes: Poderemos viver juntos?** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998a.



IX Conferência Brasileira de
Mídia Cidadã
IV Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã

TOURAINÉ, A. **Igualdade e diversidade**: o sujeito democrático. Bauru, São Paulo: EDUSC, 1998b.

TOURAINÉ, A. **Pensar Outramente**: o discurso interpretativo dominante. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.