



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
– Caxias do Sul, RS, de 02 a 06 de Setembro de 2010

As Estratégias Para Estar no Canal Comunitário

Larissa Quissini Rizzon

RESUMO

A Comunicação alternativa é bem vista e aplaudida, mas é preciso reconhecê-la na prática e identificar seus benefícios e pontos a serem melhorados. As teorias nunca foram tão bem vindas sobre esse assunto. No Brasil, mais especificamente no Rio Grande do Sul, em Caxias do Sul, foram estudadas as estratégias comunitárias para estar na TV Caxias, o canal comunitário da cidade. Foi imprescindível para a pesquisa o estudo da Lei da TV a Cabo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação alternativa, televisão, canal comunitário, identidade

Sociedade, identidade e indústria cultural

A Sociedade pode ser compreendida como um estado social, ou um corpo social, ou ainda como uma reunião de duas ou mais pessoas que, unindo as suas forças, cooperam de um modo estável para a realização de um fim comum, por todos conhecido e desejado (CONTE, 1939). Para ele a sociedade pode ter diversas significações, entre elas: comunidade de pessoas, ligação dos semelhantes, em razão de sua semelhança (sábios, artistas; os que se interessam pela ciência ou pela arte), grupo social. (CONTE, 1939, p.163)

Benevenuto (2005) explica que a comunicação está tão integrada na sociedade contemporânea, que qualquer observação a seu respeito precisa levar em conta suas interseções com os mundos da economia, da política e das relações entre os indivíduos. Ou seja, a comunicação tem seu papel na sociedade, mas ela não caminha sozinha. Ainda para Benevenuto (2005, p.47) também é substancial considerar a comunicação operando na construção simbólica das visões de mundo. Assim, ao capitalismo moderno interessa a sua capacidade de criar necessidades e consolidar hábitos, para manter a circulação de outras espécies de mercadorias, a exemplo daquelas intrínsecas à vida cotidiana.

Conforme Peruzzo (1998), os meios de comunicação de massa vieram para privilegiar os objetivos das classes dominantes, para criar hábitos de consumo por meio da persuasão e para desmobilizar os interesses das classes subalternas.

Benevenuto (2005, p.49) explica que o crescimento do capitalismo é dependente dos meios de comunicação, pois o controle da produção e da circulação financeira depende diretamente da velocidade com que as informações, privilegiadas ou não, são transmitidas.

O conceito e o modo de formação da identidade mudaram ao longo dos anos. Essas mudanças fizeram com que a sociedade e seus receptores fossem influenciados por elementos exóticos com a importação da cultura norte-americana, sua moda, comida e alguns hábitos do cotidiano, para o ocidente, mas especialmente para o oriente.

E desde que a globalização começou a dar os primeiros sinais de existência, a incansável busca por tornar o global conhecido por todos, acabou dando destaque apenas para as informações gerais do mundo. O local, para não se sentir fora desse mundo que ganha a preferência, busca inserir na sua realidade o que recebe como a verdade do que é transmitido como global. A identidade do local se perde justamente nessa tentativa de se inserir numa realidade tida como um padrão, ou pelo menos valorizada por mais pessoas no mundo, graças ao que a mídia prioriza devido a necessidade de vender, e vender mais. E é preciso resgatar a sua importância, para compreender para que servem as produções locais, aqui não se referindo apenas à comunicação, mas também a indústria e todos os outros setores da economia.

Dava-se início a indústria da TV, que teve e ainda tem participação decisiva na formação das identidades e no crescimento econômico dos países. Na América Latina, ela foi implantada no início da década de 50. A partir dos anos 60 começa a penetração sistemática do capital estrangeiro através do controle e domínio do capital internacional, neste novo setor e pelos contratos que escamoteiam a legislação desses países.

Desde que o fenômeno da valorização do que é global e do que é de longe começou a imperar na vida das pessoas, aqui no caso com ênfase nas pessoas telespectadoras, muitas histórias do local se perderam. Passou a ser comum informar para os moradores de um bairro pequeno de uma cidade do interior o que estava acontecendo do outro lado do mundo, e deixar de lado o que acontecia do outro lado da rua. A preferência passou a informar-se o que pudesse ser de interesse de mais pessoas, escolher notícias que rendessem mais, afinal esse sistema é a regra do jornalismo, e os

meios de comunicação se encontram na lógica do capitalismo, do lucro e da indústria cultural.

Os meios de comunicação encontraram, nesta fórmula, a possibilidade de gerar lucratividade com a oferta de conteúdos voltados para muitas atenções. Isso porque a história dos meios de comunicação, e especialmente da TV, andaram juntos com o desenvolvimento do capitalismo na sociedade, e neste sistema o foco é vender o máximo de produto possível, o produto aqui no caso é a informação.

Todas essas consequências foram sendo aceitas pelo bem da manutenção desse sistema de compra de venda de informação, porque não havia e ainda não há interesse de grande parte em terminar com ele. Porém existem pequenas parcelas de pessoas ou grupos que têm como objetivo exatamente mostrar o contrário, ou seja, que estão interessados em estabelecer a comunicação com o local. A televisão, por estar inserida dentro de interesses econômicos e políticos, acaba reproduzindo os interesses de alguns e deixando de mostrar a realidade onde está inserida. A lei número 8977, de seis de Janeiro de 1995, da TV a cabo, exige que seja oferecido oito tipos de canais diferentes a comunidade, e na verdade nada mais é do que uma forma do governo de dizer “fizemos a nossa parte”. A Lei chega a todas as cidades em que hoje exista uma operadora do cabo. Em Caxias do Sul ela está há algum tempo, mas agora é que começa a dar resultado e chegar a uma parcela do público alvo: a comunidade.

Caxias do Sul é uma cidade com cerca de 500 mil habitantes. Aos 120 anos de emancipação, ela conserva muitas características de seus colonizadores, os imigrantes italianos. Uma delas é a valorização das tradições e também do localismo.

No entanto Caxias é feita de sua história, e o que marca a história da cidade é o desenvolvimento do setor metalmeccânico e industrial, bem como a agricultura. É uma cidade que começa agora dar os primeiros passos em direção a uma comunicação comunitária efetiva e aberta, que mostre o que qualquer tipo de pessoa quer ver. Não só a televisão, mas os outros meios de comunicação também caminham junto com o desenvolvimento da cultura da região, que foi resistente à entrada de outros veículos, e hoje está apenas no começo, mas já demonstra grandes perspectivas.

E uma das etapas mais difíceis é encontrar exatamente que estratégias podem ser usadas para inserir a TV em uma cultura tão diferente do mundo televisivo.

Oportunidades existem para se mostrar o local, afinal, Caxias possui duas emissoras¹ e quatro canais². Para tentar entender o macro ambiente em que a comunicação passa, será analisado primeiramente o micro, no caso desta pesquisa o canal comunitário.

1 TV CAXIAS – CANAL 14 da TV a cabo

Em Dezembro de 1996, o Ministério das Comunicações divulgou a lista de empresas que tiveram suas autorizações de DISTV³ transformadas em concessões de TV a cabo. Entre elas estava a TV a Cabo de Sul Ltda, Caxias do Sul, RS.⁴ Neste ano, chegava então a Caxias a TV a cabo, que abriria uma serie de possibilidades para a cidade, inclusive, a partir disso poderia estar “no ar” o canal comunitário da cidade. Porém, apenas em 30 de setembro de 2004 foi assinada a ata de fundação da associação que viria a administrar o canal quase oito meses depois. Somente em 27 de maio de 2005 o modelador foi ligado ao sinal do cabo. Desde então o canal comunitário de Caxias vem traçando sua história, e hoje conta com 29 entidades associadas.

Conforme o Art. 1 do Estatuto, que rege a Associação do Canal Comunitário de Caxias do Sul, a TV foi constituída para congregar e representar as entidades não governamentais e sem fins lucrativos da cidade. Seu objetivo principal é coordenar a estruturação da programação do canal comunitário e de outros canais de uso comunitário da TV a Cabo.

¹ Centro de produção de programas de rádio ou TV. Empresa e/ou unidade que produz e transmite mensagens de comunicação de massa por meio de sinais de radiodifusão. (RABAÇA, 2001, p.264)

² Todo suporte ou material que veicula uma mensagem de um emissor a um receptor, através do espaço e do tempo. Meio pelo qual a mensagem, já codificada pelo emissor atinge o receptor. [...] Abrange três significados: mecanismos de expressão da mensagem, que são os canais naturais ou sensoriais, os próprios sentidos; veículos ou processos pelos quais a mensagem é transmitida, ou seja, são os fenômenos físicos que possibilitam a propagação da mensagem; e o meio pelo qual os fenômenos físicos tornam possível a propagação da mensagem. Pode ser compreendido ainda como faixa de frequência reservada para uma determinada estação de radiodifusão. (RABAÇA, 2001, p.100)

³ Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos

⁴ Conforme o site:
<http://www.tvcomunitariadf.com.br/tvcidadelivredf/redenacional/empresa.php>

O Estatuto da Associação do Canal Comunitário de Caxias do Sul também afirma o que já está previsto na lei da TV a cabo, onde se refere ao canal comunitário, de que ele não possui fins lucrativos, tem duração indeterminado, personalidade jurídica e patrimônio distintos em relação aos seus associados, diretores e conselheiros, que não respondem subsidiária nem solidariamente pelas obrigações contraídas em nome da Associação, ou seja, cada membro exerce suas funções na Associação, mas não está impedido de trabalhar em outros locais. É importante ressaltar que ela é uma organização que congrega outras entidades sem fins lucrativos, e não pessoas físicas.

Desde a sua fundação, o canal passou por diversas mudanças e também por vários diretores gerais. Conforme consta na ata de fundação do canal, aos 30 dias do mês de Setembro de 2004 foi feita a primeira convocação. Estavam presente na data o fundador, Cláudio Daniel Boeira Jardim, que representava a Associação de Moradores do Conjunto Residencial Piazza Ditália; o vice-presidente, Samuel Boeria Jardim, que representava a Zoom Soluções Criativas; o tesoureiro Rubem Pires Junior, que representava o Sindicato dos Jornalistas de Caxias do Sul; o primeiro secretário, Julio César Ferronato, representando o Clube Caxias de Rally e o segundo secretário, Vilmar Merchiori, representando o Sindicato dos Professores de Caxias do Sul.

Fundada a Associação, os integrantes levaram o sinal até a operadora, e enquanto dava-se andamento na parte burocrática, que levou quase oito meses para sair, os membros começaram a comprar equipamentos, para que quando obtivessem o canal ele pudesse exibir programações o quanto antes. No dia 27 de Maio de 2005 o modulador foi ligado ao sinal do cabo. Desde então a diretoria eleita na data da fundação permaneceu no cargo e começou dar os primeiros passos para agregar mais entidades sócias. No entanto, é importante lembrar que era o nascimento do canal comunitário de Caxias do Sul, cidade que tinha e ainda tem todas aquelas características citadas acima, tanto quanto se fala em perfil de público, até quando se questiona se existe o interesse de uma pequena parcela de que a grande parcela participe.

No início não foi de interesse dos diretores da Associação que o canal fosse realmente da comunidade. A prova disso é que, por quatro anos, a associação se manteve apenas com três entidades integrantes, o que não condiz em nada com a proposta de ser comunitária. O que foi feito ao longo desse tempo não se sabe.

Em vista disso, a segunda diretoria do canal comunitário foi escolhida e tomou posse apenas em Julho de 2009. Desde então a associação vem buscando seguir alguns principais princípios. O primeiro deles é fomentar, por todas as suas instâncias e meios, a democratização da comunicação. Para que isso aconteça, o canal comunitário não proíbe nenhuma veiculação e não exerce nenhum tipo de vigilância sob os programas que são produzidos por seus associados. Isso, porque o seu segundo princípio é garantir o exercício da mais ampla democracia, em todos os seus organismos e instâncias, assegurando liberdade de expressão aos representantes das entidades associadas, buscando sempre a unidade na ação. Divulgar a existência do canal, esclarecendo como e para quem funciona também é uma forma de conquistar novos membros para a associação. Estes podem fazer parte de uma parcela da população que, ainda não está representada no canal, e então pode assisti-lo e também vir a ter interesse em usufruí-lo.

Para que a diretoria do canal possa exercer essa democratização, sem interferir na liberdade de expressão, o terceiro principal objetivo é orientar sua ação por princípios éticos e de igualdade, participação, representação da pluralidade e solidariedade. E como um canal que tem como foco a prestação de serviço a comunidade onde está localizado, a TV Caxias defende a solidariedade entre os povos, o ambiente natural, a biodiversidade e os recursos naturais não renováveis, os direitos humanos, as liberdades individuais e coletivas e a justiça social. O Estatuto também prevê assegurar o exercício do direito de expressão, de geração de informação e de produção cultural a todos os segmentos sociais e instigar a capacitação dos cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação, nas suas diversas modalidades, e para o debate da estética, dos conteúdos, da linguagem e da técnica empregada.

O que poucos sabem sobre um canal comunitário atualmente, é que ele busca sim estimular o desenvolvimento dos serviços de TV, pautado pelas noções de participação da sociedade e de preservação do interesse público, uma prova disso é qualquer pessoa, independente de beleza, cor de pele, grau de instrução ou posição social, pode produzir um material que veiculá-lo no canal. Claro que, isso também interfere na qualidade da programação, que também é muito julgada e discriminada, principalmente porque um dos principais empecilhos de fazer televisão é o alto custo de produção. No entanto é preciso ter bem claro o principal objetivo desse tipo de TV que

é a democratização da comunicação, e não a audiência e a produção de conteúdo para a indústria cultural.

Para conseguir efetivar esses princípios, sem se voltar para o mesmo caminho que os outros tipos de canais, porque com dinheiro sobrando é tudo muito mais fácil, os canais comunitários têm que buscar parcerias. No caso da TV Caxias, ela escolheu definir algumas atividades, em primeira instância, para que pudessem ser desenvolvidas sem ferir os princípios éticos da associação.

Na tentativa de estar cada vez mais próximo da comunidade, o canal busca incentivar a cultura através da viabilização de material didático, vídeos, filmes, revistas, jornais, folhetos e impressos, de acordo com as suas finalidades e transformar tudo que foi possível em obras audiovisuais, cinematográficas ou de multimídia, bem como programas de televisão. Essa proposta ainda não foi experimentada, porque a atualização do estatuto é muito recente, foi finalizada em setembro de 2009, mas pode ser considerada uma estratégia de aproximação do canal com seu público.

Para se fazer visível numa cidade como Caxias do Sul, a associação se propõe a ser membro integrante de associações estaduais ou nacionais de canais comunitários e manter intercâmbio com organizações similares, nacionais e internacionais, realizando convênios, contratos e termos de cooperação. Assim, se destacando lá fora, ela pode ser mais reconhecida na região, que tem essa característica, de valorizar as coisas da Serra quando elas saem da Serra.

A associação também busca desenvolver formas de cooperação com o Conselho Municipal de Comunicação de Caxias do Sul ou outras atividades similares. Um exemplo foi o envolvimento nos debates realizados na Primeira Conferência Municipal de Comunicação, realizada na Câmara de Vereadores no dia 29 de Outubro de 2009. Participar efetivamente dos debates referente à comunicação, como um todo, e também prever melhorias para o futuro, faz parte das estratégias de se aproximar da comunidade e exercer os seus princípios.

A programação da TV comunitária é toda de responsabilidade de seus associados. Por exemplo, uma entidade se associa ao canal porque quer produzir um programa semanal sobre um assunto específico. Todo o conteúdo veiculado neste programa será de responsabilidade da entidade. Isso porque existem exigências morais

e éticas que estão previstas na Constituição, e quem quer trabalhar com TV precisa acatar. A TV Caxias – Canal 14 é apenas um meio, um canal, como o próprio nome já diz, em que, alguns membros da associação, se envolvem com a parte do gerenciamento da programação, por isso a existência de uma diretoria.

O processo de produção de uma TV comunitária é este: o associado produz, grava, edita e tem um prazo para fazer com que esse material, já finalizado, chegue até a sede da programadora, onde ele será encaixado na grade de exibição. Por isso o quadro de funcionários da TV hoje é completamente operacional, porque o que acontece na sede mesmo é a veiculação dos materiais que chegam prontos. Não há seleção nem fiscalização sobre o que está sendo exibido. Nenhum programa passa por qualquer triagem.

A grade de exibição de hoje é apenas 30% inédita, isso devido a vários fatores, mas o que mais pesa é a falta de desenvolvimento da região para a utilização de uma linguagem televisiva. No entanto a TV Caxias – Canal 14 tem um diferencial da maioria dos canais comunitários. Ela optou por não fazer parceria ou convênio com nenhuma outra TV para reproduzir mais programações inéditas e variadas, até porque só é permitido que se apresente programações de outros canais se não forem exibidas nos mesmos horários de suas emissoras ou canais, porque isso caracteriza uma rede, e canais de utilização gratuita não podem em momento algum estar em rede.

Conforme art. 16 do Estatuto, a TV CAXIAS possui uma direção executiva, uma assembleia e um conselho fiscal. A diretoria executiva é escolhida sob a forma de votação em assembleia extraordinária, com um voto de cada membro representante de cada associado. As entidades elegem um representante para participar da votação, a partir do momento em que é divulgado o edital. Até hoje o canal só teve duas diretorias, a primeira que foi a fundadora da TV permaneceu no cargo por quatro anos, até julho de 2009. A segunda foi eleita no mesmo mês e terá três anos de gestão, conforme foi definido no Estatuto. A Assembléia Geral é composta por um diretor presidente, um diretor administrativo e financeiro, um diretor de contratos e eventos, um diretor técnico e um diretor de programação.⁵ Todos esses cargos não lhe referem nenhum

⁵ Ver detalhes da fundação em anexo 1.

pagamento, são todos não remunerados. Atualmente a TV conta com dois integrantes da assembleia que participam de todas as formas no canal, sem qualquer remuneração.

A parte operacional é mantida por três funcionários, uma secretária e dois técnicos, que custam em torno de 6.500 reais mensais para a associação. O canal conta ainda com o apoio de cinegrafistas *free-lancers* que são contratados para serviços esporádicos, e o gasto com eles chega a 3.500 reais mensais.

Esgotada a parte burocrática, a Associação TV Caxias – Canal 14 é formada por entidades sem fins lucrativos e é mantida, por contribuições das suas associadas que são feitas mensalmente, por meio de um pagamento de uma taxa de 50 reais. A mensalidade assegura ao associado a participação efetiva na Associação, desde o acesso a grade de programação com o seu produto até as tomadas de decisão em assembleias. Porém isso não significa veiculação livre e gratuita no canal, existe o valor de exibição, que varia de acordo com o tamanho do produto, se configurando assim a política de financiamento do canal: as mensalidades e o pagamento por veiculação de conteúdos de não associado.

No entanto não é preciso ser sócio para veicular materiais na grade de programação da TV Caxias. Como está previsto na definição de TV comunitária, a TV está sim aberta a todo e qualquer indivíduo que tenha algo a reproduzir, basta entrar em contato com a TV e encaixar seu programa.

Mas aqui entra mais uma estratégia de democratização da TV comunitária, colocada em prática pela equipe da diretoria. Atualmente cada pessoa ou entidade que demonstra interesse em veicular por meio do canal comunitário é convidada a conhecer como funciona a associação, e conseqüentemente a se tornar sócia. Assim, além do novo associado ser incentivado a produzir não só um, mas mais materiais, ele também é incentivado a contribuir com a associação e fazer parte dela. O engajamento já o faz presente e influente nas decisões.

E aqui está o grande benefício desta ação. Não é só o simples fato de se ter mais um associado na equipe, mas a possibilidade de movimentação de público aberta pelo mesmo. É sabido que as pessoas gostam de se ver na TV e basta que isso aconteça para que se chegue a mais e mais públicos. A estratégia é justamente esta, se utilizar dos integrantes de cada entidade associada para chegar ao maior número possível de

pessoas da comunidade onde a TV está inserida e esse é o grande bem da TV Comunitária. Um exemplo é a Federação dos Trabalhadores das Indústrias Metalúrgicas, que possui quase 2000 mil integrantes.⁶

Para evitar problemas e mau uso do patrimônio da Associação, o art. 13 do Estatuto propõe que os bens e direitos da TV CAXIAS, assim como suas rendas, somente poderão ser utilizados para a consecução de seus objetivos, facultado, o investimento para obtenção de rendas adicionais destinadas ao mesmo fim, sendo o resultado financeiro aplicado exclusivamente na realização de seus objetivos, ou seja, todo e qualquer valor que for de posse da Associação, que normalmente não é muito, pois ela não visa lucro e sua única renda é a taxa paga pelos associados, deve ser utilizado no canal. E sempre que houver interesse de algum associado em adquirir equipamentos para serem utilizados por todos, deve ser convocada uma assembleia em que são debatidas as propostas e estudados meios de conseguir dinheiro para os gastos. O art. 14 do Estatuto garante que os bens móveis que integram o patrimônio da TV CAXIAS serão devidamente identificados, através de meio próprio, para possibilitar o controle do uso e conservação dos mesmos. É importante ressaltar que não é proibido o estabelecimento de parcerias com empresas para a compra de novos aparelhos, e em troca o canal pode oferecer espaços de divulgação do trabalho dessas empresas com o formato de apoio cultural.

Atualmente são 20 entidades ativas na Associação TV Caxias – Canal 14. Aqui uma ressalva: até julho de 2009 a diretoria contava com apenas três entidades associadas. Em quatro meses sob nova direção o número já é mais de seis vezes maior de associados. Isso prova que as estratégias de aproximação da TV com a Comunidade estão funcionando, e estima-se que até o fim de 2010 esse número esteja perto dos 60.

Porém estão previstas no Estatuto algumas normas e pré-requisitos que o associado deve cumprir para assegurar o conceito comunitário da TV. Uma delas é que se uma entidade existe em Caxias, mas sua sede é em outra cidade, quem se filia na associação é a unidade do município onde o canal está localizado, e seu representante

⁶ O que eles produzirem de material para ser exibido na TV já é de interesse de, no mínimo 2000 pessoas, e essas 2000 já tem, de antemão, um bom motivo para assistirem a TV comunitária.

deverá obrigatoriamente estar domiciliado em Caxias do Sul. Todo o associado deve participar das atividades da associação, bem como receber regularmente informações das decisões tomadas e das atividades da TV, sendo assegurado, também, a qualquer tempo, o acesso a informações sobre a situação financeira da TV CAXIAS, bastando, para isto, solicitação formal à Direção executiva. O associado pode utilizar-se dos serviços oferecidos pela programadora, que basicamente é a exibição, na forma estabelecida pelo estatuto e também propor nomes para integrar as instâncias diretivas do Canal.

É permitido ao associado encaminhar propostas a Direção Executiva visando à adoção de medidas de interesse de seus associados e se for preciso, retirar-se livremente da TV CAXIAS, devendo formalizar sua decisão a Direção Executiva, apresentando suas razões e quitando suas obrigações com o canal.

A indústria da TV se encontra inserida dentro de um contexto que envolve relações de poder que vão muito além do universo da comunicação. Não se pode estudar um meio de comunicação sem olhar o ambiente em que ele está inserido, e o que move as relações neste ambiente. Desde o surgimento dos primeiros veículos de comunicação foi assim. A própria história da televisão mostra que seu desenvolvimento esteve o tempo todo relacionado com a troca de mercadorias de um mercado. Esta é mais uma palavra que está inserida no mundo das produções audiovisuais, especialmente na TV: mercado.

A indústria cultural identificou uma oportunidade de mercado no meio de comunicação estudado, e por isso ele vem sendo usado nas relações de poder, dando origem a indústria da televisão. Dentro do mesmo mercado existem diferentes públicos que deveriam ser o foco das produções, mas que acabam ficando em segundo plano porque as relações econômicas são sobrepostas às relações sociais. Essa é uma característica da sociedade contemporânea, o capitalismo, que transforma as produções em mercadorias e, conseqüentemente, prioriza o lucro.

E nesse mesmo cenário globalizado pode-se pensar que todos estejam satisfeitos com esse modelo de sociedade, já que, a princípio, não se sente falta de algo mais próximo ou mais profundo.

Mas essa impressão é imposta sutilmente por elementos que colaboram com a globalização, que são escolhidos especialmente para manter o sistema capitalista, e a

comunicação serve de moeda de troca, ou seja, é interesse de poucos produzir ou mostrar algo que seja consumível apenas por uma pequena parcela. Por isso não há também nenhum interesse em permitir que as pessoas sintam essa necessidade, para que não haja o perigo de deixarem a posição de passividade.

Mais uma vez os mecanismos da indústria cultural são visualizados, já que a produção de informação em série e a supervalorização do global não são consequências inocentes, pelo contrário, elas estão inseridas no mesmo contexto de relações econômicas que disputam o poder.

Porém, por outro lado, a globalização chegou ao seu limite, e esse estágio abre espaço para o desenvolvimento da comunicação alternativa e para democratização da comunicação. Mesmo que essa busca seja ainda de poucos, diante de um cenário tão cheio de interesses, há sim espaço para o local. No entanto o local precisa criar estratégias para demonstrar essa importância, e assim conquistar espaço. O canal comunitário é um bom exemplo de oportunidade de espaço a ser conquistado. Porém ela está prevista somente na lei 8977, da TV à Cabo, e esta não é clara e é insuficiente.

A lei trás apenas o conceito de canal, que é o conjunto de meios necessários para o estabelecimento de um enlace físico, ótico ou radioelétrico, para a transmissão de sinais de TV entre dois pontos, mas o não diferencia de emissora, que é uma empresa transmite, mas também produz a programação, e principalmente, não deixa claro para a população essa diferença.

Essa brecha faz com que os telespectadores cobrem dos canais comunitários características de emissoras, como mais qualidade, dinamismo e programações mais abrangentes e dinâmicas. Mas não sabem que a verdadeira função deste é justamente ser o que o nome já diz: um canal para que a comunidade possa divulgar o que é interessante para ela, e não para editores-chefes e jornalistas, como acontece nas emissoras, onde as reuniões de pauta é que determinam o assunto que vai ser divulgado. Essa é uma questão em que a lei não supriu toda a necessidade, e a população desinformada, e não mal informada, julga sem conhecer.

Porém há outra questão que permanecerá em aberto. Até que ponto os diretores ou coordenadores de um canal comunitário querem esclarecer esse funcionamento para a comunidade. No objeto estudado, a TV Caxias – Canal 14, ficou nítida a influência negativa da primeira diretoria da associação, que permaneceu quatro anos no “poder” e não desenvolveu um trabalho comunitário, porque em uma cidade do tamanho de Caxias, três entidades não podem representar a vontade de uma comunidade.

A lei também peca por trazer o canal comunitário, que está entre os oito canais que devem ser disponibilizados obrigatoriamente pelas operadoras de TV a cabo, apenas no oitavo item do artigo cinco, que explica superficialmente sua obrigatoriedade, sendo que, com a importância do canal comunitário para a comunidade, ele deveria ter uma lei especial, que tratasse de algumas questões. Por exemplo: sugestões de como fazê-lo democrático, ou que esclarecesse como essa associação deveria ser divulgada de forma clara para a comunidade e que fosse abertamente diferenciado dos outros canais comunitários que não tem o mesmo objetivo, como é o caso do canal previsto na Lei 8977, destinado à prestação permanente de serviço⁷ e tantos outros itens que envolvem um canal que é para ser de uma comunidade que, na maioria das vezes, não tem a cultura televisiva tão desenvolvida.

Diante de tantas leis, diretas ou subentendidas, pode-se perceber que a TV Caxias - Canal 14, mesmo que esteja passando por um momento importante de sua história e seja bastante recente para grandes feitos, é vítima do mau uso dos bens públicos, como tantas outras coisas. Caso contrário ele poderia ter tido outros marcos em sua história, afinal são quase cinco anos de exibição.

No entanto trabalha com estratégias que nos últimos meses vem dando certo, e podem democratizar ainda mais a comunicação em Caxias do Sul. Pelo menos não faltam oportunidades na cidade para que se busquem mais entidades associadas. E as formas de aproximação do canal vêm dando certo, principalmente quando tentar tornar associada a entidade que procura o canal só para uma exibição.

O que não se pode esquecer é que, não importa quem esteja por trás da direção dos canais comunitários em geral, não necessariamente só do objeto estudado, mas as ações desenvolvidas devem ser divulgadas como forma de prestação de contas em assembleias abertas, porque se a associação é da comunidade é ela quem deve estar por dentro do assunto. Sabe-se que esse é um arduo trabalho, afinal, envolver uma população que está recém do início do desenvolvimento de uma cultura televisiva não é e nem vai ser fácil. Mas informar sobre as verdadeiras funções de um canal comunitário e deixar claro seu objetivo é uma questão ética. Não se pode afirmar quantas pessoas têm interesse na programação nem qualquer outra estatística de recepção. O aumento do número de associados do objeto de estudo pode representar muito. No entanto esta

⁷ Como é o caso do Canal 20 da Net em Caxias do Sul

pesquisa quis primeiramente esclarecer as funções e objetivos de uma categoria de TV prevista em um tipo específico do veículo, que é a TV por assinatura. Para ilustrar a teoria foi utilizado o objeto de estudo TV Caxias – Canal 14, que colaborou totalmente com o leque de possibilidades que podiam surgir ao longo da pesquisa e graças a isso a pesquisa pôde ser tão rica.

Não cabe aqui um ponto final, ou uma conclusão. Cabem muitas outras inquietações que agora, com alguns conceitos e relações compreendidos, podem vir a serem estudados. Motivos não faltam, justamente porque se trata de um veículo de comunicação tão importante e influente na sociedade.

Referências:

BENEVENUTO JR., Álvaro. **De canal comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo em Porto Alegre**. 2005. 339 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo, 2005.

CONTE, Alberto; ARCHÊRO JUNIOR, Achilles. **Dicionário de sociologia**. São Paulo: Brasil, 1939. 188p.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998. 342 p.