

Nova TV Comunitária: Uma Análise Sobre A Efetividade Da Programação Local Para A Comunidade Mogiana¹

Hércules Silva MOREIRA²
Cristina SCHMIDT³

Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), São Paulo

Resumo

O presente artigo apresenta uma análise sobre a programação da Nova TV Comunitária, o canal comunitário do município de Mogi das Cruzes, em São Paulo. Por meio de uma abordagem qualitativa utilizando a técnica de observação, o principal objetivo é analisar a efetividade da programação do canal para a comunidade mogiana tendo como foco os produtos exibidos em horário nobre, além de investigar se o canal coloca em prática o que sugere a Lei do Cabo (que sua programação deve ser pautada em informação e entretenimento) e, dessa forma, veicular uma programação que contribua com o desenvolvimento social e local.

Palavras-chave: Canal comunitário; comunidade; comunicação regional; programação; televisão.

Introdução

Com o avanço tecnológico e o surgimento de novas mídias podemos notar que a comunicação comunitária assume, cada vez mais, um importante papel na sociedade. Nos últimos anos a forma de se comunicar vem sofrendo transformações não apenas quando falamos em aparelhos, mas também no que se refere a recepção.

Originada a partir de movimentos populares entre as décadas de 1970 e 1980 e, inicialmente, chamada de comunicação alternativa, a comunicação comunitária hoje aparece como sendo uma boa opção entre os modelos já tradicionais, afinal é por meio dela que uma comunidade, por exemplo, consegue compreender melhor o que acontece em sua

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestrando em Políticas Públicas na linha de pesquisa Políticas Culturais: Diversidade e Cidadania (UMC - SP); MBA em Comunicação e Marketing (UNICSUL - SP); Especialista em Comunicação Televisiva (UNIBAN - SP); Graduado em Jornalismo (UNICSUL - SP). E-mail: herculeszoom@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC - SP); Mestre em Comunicação e jornalista pela Metodista-SP; Pesquisadora e professora no Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes; Pesquisadora da Cátedra Unesco/Metodista; Professora e coordenadora na Faculdade Bertogã - Fabe. E-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

região ou em seu bairro. De acordo com Peruzzo (1998) é um tipo de comunicação ligada a movimentos populares tornando-se assim mais plural e abrangente.

De todas as mídias, desde as antigas até as contemporâneas, não podemos negar o poder que a televisão ainda possui na vida das pessoas. Seja por meio de uma notícia veiculada no telejornal, personagem importante de uma novela, carisma de um apresentador de programa de auditório etc., a televisão consegue seduzir o telespectador de maneira muito mais eficaz se compararmos a outras mídias.

Para Junior (2002) “a TV pauta nossas conversas, dita nossa hora de dormir, a decoração de nossas casas, a qualidade do que comemos e sabemos”. Ou seja, não podemos subestimar a importância que a televisão tem em nosso cotidiano.

É a partir disso que essa pesquisa, com foco na TV comunitária, pretende analisar a efetividade de sua programação. Temos como objeto de estudo a Nova TV Comunitária de Mogi das Cruzes (canal 9 da NET), principalmente os produtos exibidos em seu horário nobre que, segundo o IBOPE⁴, é compreendido entre 18h e meia-noite. De acordo com o site do canal⁵, seu objetivo é ser um prestador de serviços à comunidade e por isso dedica sua programação a um conteúdo informativo, educacional, cultural e social.

Com base nisso, queremos ainda entender de que maneira a linguagem é utilizada na transmissão de informações e com isso, analisar se o discurso é eficaz para a audiência, ou seja, se esses programas contribuem para a informação e entretenimento dos telespectadores mogianos.

Para Santos (2009) “a tecnologia permite a emergência de processos comunicacionais no âmbito regional, com a segmentação da produção e do consumo de bens simbólicos e culturais difundidos pela mídia”. É, exatamente, a partir daí que a programação de uma TV regional pode suprir necessidades locais, reforçar identidades culturais, além de dar voz a grupos sociais e étnicos que, normalmente, não possuem acesso aos meios de comunicação.

A Comunicação Comunitária e sua importância para o desenvolvimento local

De acordo com Peruzzo (2005) a mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa. Para a autora, alguns desses meios desenvolvem seu potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais.

⁴ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) é um dos mais importantes da América Latina e considerado referência em pesquisa sobre mídia, opinião pública, intenção de voto, consumo, marca, comportamento e mercado.

⁵Disponível em: <http://www.novatvcomunitaria.com.br>

É aqui que podemos entender a importância da comunicação para a comunidade. Por meio das mídias comunitárias e podemos citar a televisão como sendo uma das mais importantes, as pessoas podem compreender de maneira mais efetiva as situações que as rodeiam, já que essas mídias também apresentam uma linguagem mais próxima do telespectador. Isso sem contar que esse mesmo telespectador pode e deve estar presente na própria programação, afinal um dos principais objetivos da comunicação comunitária é servir à comunidade por meio de informações e serviços em prol da comunidade.

Estimular as formas de expressividade popular, buscando aprofundar o conhecimento da identidade cultural da população, através do uso de espaços públicos de comunicação eletrônica, é, sem dúvida, estar plantando semente boa em terreno fértil, cuja colheita será desfrutada pelas novas gerações. Esse é um momento ímpar, no qual a mudança para uma nova ordem tecnológica pode assegurar a condução de políticas efetivas que proporcione a oportunidade de diminuir as graves diferenças sociais a partir do acesso à informação. (Santos, 2009, p. 140)

Esse tipo de comunicação na comunidade também é essencial por valorizar a cultura local, as tradições e as histórias do povo. É como se fosse o momento que as pessoas de uma determinada comunidade tivessem para focar suas atenções em fatos ou acontecimentos resgatados de sua realidade, do seu cotidiano.

A mídia comunitária possui características bastante específicas que a diferem das mídias tradicionais. Peruzzo (2003) diz que ela se baseia no processo dos quais as pessoas da comunidade sejam as protagonistas principais e são caracterizadas por:

- a) Ter como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional;
- b) Usar como estratégia a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação e em geral também na gestão do veículo de comunicação. O receptor pode se tornar emissor e vice-versa;
- c) Quem produz (cria, fala, redige, edita, transmite etc) as mensagens não é necessariamente um especialista, o profissional de comunicação, mas o cidadão comum;
- d) Ter como força motriz a meta de contribuir para o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania;

- e) Não ter finalidades lucrativas. É auto financiada, ou recebe doações, além de trabalhar apenas com apoio cultural e não com anúncios publicitários. Há um entendimento de que caso haja excedentes e econômicos, esses não devam ser apropriados privadamente, mas revertidos para a sustentabilidade e investimentos do próprio meio de comunicação;
- f) Os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local, como por exemplo: notícias sobre as atividades de grupos populares organizados, esclarecimentos visando afastar crianças do tráfico de drogas, campanhas contra a discriminação da mulher e das raças, dicas de saúde, informações sobre prevenção de doenças, reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública;
- g) Nas experiências mais avançadas desenvolve-se gestão do tipo coletiva;
- h) A propriedade pode ser coletiva, individual ou institucional, mas colocada a serviço da comunidade;
- i) Buscar autonomia em relação ao governo e outros grupos de interesse;
- j) Ser dirigida a segmentos específicos da população;
- k) Ter alcance limitado em termos de cobertura, audiência, número de leitores etc., porém, há exceções dependendo do potencial técnico de transmissão.

É importante ressaltar que a comunicação comunitária será efetiva para o desenvolvimento local desde que haja participação constante da audiência, seja de maneira coletiva, individual ou até mesmo por meio de seus representantes/líderes. É nesse contexto que podemos resgatar a importância dos movimentos populares, afinal ele também é responsável em buscar os direitos sociais e políticos, além de exercer a liberdade de expressão de maneira horizontal.

São os meios comunitários que mais potencializam a participação direta do cidadão na esfera pública comunicacional no Brasil contemporâneo. Eles estão mais facilmente ao alcance do povo, se comparados com a grande mídia. Primeiro, porque se situam no ambiente em que as pessoas vivem, conhecem a localização e podem se aproximar mais facilmente (...). Segundo, porque se trata de uma comunicação de proximidade. (Peruzzo, 2005, p. 34)

A participação popular pode ocorrer de diversas maneiras. Quando falamos em TV, por exemplo, é o momento em que o telespectador deixa de ser meramente passivo e torna-se ativo. É quando ele pode opinar por meio de telefone, enviar uma mensagem por e-mail ao canal dando sugestões, fazendo elogios ou até mesmo críticas etc.

Isso sem contar nas redes sociais da internet, afinal com as transformações tecnológicas dos últimos anos, a maneira de se comunicar/participar também evoluiu, o que facilitou até mesmo para que essa participação da audiência pudesse ser realizada de maneira mais rápida e efetiva.

Enfim, são todas essas maneiras de participação da audiência que fazem com que a comunicação comunitária seja vista hoje como importante meio de informação e entretenimento o que contribui fortemente para o desenvolvimento regional e local.

A Nova TV Comunitária

Antes de apresentarmos nosso objeto de estudo, é importante entender de que maneira a TV Comunitária foi oficializada em nosso país. De acordo com Peruzzo (2000) a Lei 8.977 de janeiro de 1995 estabeleceu a obrigatoriedade das operadoras de TV a Cabo, beneficiárias da concessão de canais para, na sua área de prestação de serviços, disponibilizar seis canais básicos de utilização gratuita, no sentido dos canais de acesso público, como são denominados nos Estados Unidos. De acordo com a autora, pelo artigo 23 são três canais legislativos, um canal universitário, um educativo-cultural e um comunitário (aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos).

A Nova TV Comunitária, assim denominada, é o canal comunitário no município de Mogi das Cruzes em São Paulo. Fundada no ano 2000 ela ocupa o canal 9 digital da operadora NET, e aparece como um dos principais veículos de comunicação regional no município. De acordo com o site da própria TV, ela tem como objetivo principal ser um canal prestador de serviços à comunidade, proporcionando ao telespectador um conteúdo informativo, educacional, cultural e social.

Sua programação é baseada em assuntos que tenham relevância local e, dessa forma, apresenta diversos tipos de programas durante as vinte horas, aproximadamente, que fica no ar diariamente.

A Nova TV Comunitária possui também algumas parcerias com grupos e empresas como o SESC TV, Itaú Cultural, Fundação Japão, produtores independentes e associações como a

ABCCOM (Associação Brasileira de Canais Comunitários) e ACESP (Associação dos Canais Comunitários do Estado de São Paulo).

Análise da programação da Nova TV Comunitária

A análise da programação ocorreu mediante uma pesquisa no site do canal, além de acompanhamento durante algumas faixas horárias da programação durante o mês de maio de 2014. O foco principal é o horário nobre (entre 18h e meia-noite), mas faremos uma análise de toda a programação também, até mesmo para entendermos se o canal cumpre o que diz a Lei do Cabo (que sua programação deverá ser pautada em informação e entretenimento) e, dessa forma, disseminar uma programação que contribua com o desenvolvimento social e local.

A Nova TV Comunitária não é apenas uma produtora de programas, mas também uma provedora de conteúdos. Peruzzo (2008) explica:

“Uma diz respeito à possibilidade de ser um canal produtor ou um canal provedor de conteúdos. O canal é produtor quando ele mesmo produz os programas que coloca no ar. Nesse caso, é natural que a programação tenha uma unidade de gêneros e formatos, no estilo de linguagem e no ritmo de produção. Já um canal provedor é aquele que apenas abre e organiza o espaço para transmissão de programas produzidos por terceiros, no caso uma diversidade de entidades associadas partilham a grade de programação”.

A Nova TV Comunitária, conforme já mencionado anteriormente, possui alguns parceiros, além de produtores independentes, por isso, também pode ser considerada uma provedora. Mas, no próprio site do canal não há a indicação de quais programas são produzidos ou provedores. No entanto, esse não é o objetivo dessa pesquisa, afinal queremos analisar a efetividade da programação e não quem produz.

Outro ponto importante para ressaltarmos é que a Nova TV Comunitária, assim como outros canais comunitários, não dependem de índices de audiência para operar, afinal uma das características de um canal dessa modalidade é justamente ser uma TV sem fins lucrativos, que não se iguala aos outros tipos de emissoras comerciais, por exemplo.

Não lhe cabe reproduzir um tipo de programação igual ou similar das grandes redes de televisão que têm suas próprias finalidades e são regidas pela lógica de mercado capitalista. Acrescenta-se que as grandes TVs já desenvolvem de forma competente a programação a que se propõem e não faz sentido o canal comunitário entrar na mesma linha de conteúdo. (Peruzzo, 2008, p. 183)

Com base nessas definições, pesquisamos a grade de programação da Nova TV Comunitária e separamos os programas por gênero. Para Souza (2004) “programação é o conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão e essa programação depende do horário de transmissão, é própria e estratégica”. O autor mostra também que o principal gênero televisivo ainda é o entretenimento, afinal todos os programas e produtos da TV têm a missão de entreter e, não é à toa, que ainda é maioria na televisão.

Programa	Gênero*	Dia e Horário**
Aí Sim	Esporte	4 ^{as} – 19h
Agenda de Turismo	Cultural	5 ^{as} – 22h
Amigos da Viola	Entrevista	6 ^{as} – 1h
Arquivo Mogiano	Cultural	4 ^{as} – 22h
Artes Visuais	Cultural	Dom. – 7h30
Boa Ideia	Cultural	5 ^{as} . – 14h30
Bon Gourmet	Culinário	2 ^{as} – 11h
Brasil Eleitor	Informativo	2 ^{as} – 14h30
Caminho do Paraíso	Reflexão	Dom. a Sex. – 11h30
Caminhos	Documentário	6 ^{as} – 17h30
Cícero Buark	Entrevista	6 ^{as} – 23h
Cidinha Veiga e Convidados	Musical	Sáb. – 18h
Cláudio Hori Entrevista	Entrevista	2 ^{as} – 22h
Clube de Campo	Musical	Sáb. – 11h
Coleções	Cultural	Dom. – 7h
Cotidiano e Você	Entrevista	5 ^{as} – 19h30
De Coração	Saúde	5 ^{as} – 18h
Debate Brasil	Entrevista	5 ^{as} – 13h30
Erin	Educativo	Dom. – 17h30
Especial Musical	Musical	Sáb. – 13h30

Excede	Entrevista	4 ^{as} – 20h30
Faixas Curtas	Curta-metragem	Dom. – 17h30
Feeling	Entretenimento	Sáb. – 22h
Hammer TV	Cultural	Dom. – 14h30
Hardsoft	Tecnologia	6 ^{as} – 20h30
Hiper Real	Cultural	Dom. – 7h30
Homem Universal	Reflexão	2 ^{as} – 0h30
Humor Cristão	Humor	Sáb. – 18h
Ideias em Debate	Entrevista	5 ^{as} – 15h
Jogo de Ideias	Entrevista	4 ^{as} – 15h30
Mogi & Cia	Empreendedorismo	3 ^{as} – 21h
NTVC Esporte	Esporte	3 ^{as} – 21h30
Olhar Especial	Cultural	5 ^{as} – 23h
Palavra de Paz	Reflexão	3 ^{as} – 18h30
Receita da Hora	Culinário	6 ^{as} – 12h30
Remember	Musical	6 ^{as} – 23h
Rumos	Musical	Dom. – 20h
Sala de Cinema	Entrevista	3 ^{as} – 17h
Sala de Imprensa	Entrevista	2 ^{as} – 16h30
Sala de Visita	Entrevista	3 ^{as} – 19h
Seicho No Ie	Reflexão	4 ^{as} – 6h30
Stop	Reflexão	3 ^{as} – 0h30
TV Cidadania	Entrevista	2 ^{as} – 20h30
TV CRC SP	Entrevista	6 ^{as} – 19h30
TV Fato	Entretenimento	2 ^{as} – 19h
TV Full Red	Revista Eletrônica	4 ^{as} – 23h
TV Nikkey	Cultural	Sáb. – 20h

* a definição de gêneros foi classificada pelo próprio canal (de acordo com o site)

** os horários são as exibições inéditas dos programas

De acordo com o quadro acima, a Nova TV Comunitária de Mogi das Cruzes possui 47 programas (entre produção própria e independente). Desse total, o gênero que mais aparece é Entrevista (13), seguido por Cultural (9), Musical e Reflexão (5 cada), Culinário,

Entretenimento e Esporte (2 cada) e por último aparecem Curta-Metragem, Documentário, Educativo, Empreendedorismo, Humor, Informativo, Revista Eletrônica, Saúde e Tecnologia (1 cada).

Quando analisamos apenas o horário nobre da Nova TV Comunitária, fica muito claro que o canal prioriza programas de Entrevista. De acordo com a pesquisa esse gênero aparece 8 vezes em horário nobre, com a exibição de programas inéditos, seguido de 4 programas do gênero Cultural, 2 dos gêneros Entretenimento, Esporte e Musical e 1 programa do gênero Empreendedorismo, Humor, Reflexão, Tecnologia e Revista Eletrônica.

Durante as pesquisas, principalmente quando observamos esses programas de horário nobre, percebemos que em boa parte deles, principalmente nos do gênero Entrevista, os convidados são pessoas da alta sociedade mogiana (divulgando seus eventos e outras festividades) e alguns políticos da região. As questões históricas e culturais da região até são retratadas nos programas do canal, mas, em sua maioria, esses programas são apresentados no horário vespertino e não em horário nobre, o que impossibilita o telespectador que trabalha em horário comercial, por exemplo, de acompanhá-los.

É nesse momento que detectamos um possível equívoco da Nova TV Comunitária em não pensar sua programação de maneira mais estratégica, o que possibilitaria o telespectador mogiano de acompanhar e conhecer um pouco mais sua região. Sabemos também que é muito difícil o telespectador trocar sua novela favorita ou o telejornal veiculado pelas emissoras comerciais como Globo, Record e SBT, pelos programas do canal comunitário exibidos em horário nobre. Mas, também podemos destacar que esses telespectadores só terão acesso a esses programas se forem exibidos no horário em que eles estejam em casa, *zapeando* com o controle remoto, mesmo durante o intervalo de sua novela, por exemplo.

Ainda, durante a análise da grade de programação, vimos que os programas são exibidos em horários diferentes a cada dia da semana. Por exemplo: um programa que vai ao ar na segunda-feira, às 15h, não é o mesmo que vai ao ar na terça-feira no mesmo horário. Aqui, podemos encontrar outro equívoco do canal, pois uma televisão, seja ela comercial ou comunitária, precisa fidelizar o seu telespectador e essa fidelização começa com uma grade de programação bem estruturada e não apenas colocar os programas para preencher horários na grade.

Souza (2004) afirma que o principal elemento da programação é o horário de transmissão de cada programa, gerando assim a fidelização, pois a audiência precisa criar o hábito de assistir um determinado programa naquele horário.

Com base nisso, entendemos que mesmo as TVs comunitárias, por mais que tenham uma audiência segmentada, deveriam realizar pesquisas com seus telespectadores, pois dessa forma entenderão melhor quais são as reais necessidades da comunidade e, principalmente, fariam com que eles se tornassem não apenas telespectadores passivos, mas sim participantes ativos no processo de comunicação regional e local.

Considerações Finais

Após analisar a programação da Nova TV Comunitária de Mogi das Cruzes, podemos notar que o canal disponibiliza uma variedade interessante de programas. Seja de produção própria ou independente, ele oferece ao telespectador mogiano a oportunidade de conhecer um pouco mais o seu município por meio dos programas veiculados.

Essa proposta seria ainda mais efetiva se os programas fossem melhor trabalhados na grade de programação, afinal o telespectador que trabalha o dia inteiro, não vai conseguir acompanhar os programas que melhor retrate o seu cotidiano, pelo fato deles não serem exibidos em um horário mais apropriado. Detectamos, por exemplo, bons programas, mas que são exibidos aos finais de semana por volta de 7h30 da manhã.

Durante as pesquisas sobre comunicação comunitária vimos que outra dificuldade encontrada é convencer o cidadão a participar mais do processo. Peruzzo (2004) diz que a participação ativa do cidadão na feitura da comunicação, ou seja, na criação, sistematização e difusão de conteúdos e nos demais mecanismos inerentes ao processo comunicativo também é educativo porque possibilita que a pessoa se sinta sujeito, e se desenvolva intelectualmente, e assim compreender melhor o mundo e seja capaz de interferir no seu entorno e na sociedade como um todo, visando assegurar o respeito aos direitos humanos.

Se quisermos assegurar ou estimular a participação popular em um canal comunitário, temos que, no mínimo, oferecer o produto em um horário mais acessível a essa comunidade. Caso contrário, o telespectador continuará priorizando a programação da TV comercial, pois nem sempre as grades de programação das TVs comunitárias são organizadas tendo a comunidade como prioridade.

REFERÊNCIAS

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **A Vida com a TV: O poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Senac, 2002.

Nova TV Comunitária. Disponível em: <http://www.novatvcomunitaria.com.br>. Acesso em 10/04/2014.

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

_____. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. Revista Alaic - Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 3, n.2, jul./dic. p.18-41, 2005a.

_____. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a.26, n.43, p.67-84, 1º sem. 2005.

_____. **Televisão Comunitária: mobilização social para democratizar a comunicação no Brasil**. Em Questão. Porto Alegre, v.14, n. 2, p. 177-189, jul/dez. 2008.

_____. **TV Comunitária no Brasil: aspectos históricos**. Apresentado no GT Mídias Comunitárias y Ciudadania. V Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Santiago-Chile, 27 a 30 de abril de 2000

SANTOS, Roberto Elísio dos. **Mutações da cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.