



Elementos Folkcomunicacionais na Programação do Canal Capibaribe, TV Comunitária de Recife – PE.¹

Júnior Pinheiro²

Júnia Martins³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

Resumo

Criado em 2001, na cidade de Recife – PE, o Canal Capibaribe é a primeira emissora comunitária, via cabo, do Nordeste brasileiro. Com programação diferenciada, voltada ao registro e difusão de atividades artísticas, culturais e folclóricas regionais, o canal também exibe o cotidiano das comunidades, por meio de reportagens comunitárias, fruto de oficinas de formação crítica, cidadã e audiovisual. As produções da emissora, que incentivam a diversidade, contam com a participação direta de moradores das localidades, abrindo espaço para diversos elementos folkcomunicacionais. Para desenvolver este artigo, recorreu-se a uma pesquisa qualitativa, de cunho exploratório, com fontes bibliográfica e documental, cuja análise se balizou pelo método fenomenológico.

Palavras-chave: Cultura Popular; Cotidiano; Televisão Comunitária; Folkcomunicação.

Considerações iniciais

A televisão, enquanto meio de comunicação de massa, posiciona-se como espelho da realidade; nela, o objetivo de aumento da audiência está diretamente vinculado ao crescimento do lucro. Para tanto, quase sempre, não são consideradas diversidades culturais, principalmente relacionadas às minorias étnicas, econômicas, políticas e sociais. A tevê massifica a informação, tornando-a homogênea e plana, justificando tal circunstância com a ideia de *identidade nacional*. Para formular esse padrão estético, são utilizados elementos do próprio cotidiano e da cultura popular das comunidades, resignificando-os e os transformando em produto televisual.

Como experiência bem sucedida de comunicação pública, as emissoras comunitárias são espaços, no contexto televisivo, voltados a dar voz às comunidades ausentes na grande mídia, valorizando e difundindo sua cultura. O diferencial está na

¹Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 14 a 16 de junho de 2012, em Recife – PE.

²Waldelio Pinheiro do Nascimento Júnior é coordenador de programação da TV UFPB. Pesquisador associado à Intercom e à Rede Folkcom. Contato: juniorpinheiro@ymail.com

³Mestranda em Comunicação e Culturas Midiáticas – UFPB. Pesquisadora associada à Intercom e à Rede Folkcom. Membro do Grupecj – UFPB. Contato: juniamartins@ymail.com



base do processo de produção da informação, que inverte o modelo vertical – massificante – para o formato horizontal. Neste molde, sujeitos locais – líderes, artistas e grupos ligados a diversos segmentos sociais – interferem na produção e tornam-se protagonistas, utilizando-se dos meios a fim de transmitir sua própria mensagem. A este formato comunicacional denomina-se Folkcomunicação.

Cunhado por Luiz Beltrão, em 1967, o termo Folkcomunicação diz respeito a um segmento da comunicação voltado a compreender as formas alternativas de comunicação desenvolvidas por públicos marginalizados, urbanos ou rurais, utilizando, para tanto, os meios que estejam disponíveis. Por meio destas, estes públicos expressam suas informações, ideias, opiniões e atitudes, valendo-se de agentes e meios que estejam, de alguma maneira, ligados ao folclore e à cultura popular.

As tecnologias de produção audiovisual, difundidas a partir do final dos anos 1970, e que se popularizaram no Brasil uma década depois, foram incorporadas por algumas comunidades como forma de expressão, dando origem ao movimento conhecido como TV de Rua. Este movimento, aliado às Rádios Livres e às lutas pela democratização da comunicação, auxiliaram no processo da legalização dos canais de televisão comunitário, veiculados via cabo, em todo o Brasil.

Ligado a grupos socioculturais, como ONGs e Pontos de Cultura, o Canal Capibaribe de Recife, primeira emissora comunitária via cabo do Nordeste, criada em 2001, veicula e produz conteúdos folkcomunicacionais, pois veicula produções desenvolvidas pelas próprias comunidades ou eventos e práticas da cultura popular, não de forma predatória, mas incentivando e respeitando as diferenças e sua convivência pacífica.

Cultura Popular, em busca de uma definição

A preocupação em estudar e compreender a cultura é algo bastante recente. Uma análise histórica demonstra que a cultura tem acompanhado a humanidade desde seu princípio, permeando e auxiliando a organização da vida social. Contudo, segundo José Luiz dos Santos (1994) há grande dificuldade em se chegar a consensos e definições. No curso da história, os agrupamentos humanos se desenvolveram isoladamente, com suas próprias dificuldades e peculiaridades, gerando uma diversidade de aspectos variantes de grupo para grupo e de clã para clã. Assim sendo, como definir



um objeto tão subjetivo e tão abrangente – que está ligado, etimologicamente, tanto ao cultivo agrícola, quanto ao ato de cultuar uma divindade?

Na tentativa de alcançar o entendimento acerca do termo, a contemporaneidade presenciou um desdobrar taxionômico que catalisou o surgimento de muitos termos derivados do *colere* – em meio a eles, cultura popular, cultura erudita, cultura de massa, contracultura, cultura pop, entre outros – que disputam a atenção das ciências sociais, dedicadas a alcançar explicações e limites entre estes campos.

A cultura popular não foge à regra. Quase sempre a expressão é utilizada em contraponto ao termo cultura, referindo-se à primeira como uma cultura do povo, de menor valor, enquanto respalda-se a segunda como sendo a verdadeira cultura, erudita. Segundo Marilena Chauí (2007), fica implícito, nesta relação, um conflito, uma oposição de classes, onde a elite possui uma posição mais favorável. Contudo, há outro perigo no uso do termo *do povo*, pois o adjetivo *popular*

tende a deslizar para um outro que encobre efetivamente a contradição e a luta: o adjetivo *nacional*, cuja peculiaridade, sobejamente conhecida, consiste em deslocar a luta interna para um ponto externo à sociedade e que permita a esta última ver-se imaginariamente unificada. (CHAUI, 2007, p.53)

Dessa forma, mostra-se a cultura popular como algo homogêneo, desprezando a diversidade e sua complexidade. Segundo Antonio Augusto Arantes (1981), a interpretação terminológica de cultura popular está à mercê de outros pontos de vista distorcidos. Um deles está ligado às práticas do fazer – como atividades laborais, rurais e artesanais – claramente dissociada e desprovida do saber, posição claramente utilizada para a manutenção das classes sociais. Outro olhar comum sobre a cultura popular associa o termo ao tradicional – algo antigo, passível de ser mantido em museus. Esta visão engessa a cultura do povo e a faz parecer velha e ultrapassada, cuja idade de ouro deu-se no passado, quando estas atividades tradicionais eram parte de uma cultura culta, tendo sido “filtrada ao longo do tempo pelas sucessivas camadas de estratificação social” (ARANTES, 1981, p.16).

A visão antropológica contemporânea parece discordar acerca desta última visão. Para Roque de Barros Laraia (2009), a cultura é viva e dinâmica, se relaciona com conflitos dos mais diversos e com outras culturas e sociedades, se adapta ao longo do tempo. “Concluindo, cada sistema cultural está sempre em mudança” (LARAIA, 2009, p.101).



O ponto de vista de Ecléa Bosi (1996) mostra-se bastante coerente. Para ela, a cultura popular é a cultura do cotidiano, que é criada e desenvolvida pelo povo, pelas comunidades e que existe independentemente de seu reconhecimento pela educação formal. Para Bosi, “ao lado da chamada cultura erudita, transmitida na escola e sancionada pelas instituições, existe a cultura criada pelo povo, que articula uma concepção do mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais” (BOSI, 1996, p.63).

Televisão e cultura popular: uma relação industrial

Os meios de comunicação de massa, comprometidos com a lógica do capital, se apropriam de elementos da cultura popular, a fim de criar discursos públicos difusionistas de uma cultura industrial que os ressignifica, transformando-os em simulacros do cotidiano e criando estereótipos capazes de atrair o público da mesma maneira que o comércio busca atrair consumidores. Neste aspecto, a televisão se mostra como meio bastante eficaz de propagação da cultura massiva, que obedece a uma lógica de mercado. Seu enfoque global (em detrimento do regional), aliado aos modelos estereotípicos pré-fabricados veiculados à exaustão, durante a programação, gera nos meios um ambiente excludente, que ignora a diversidade e não dá vez às diferenças sociais ou culturais. Um mar de repetições onde, segundo Muniz Sodré “a mídia (...) se empenha em consolidar o velho entendimento de povo como *público*, sem comprometer-se com causas verdadeiramente públicas nem com a afirmação da diversidade da população brasileira” (SODRÉ, 1999, p.244).

Embora a mensagem propagada pela grande mídia difunda uma cultura massiva, comercial, esta mídia, principalmente a televisão – que busca se afirmar como espelho da sociedade – procura dar à sua produção uma aura populista ou popularesca. Para tanto, não sendo uma cultura espontânea, com vida própria, precisa capturar tradições, costumes e práticas cotidianas, folclóricas, literárias, musicais e da religiosidade popular como matéria-prima genuína, apta a ser manufaturada. Como afirma Ecléa Bosi, “a cultura de massas, diferentemente do folclore, não tem raízes na vivência cotidiana do homem da rua. Ela produz modas (...) mas não foi capaz de criar nada” (BOSI, 1996, p. 77). Boa parte da relação de apropriação da cultura popular, pela



televisão, simplesmente não busca valorizá-la, nem difundi-la, mas apenas utilizá-la como matéria prima a ser adaptada para consumo.

Cultura popular e televisão: uma relação folkcomunicacional

Como expressa o próprio termo, ocupa-se a Folkcomunicação das formas de comunicação e expressão popular, dos meios pelos quais o povo transmite suas mensagens e opiniões. Sendo o ato de comunicar inerente ao cotidiano das comunidades, a ação está presente em todos os processos sociais. Contudo, numa sociedade composta por um grande número de grupos heterogêneos – seja por motivos étnicos e culturais, seja por distanciamentos socioeconômicos e geográficos – a comunicação se apresenta como um problema basilar da sociedade contemporânea. Neste contexto, os conglomerados comunicacionais, difusores da cultura urbana dos grandes centros do país, adentram o cotidiano das comunidades e alteram sua cultura, provocando processos de transformação, adaptação ou resistência.

As complexas e eficientes redes dos conglomerados de comunicação, da economia e da cultura, também, agendam os acontecimentos e moldam os estilos de vida dos que habitam os sertões nordestinos. É, nesse movimento de transição, que emergem as tradições. Não para ‘matar a saudade’, mas como parte do processo de articulação da modernidade e do desenvolvimento regional. (TRIGUEIRO, 2000. p. 82)

Foi analisando estes pressupostos e as formas criativas de resistência e sobrevivência cultural dos grupos existentes às margens da comunicação midiática que, em 1967, Luiz Beltrão cunhou o termo Folkcomunicação, que ele mesmo define como um "conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore" (BELTRÃO, 1980, p. 24).

Representantes destes públicos marginalizados, aos quais Beltrão denominou de *comunicadores folks*, se apropriam dos conteúdos e da estética dos produtos midiáticos e os integra ao seu próprio modo de expressão cotidiano, criando estratégias de comunicação peculiares e eficazes, dentro de seu contexto. Segundo Osvaldo Trigueiro, mesmo sem possuir representação na grande mídia,



Esses grupos possuem alternativas próprias de emissão, e criação na elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica. (TRIGUEIRO, 2008, p. 22).

Quando se trata das relações entre os *comunicadores folks* e a mídia convencional, algumas situações tem permitido uma inversão da lógica dominante. Do ponto de vista funcional, “a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte. Ela pode assimilar novos significados em um fluxo contínuo e dialético” (BOSI, 1996, p. 65).

Um bom exemplo deste processo é o uso que algumas comunidades fizeram das tecnologias audiovisuais. Antes pensadas como suporte técnico para a televisão, converteram-se em experiências de vídeo popular, videoarte, tevês de rua e, posteriormente, em emissoras comunitárias.

O vídeo foi facilmente assimilado e adaptado a diversos propósitos, por conta de uma série de vantagens, como a fácil operacionalização e transporte, exibição instantânea, o baixo custo, comparado com o cinema, entre outras. No entanto, nada foi mais importante para a difusão do vídeo, enquanto meio, do que o barateamento dos custos dos equipamentos.

De acordo com Luiz Fernando Santoro (1989), os movimentos ligados ao vídeo, surgidos na Europa e Estados Unidos, chegariam ao Brasil, na década de 1980, quando alguns grupos tiveram acesso aos equipamentos, antes restritos às emissoras comerciais e começaram a produzir materiais informativos ou com denúncias sociais, voltados à comunidade.

Depois de produzidos, estes vídeos eram exibidos em praça pública, utilizando telões e caixas de som, originando um movimento, de alcance nacional, conhecido como *TV de Rua*. Dentre estas experiências, destacam-se as da TV Olho e TV Maxambomba, no Rio de Janeiro; TV Bixiga, em São Paulo e TV Viva, em Pernambuco. A TV Viva foi um projeto desenvolvido pelo Centro Cultural Luiz Freire de Olinda, na cidade de Recife, a partir de 1984.

As televisões de rua, assim como as rádios livres e os jornais sindicais, são o cerne do movimento de comunicação popular, no Brasil e estão diretamente ligados às lutas sociais por melhores condições de vida. O vídeo popular lançou as bases para as atuais emissoras comunitárias veiculadas via cabo.



Embora, muitas vezes, cada uma das experiências citadas tenha suas peculiaridades, possuem características muito próximas no processo produtivo, pois, “na maioria desses projetos tem-se como estratégia a participação direta da população local no processo de produção da mensagem” (PERUZZO, 2007, p. 22), sendo que sua parte técnica é feita geralmente por uma equipe vinculada a alguma entidade local, como Igrejas, ONGs, universidades, sindicatos e, mais recentemente, Pontos de Cultura.

Seguindo a trilha aberta pela TV Viva, em Recife, outros movimentos locais buscaram utilizar as novas tecnologias audiovisuais com o propósito de oferecer à comunidade conteúdos voltados à democratização da cultura e ampliação da educação e cidadania; fazendo frente à programação majoritariamente ligada ao entretenimento e submetida à dinâmica do capital praticada pelos canais comerciais tradicionais.

Fazendo valer a *Lei Federal 8.977/95, artigo 23, alínea g* (1995), que permite e regulamenta a utilização de canais básicos de uso gratuito em operadoras de televisão a cabo no Brasil; em 2001, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife, implantou o Canal Capibaribe – primeira televisão comunitária, por teledifusão, do Nordeste brasileiro. Administrada pela Associação das Entidades Coordenadoras e Usuárias do Canal Comunitário do Grande Recife, a TV Capibaribe alcança quatro municípios de Pernambuco – Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes e Paulista, por meio do canal 14 da operadora de tevê por assinatura *Cabo Mais*⁴.

Assim como nas tevês de rua, a programação dos canais comunitários tende a ser pluralista e contribui para a educação, cultura e desenvolvimento comunitário. Elas desconstruem a linguagem padrão e buscam outros pontos de vista para tratar o assunto, a fim de conseguir uma comunicação efetiva com os setores excluídos da população, ouvindo sua voz e levando em conta opiniões diversas, incentivando a mobilização social e a cidadania e concretizando a democratização da comunicação.

Os canais comunitários na TV a Cabo vêm sendo criados como resultados de processos de mobilização popular, mais especificamente de entidades do âmbito dos movimentos sociais, sindicais, e outras organizações não-governamentais e sem fins lucrativos. (...) Uma TV comunitária, como canal de expressão do povo, que respeite a diversidade. (PERUZZO, 2007, p. 52)

Não se pode ignorar o papel das tecnologias de produção audiovisual e sua técnica operacional para garantir a manutenção das tevês comunitárias. Como pontua

⁴ <http://canalcapibaribe.zzl.org/>



Dênis de Moraes, “a digitalização, além de reduzir custos e ampliar o acesso às tecnologias a faixas mais amplas da sociedade, ainda que de maneira desigual, viabilizou o crescimento exponencial da oferta de canais, produtos, serviços e conteúdos” (MORAES, 2011, p. 35). Com o acesso às tecnologias da comunicação, experimentado nos últimos anos, é natural que o *comunicador folk* e seu agrupamento social, para se fazer ouvir mais eficazmente, se apoderem destes novos meios, em especial a internet e os aparatos audiovisuais.

A comunicação popular e comunitária no Brasil durante muitos anos ficou restrita a meios elementares e até artesanais de expressão. O desenvolvimento tecnológico, a democratização da sociedade e a mobilização civil vêm ajudando a configurar novas manifestações comunicacionais. Com as devidas diferenças, em poucos anos o que era possível se concretizar apenas de forma ilegal e idealista, atualmente passa a ser quase ‘obrigação’ em fazê-lo: a transmissão de imagens e sons através de canais de televisão por parte de organizações sociais sem fins lucrativos. (PERUZZO, 2007, p. 37)

No caso do Canal Capibaribe, os equipamentos foram adquiridos por meio de parcerias e editais. A emissora, além de Ponto de Cultura conveniado com o Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura, recebe apoio da Fundação Cultural do Estado de Pernambuco – FUNDARPE e do Programa Multicultural da Prefeitura do Recife. Graças a estes apoios, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife, associação administradora da tevê, consegue realizar oficinas de documentário e jornalismo comunitário com jovens estudantes de escolas públicas de bairros periféricos da cidade.

Embora já desenvolvesse atividades de formação audiovisual e de registro e valorização da diversidade cultural, tornar-se um Ponto de Cultura fez com que a tevê vivenciasse uma experiência de empoderamento social, ampliando sua quantidade de equipamentos e garantindo sustentabilidade de parte de suas produções culturais.

O empoderamento social nos Pontos de Cultura pode provocar transformações que vão muito além da cultura em um sentido estrito e desencadear mudanças nos campos social, econômico, de poder e valores. Ao concentrar sua atuação nos grupos historicamente alijados das políticas públicas (seja por recorte socioeconômico ou no campo da pesquisa e experimentação estética), o Ponto de Cultura potencializa iniciativas já em andamento, criando condições para um desenvolvimento alternativo e autônomo, de modo a garantir sustentabilidade na produção da cultura. É a cultura entendida como processo e não mais como produto. (TURINO, 2010, p.37)



Diversidade como padrão de programação

O Canal Capibaribe utiliza um modelo de conteúdo diferenciado dos outros canais, não fazendo apelo à violência, erotização, estímulo ao consumo, homogeneização dos padrões estéticos, nem manifestações de preconceito contra quaisquer grupos. Sua grade de programação exhibe produções oriundas das mais diversas fontes. Vídeos independentes, documentários e programas advindos de outras emissoras públicas compartilham espaços com materiais fornecidos por instituições e fundações culturais ou cedidos por televisões de outros países da América Latina, via convênios com a *Vive TV* – rede de emissoras comunitárias da Venezuela – ou com a *TAL, Televisión América Latina*, uma rede de intercâmbio e divulgação da produção audiovisual dos vinte países latino-americanos. Todavia, o carro-chefe da programação do canal são as produções locais.

Percebe-se, nestes materiais, uma forte e constante presença de atores sociais, líderes comunitários e artistas populares – seja em matérias e documentários, seja no registro e cobertura de eventos ligados à cultura popular. A confecção destes produtos, embora a cargo da própria tevê, conta com a participação da comunidade, de forma direta ou indireta. Em alguns casos, o canal apenas fornece o *know how* técnico – por meios de oficinas – e o aparato tecnológico.

A emissora em questão exerce importante função, no que diz respeito à manutenção das tradições culturais populares, realizando registro e difusão de festivais, folguedos, festejos e depoimentos de artistas populares, locais e regionais. Além disso, incentiva a crítica social ao mostrar dificuldades enfrentadas pela comunidade por meio de reportagens comunitárias. Estas reportagens são desenvolvidas por moradores das próprias localidades, durante oficinas de capacitação desenvolvidas pela própria emissora. A realização destes cursos, além de preparar agentes para a produção audiovisual, divulga o cotidiano destes grupos, incentivando-os a contar sua versão da história, suprimindo a ausência de espaços positivos na mídia convencional – problema que vai desde a ignorância total, até o desvirtuamento das práticas destas comunidades e desconstrução de sua imagem perante a sociedade.

O que parece ser, no entanto, ainda mais relevante para os moradores destas localidades, durante a experiência de realização dos vídeos, é a formação do olhar crítico cidadão sobre a mídia e suas afirmações, por meio das discussões das dificuldades vivenciadas por estes grupos, afinal, “se uma comunidade passa pela



experiência de fazer alguns filmes, seguramente os membros dessa comunidade vão passar a ser expectadores mais exigentes (...) vão passar a ver o cinema e a televisão de um outro modo”. (AVELLAR, 2010, p.17).

Sendo o Canal Capibaribe uma emissora comunitária transmitida via cabo, geralmente, os membros dos grupos envolvidos em suas produções não tem acesso à sua programação. Entretanto, voltando às bases das experiências das tevês de rua, o canal organiza periódicas exibições de vídeos em locais públicos, durante eventos ligados às atividades folclóricas ou à cultura de rua, levando, de fato, seu conteúdo às comunidades. Nestas ocasiões, estes materiais são apresentados e sua temática discutida.

Na reportagem comunitária *Muita Gente, Pouco Ônibus* (2009)⁵, realizada no bairro Jordão, na cidade de Recife, é abordado o problema da quantidade de carros disponíveis para a linha Jordão Baixo, o que gera o problema da superlotação nestes transportes. No mesmo bairro, foram realizadas outras matérias, como a *Sem Noção* (2009)⁶ – sobre imprudências cometidas por motociclistas nas ruas da localidade, *Semáforo Urgente* (2009)⁷ – que trata da ausência de sinalizações nas avenidas do Jordão, mesmo em ruas onde existem escolas, o que leva muitos pedestres, incluindo crianças, a se arriscar, entre carretas e ônibus.

Ainda no mesmo sítio, na Rua Torres Galvão, o vídeo *Alerta Barreira* (2009)⁸ trata dos riscos apresentados por uma encosta que vem sofrendo com constantes deslizamentos, ameaçando residências e seus moradores, que exigem uma pavimentação urgente e o conserto do alerta de barreiras, que não funciona, a fim de se evitar desastres.

Enquanto meio de comunicação comunitário, o Canal Capibaribe intenta ouvir diferentes pontos de vista, valorizando diversidades e buscando posições conciliatórias entre situações de antagonismo, como é o caso do documentário *A Igreja Evangélica e a Cultura Afro-brasileira* (2010)⁹, onde são mostrados os pontos positivos de ambas as

⁵ MUITA GENTE pouco ônibus. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2012

⁶ SEM NOÇÃO. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2012

⁷ SEMÁFORO urgente. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2012

⁸ ALERTA BARREIRA. Recife: Canal Capibaribe, 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cr4NM3f9cnM> Acesso: 23 de abril de 2012

⁹ A IGREJA EVANGÉLICA e a cultura Afro-brasileira. Recife: Canal Capibaribe, 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=XbDC2z4ISrk> Acesso: 23 de abril de 2012



profissões de fé e o que cada religião pode fazer para transformar pessoas e comunidades.

Outros filmes buscam o diálogo com a diversidade e a valorização da cultura popular e alternativa. O documentário *Daruê Malungo* (2008)¹⁰, realizado pela tevê, mostra as atividades sócio-educativas realizadas pela ONG de mesmo nome, na comunidade de Chão de Estrelas, no bairro de Campina do Barreto. O grupo – cujo nome, de origem africana, significa companheiro de luta – oferece oficinas de formação cultural e cidadã à 120 crianças e adolescentes, por meio da dança afro e capoeira, além de atender também suas mães, em cursos de trabalho manual e nutrição.

Complementam o conteúdo, produzido pela emissora, interprogramas, vídeos artísticos, experimentais e coberturas de eventos¹¹. Entre estes últimos, festivais como o *Pernambuco Nação Cultural*, o *Mercado Cultural do Recife*, *Expoideia / Feira do Futuro*, *Festival da Juventude*, *Polo dos Pontos de Cultura de Pernambuco*, *Break in Recife* – com direito a entrevista do rapper MV Bill – e *Nação Break*, entre outros.

Nestes eventos, há sempre lugar reservado para diversidade cultural, com apresentações de artistas folclóricos, parafolclóricos e representantes da cultura de resistência suburbana. São grupos como o *Arte Afro Menina Mulher*, *Balé Popular de Recife*, *Balé da Cultura Negra Bacnaré*, *Grupo Corpos Percussivos*, *Coco de Umbigada* e os maracatus *Nação Estrela*, *Coração Nazareno*, *Estrela de Ouro*, *Nação de Luanda* e *Estrela Brilhante*.

Em 2011, o Canal Capibaribe, juntamente com outras instituições e com o apoio do Ministério da Cultura, realizou, no bairro de Santo Amaro, Recife, o *I Festival Cine de Bolso*, onde foram ministradas oficinas de formação em audiovisual e, posteriormente, foram desenvolvidos, pelos alunos, curtas-metragens, com temática livre que também passaram a integrar a grade de programação da emissora.

O trabalho desenvolvido pelo canal está de acordo com os princípios da Folkcomunicação, pois segundo Osvaldo Trigueiro, “os movimentos organizados sociais buscam, na mídia, espaços para a publicização dos seus reclamos, reivindicações e a difusão de seus produtos culturais” (TRIGUEIRO, 2008, p. 42), contudo, nem sempre os meios de comunicação hegemônicos, que visam um público planetário, disponibilizam estes espaços. Assim, os folkcomunicadores voltam sua mensagem a um

¹⁰ DARUÊ malungo. Recife: Canal Capibaribe, 2008. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=0anNQ3-9WLY> Acesso: 23 de abril de 2012

¹¹ Disponíveis em: http://www.youtube.com/user/CanalCapibaribeNOAR?ob=0&feature=results_main Acesso em: 23 de abril de 2012



determinado mundo, segmentado, mas unido pelo mesmo ideal comunitário, mesmo que estejam presentes em espaços geográficos distintos, como dois bairros periféricos distantes que tenham questões e problemas parecidos.

O canal representa bem este novo ideal comunitário, pois leva em consideração, além dos espaços geográficos, segundo Michel Maffesoli (1995), processos de correspondência estéticos, o sentir e o experimentar em comum. Segundo ele, estes processos tendem a favorecer um *estar-junto*; quando se pode encontrar o outro e partilhar com ele algumas emoções e sentimentos comuns.

O balanço cíclico dos valores sociais, assiste-se ao retorno do ideal comunitário, em detrimento do ideal societário. Uma tal pulsão comunitária é encontrada no que chamei de tribalismo pós-moderno, cujos efeitos se fazem sentir tanto nas efervescências juvenis, quanto na multiplicação das agregações que foram elaboradas a partir dos gostos sexuais, culturais, religiosos ou até mesmo políticos. (MAFFESOLI, 1995, p. 54)

A tevê comunitária de Recife representa bem este novo ideal comunitário, pois cria uma identificação entre jovens de diversos bairros, das várias zonas da cidade. Este ideal comunitário é criado a partir do momento que convida os participantes das oficinas e os interessados em colaborar a fazer uma reflexão acerca do cotidiano, levando-os a perceber que suas situações são próximas, que eles podem utilizar a comunicação para mudar sua realidade e que sua cultura precisa ser valorizada. Eles compreendem que precisam estar ligados ao todo, próximos dos semelhantes.

Considerações finais

Ao contrário dos canais comerciais de televisão que – preocupados com a fidelização da audiência – buscam um padrão técnico e estético que acaba por se tornar a identidade da própria emissora, no Canal Capibaribe, o padrão técnico e estético é a própria diversidade de ideias, cores, sonoridades e religiosidades. Pautado pelo conceito ético da liberdade de expressão, responsabilidade social e respeito à heterogeneidade, a grade de programação do canal é uma grande colcha de retalhos multicoloridos.

Este rico emaranhando de estilos se deve, em grande parte, à produção colaborativa que o canal desenvolve junto a coletivos culturais, organizações não governamentais, associações de moradores, pontos de cultura e grupos artísticos



populares – seja apoiando produções executadas em parcerias, como produtos de oficinas realizadas junto a estas instituições, ou cobrindo os eventos em que estas estejam envolvidas.

Abrindo espaço para o artista popular regional, cujo trabalho é, quase sempre, reconhecido apenas em sua comunidade, ou para grupos culturais alternativos, ligados ao *hip hop*, *graffiti*, *break* e sonoridades de matrizes africanas, o Canal Capibaribe apresenta-se como uma vitrine, que não difunde estes elementos, como os valoriza e fazem os seus atores se sentirem valorizados também.

A emissora comunitária exerce papel de apoio às lideranças comunitárias e às associações de bairro, ao abrir espaço para tratar das dificuldades vivenciadas pelos agrupamentos sociais e ao dar voz aos moradores que possuem reivindicações. Desse modo, o canal é meio de grande importância para difusão da comunicação alternativa, gerada no seio das comunidades – um conteúdo folkcomunicacional – que encontra na tevê o espaço aberto que raramente é comum em emissoras comerciais. Uma televisão popular feita pelo povo.

Referências Bibliográficas

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1981;

AVELLAR, José Carlos. Provocador onírico. In: **Revista Vídeo Popular**. São Paulo: Coletivo de Vídeo Popular, ano 01, nº 02, p.14 – 17, jan. 2010;

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**. A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980;

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**. Leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1996;

CHAUI, Marilena. **Cultura e democracia**: o discurso competente e outras falas. São Paulo: Cortez, 2007;

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009;

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995;



MORAES, Dênis de. **Vozes abertas da América Latina:** Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X e Faperj, 2011;

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Televisão Comunitária:** dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007;

SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos:** o vídeo popular no Brasil. São Paulo: Summus, 1989;

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994;

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros:** Identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Do rural ao urbano: o papel da televisão. In GADINI, Sérgio Luiz (Org.). **Cadernos de Comunicação 6:** Fragmentos & discursos da cultura midiática. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2000;

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático.** João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

TURINO, Célio. **Ponto de cultura:** o Brasil de baixo para cima. São Paulo: Anita Garibaldi, 2010.