

## TV COMUNITÁRIA EM DUQUE DE CAXIAS: PROTAGONISMO SOCIAL E CULTURA NA PERIFERIA<sup>1</sup>

Rosemeri da Silva Paixão<sup>2</sup>

Rosane Cristina de Oliveira<sup>3</sup>

**Resumo:** O estudo aborda as questões da TV Comunitária em Duque de Caxias, a chamada Caxias TV Comunitária, procurando entender sua origem e características atuais. Evidencia os aspectos legais e o posicionamento de setores da sociedade sobre as TVs Comunitárias, discutindo o que caracteriza uma emissora como propriamente comunitária, diante das dificuldades e diversidades de experiências existentes, mesmo em um município que arrecada boa parte do PIB do Rio de Janeiro. É um estudo bibliográfico que se ancora em princípios teóricos explicativos das relações entre o global e o local e sua importância para a sociedade local. Neste estudo, demonstramos que as práticas de comunicação do segmento de TV Comunitária, aproximam-se da comunidade para o conhecimento e divulgação da cultura local, priorizando nos seus programas no que há de mais autêntico na periferia.

**Palavras-chave:** Periferia, Duque de Caxias, Protagonismo Social

69

### INTRODUÇÃO

A proposta desta pesquisa é investigar a Caxias TV Comunitária que conta com um número significativo de aproximadamente 15.000 assinantes só na cidade de Duque de Caxias e que divulga em sua programação a cultura local com qualidade, mesmo passando por muitas dificuldades de patrocínio. Este trabalho debruça-se na análise da Caxias TV Comunitária na condição de protagonista social, discutindo como esta emissora trabalha com a cultura da periferia no município de Duque de Caxias.

---

<sup>1</sup> A primeira versão deste trabalho foi apresentada na I Semana Interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes, realizado nos dias 3, 4 e 5 de novembro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes da Universidade do Grande Rio.

<sup>3</sup> Professora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes da Universidade do Grande Rio.

O município caxiense é uma região de periferia com muitos problemas sociais, população de baixa renda e carente de saneamento básico, asfalto, saúde, acesso à educação de qualidade, transporte público e espaços culturais. Entretanto, é importante salientar que existem entidades no município que tentam propor um meio de comunicação alternativo onde as pessoas possam interagir socialmente para falarem sobre o que querem (do ponto de vista social, político e econômico), como se sentem e expor sua cultura.

Os meios de comunicação alternativos podem ser de grande auxílio na divulgação da cultura local. As dificuldades em relação à atuação destes meios de comunicação atingem, especialmente, as periferias brasileiras, como poderemos observar o caso de Duque de Caxias, município situado na Baixada Fluminense do Estado do Rio de Janeiro, cujas dificuldades de criação de projetos culturais, devido principalmente a incentivos financeiros são os principais entraves para área cultural e social.

As práticas de TV alternativas começam na década de 1980, mas foi a partir da Lei nº 8.977/95 que regulamentou as TVs Comunitárias, que este cenário mudou e as empresas de TV a cabo passaram a transmitir as TV Comunitárias. Estas, que sem fim lucrativos, passaram a exibir programas desenvolvidos pela comunidade local. Sendo assim, este artigo tem por finalidade analisar uma TVs Comunitária em Duque de Caxias como protagonista social nas suas diversas formas de divulgar a cultura local e como representante deste protagonismo está a Caxias TV Comunitária que introduz a cultura das periferias em seus programas. É importante destacar que as TVs comunitárias alcançam apenas telespectadores locais, sendo esta transmitida em canal fechado, apenas para assinantes que pagam, conforme a legislação do Ministério das Comunicações que regulamenta o seu funcionamento. Sendo assim, a legislação em vigor tenta trazer transmissões televisivas democráticas, locais e que atendam a necessidade de comunicação e interação dos telespectadores.

Apesar as grandes mídias fazerem suas coberturas globalizadas, bem mais abrangentes que as locais, os meios de comunicação alternativos podem ser de grande auxílio na divulgação da cultura local. Assim como as TVs

Comunitárias que são importantes veículos na prestação de serviços como divulgação da cultura e mobilização das pessoas em prol de um objetivo comum que é levar a comunicação às comunidades locais através da televisão. Para entender sobre como funciona uma TV Comunitária é preciso antes entender o que é cultura e periferia, já que a TV estudada é a grande representante destes conceitos.

## **QUESTÕES TEÓRICAS: CULTURA, PERIFERIA E PROTAGONISMO SOCIAL**

A cultura brasileira é muito complexa, de acordo com Darcy Ribeiro (2005), é uma cultura de retalho, e o que ela pode ter de singular decorre a invenção de um brasileiro livre que poetiza livremente ou que romanceira livremente ou de um artesão que guarda uma técnica, mas sobre tudo o que o “povão” guarda. É uma cultura de retalho porque as misturas de vários povos criaram uma cultura diversificada de índios, portugueses, negros, japoneses, italianos, alemães, espanhóis, árabes e de todos os imigrantes que aqui estiveram e que ainda estão.

Segundo Soihet (1992, 44) “durante muito tempo o termo cultura foi empregado unicamente no sentido iluminista, ou seja, referindo-se às chamadas expressões superiores do espírito humano – a arte, a literatura, a música...”. Segundo a mesma autora, a cultura hoje é vista pela antropologia como “a história das ações ou noções subjacentes à vida cotidiana”, ou seja, a cultura vista na sua totalidade, com o olhar holístico para ver como a cultura da vida a uma sociedade através do modo como os indivíduos ou comunidades respondem as próprias necessidades e desejos simbólicos, sendo estes o conhecimento, arte, crenças, moral, lei, costumes e os hábitos adquiridos dentro de uma sociedade. Segundo Almeida (2008) na sociologia a cultura “simboliza tudo o que é aprendido e partilhado pelos indivíduos de um determinado grupo e que confere uma identidade dentro de seu grupo que pertença”. Já na ciência social o mesmo autor diz que “é o aspecto da vida social que se relaciona com a produção do saber, arte, folclore, mitologia, costumes, etc., bem como à sua

perpetuação pela transmissão de uma geração à outra”. Para o antropólogo Geertz (2013), que faz parte de uma corrente simbólica da antropologia, a cultura é algo que deve ser percebido e não definido, com uma grande produção de significados, podendo estar em um grande teatro ou na rua, sendo tudo aquilo que é publicamente compartilhado no espaço público. E ainda segundo o mesmo autor “a cultura é pública por que o significado o é” (GEERTZ, 2013, p. 9).

A cultura brasileira está presente em todas as regiões, mas nos centros das grandes cidades a cultura passa a ter uma dimensão política e econômica, onde é vista como forma de atrair um grande número de espectadores através das mídias. As culturas das cidades foram inseridas nas rádios e nas TV nos tempos da Ditadura Militar<sup>4</sup> e até hoje nem toda a forma de cultura está disponível para todos. Um exemplo disso está na música, já que grandes artistas, na maioria das vezes, se apresentam para um público pagante para custear seus gastos com todo o evento. As grandes mídias recebem recursos para a divulgação da cultura, tendo até profissionais que desenvolvem estratégias para a captação desses recursos. Assim grandes atrações culturais ficam em evidências através das peças de teatro, shows internacionais e outras grandes atrações. A cultura fora dessas grandes cidades, ou seja, as que estão situadas nas periferias, tem mais dificuldade em ser difundida, pois em algumas instâncias, a pobreza que atinge tais espaços promovem uma visão deturpada de que os menos favorecidos economicamente não produzissem cultura, ou que a pobreza não custeia cultura.

Foi a partir dos anos 1980 que, do ponto de vista cultural, a periferia ganhou novos rumos, especialmente com a inserção da expressão “cultura de periferia”. Este termo, recentemente, passou a ser difundido tanto em movimentos sociais como no meio acadêmico. Mas, dos anos 1990 em diante, com a explosão do movimento *hip-hop*, que a periferia

---

<sup>4</sup> O crescimento da classe média e a concentração da população em grandes centros urbanos permitiram a criação de um espaço cultural onde os bens simbólicos passaram ser consumidos por um público cada vez maior, ocorrendo no período de 1964-1980 uma grande expansão, da produção, distribuição e consumo dos bens culturais (ZANATTA, 2004)

... começou a ser vista por muitos jovens com sentimento de orgulho, o que provocou, inclusive, o interesse de jovens de classe média e alta pela *estética periférica*. Com a música dos Racionais MC's, por exemplo, a região da zona sul passou a ser comentada pelos jovens, despertou curiosidade em quem não a conhecia e certa vaidade para quem lá vivia, pois, o país todo tomou conhecimento da sua *quebrada*. Da mesma forma, com o sucesso de alguns grupos de pagode, como o Negritude Junior, liderado por Netinho de Paula, que tratavam do cotidiano das periferias em suas músicas, tornou-se comum encontrar pessoas vestindo camisetas com os dizeres *100% Cohab*, *100% zona leste* ou *100% periferia*. Os anos 1990 foram acompanhados por uma valorização simbólica das periferias. Ao mesmo tempo que crescia a midiaticização da violência, diversos programas televisivos e filmes procuravam tratar da vida dos moradores dessas regiões, apontando aspectos positivos em seus modos de vida e expressões culturais. (ALMEIDA, 2011, s/p)

As periferias urbanas, em sua maioria, são desprovidas de políticas públicas<sup>5</sup> consistentes que poderiam melhorar a vida das pessoas que lá convivem, mas em algumas vezes os próprios moradores devem agir para que haja um espaço público cultural onde as pessoas possam compartilhar e demonstrar aquilo que a região tem de melhor. Mesmo com o esforço dos moradores, a convivência nas periferias se torna um tanto difícil, apesar de vivermos em um país democrático.

73

A definição de periferia é utilizada indiscriminadamente para designar, numa visão geográfica, os espaços que estão distantes do centro metropolitano e na faixa externa da área urbanizada e, numa visão sociológica, os locais onde a força de trabalho se reproduz em péssimas condições de habitação. Aparentemente, é consenso que as duas definições estão falando da mesma coisa; no entanto, este uso indiscriminado do termo leva a uma série de imprecisões. (BONDUKI; ROLNIK, 1982, p. 147).

A cultura nas periferias se fortalece através de movimentos sociais voltados a promover a aproximação social a partir da integração do cidadão em torno de um bem comum. Aqui, vale uma ressalva. Estar na periferia e estar na cultura de periferia são movimentos diferenciados. Para Almeida (2011, s/d),

---

<sup>5</sup> As políticas públicas “são as ações empreendidas ou não pelos governos que deveriam estabelecer condições de equidade no convívio social, tendo por objetivo dar condições para que todos possam atingir uma melhoria da qualidade de vida compatível com a dignidade humana”. (DIAS e MATOS, 2012, p. 12)

Para quem mora *na* periferia e produz arte *de* periferia, fica difícil perceber tal diferença. Porém, nem todos os artistas que residem na periferia comungam com esse tipo de arte, como, por exemplo, aqueles que fazem uma arte decorativa. Da mesma forma, um morador do centro pode identificar-se com essa *arte periférica*, muito por conta de sua condição socioeconômica ou étnica. Desde as letras de *rap*, as poesias *marginais*, até os vídeos *populares* etc., denunciar a desigualdade social e apontar os modos de vida cotidianos dentre os pobres tornou-se conteúdo quase que obrigatório nesse tipo de arte. Contudo, vale ressaltar que, mesmo não se reconhecendo como *arte pela arte*, a cultura de periferia também não se identifica, *a priori*, com essa ou aquela ideologia. Sua atitude é política, mas não doutrinária.

Esses movimentos defendem a cultura popular como a expressão de um povo e que não deve ser ignorado, mas divulgado para que todos possam participar. Na cultura popular ou cultura de massa não há cultura do pobre ou cultura do rico, a cultura popular é democrática onde há uma identificação direta com os seus participantes. As periferias transformam a cultura de massa, se tornando midiáticas quando passam a estar nos meios de comunicação como revistas, jornais, sites e também nos programas de TV, pois segundo Zucon e Braga (2013, p. 67), a “expansão da cultura de massa, e do próprio capitalismo, em nível planetário, afetou e ainda afeta as manifestações tradicionais ou não – das culturas populares”. A cultura de periferia vem sendo demonstrada no programa “Esquentá”, apresentado por Regina Casé na emissora Rede Globo de Televisão, exibindo todo o tipo de cultura brasileira, mas com ênfase ao *hip-hop*<sup>6</sup>, *pagode* e o *funk carioca*.

74

## PROTAGONISMO SOCIAL E MÍDIA

Na cultura popular há sempre aqueles que defendem e cuidam para que a mesma seja democrática e que não seja esquecida e estas pessoas são aqueles que criam grupos de pessoas interessadas e que estrategicamente

---

<sup>6</sup> O hip hop transitou das ruas e dos bailes da periferia para as rádios e as TVs comerciais e agregou, além dos produtos de consumo a ele associados (CDs, roupas etc.), um conjunto heterogêneo de indivíduos de classes sociais distintas – tanto na produção quanto na recepção. (ZUCON e BRAGA, 2013, p. 75).

planejam a melhor forma para manter a cultura da sociedade em que vivem. Pessoas que acreditam que sua comunidade pode melhorar através de atitudes que podem mobilizar as outras pessoas em um objetivo comum e estas pessoas são classificadas como protagonistas da sociedade, peças fundamentais para fiscalizar, auxiliar, divulgar, criticar e etc. Seja qual for a necessidade de uma sociedade elas estão prontas a estarem a favor da comunidade a que estão inseridas. Segundo Ferreira (2009, p. 57) “é necessário fazer-se ouvir, mostrar aos políticos e aos tecnocratas aquilo que verdadeiramente interessa à população”.

A verdadeira participação deve partir da população e deve ser ativa e constante; não deve esmorecer após a conquista dos primeiros resultados, ao contrário, essa conquista deve significar que é possível transformar. Esse é o momento de reavaliar os resultados e lutar por novas conquistas. Feito assim, estaremos deixando de ser apenas cidadãos para sermos verdadeiros cidadãos. (FERREIRA, 2009, p. 57)

O protagonismo social é presente em várias comunidades através do seu é também pode ser visto através das mídias, onde pessoas apresentam os seus projetos culturais para que boa parte da população tenha conhecimento dos eventos que estão acontecendo em sua cidade.

75

O protagonismo social é a ação de um grupo, classe ou segmento da sociedade que se coloca como principal sujeito na dinâmica social, é a forma de se colocar e se afirmar como produtores da história e do dever social. O protagonismo social significa que as pessoas tomam para si próprias o controle de suas vidas, constroem estratégias de ação coletiva para se colocarem como sujeitos políticos efetivos, amenizando e buscando superar os limites da democracia representativa e, principalmente, colocando-se como portadores de novos direitos políticos, culturais, econômicos, estéticos, sexuais, etc. O protagonismo social implica um complexo processo de construção social de uma identidade coletiva, de um imaginário social, uma subjetividade, formas de organização, manifestação, possibilidades concretas de organização, margem política e econômica de manobra e, por fim, o interesse em superar determinada condição social. (RODRIGUES, 2010).

Aqueles que hoje pretendem divulgar a cultura local usam da tecnologia para poder fazer com que alcance o maior número de pessoas possíveis. A internet tem crescido muito nos últimos anos, está em todos os lugares (em 3G,

4G, rede, wifi...), mas ainda é a televisão, que permanece na maioria dos lares brasileiros. Segundo Lefebvre (2001, p. 19), “os mais conhecidos dentre os elementos do sistema urbano de objetos são a água, a eletricidade, o gás (butano nos campos) que não deixam de se fazer acompanhar pelo carro, pela televisão [...], este último vem se tornando destaque para a divulgação cultural das cidades”.

## TELEVISÃO COMUNITÁRIA

A televisão (TV) aberta tem a sua primeira transmissão em setembro de 1950. Deste momento em diante, a tecnologia tanto de transmissão como em relação aos modelos televisores, são constantes. A televisão é um dos eletrodomésticos mais populares e está presente em quase todas as residências, independente de classe socioeconômica. Atualmente, podemos ver as *SmartsTvs* (modelo de televisão que conecta-se com outros aparelhos multimídia) utilizando a internet e parecendo mais um computador que propriamente uma TV, mas suas funcionalidades continuam ali, na transmissão de programas que atendem a diversos públicos.

A partir do contexto em que a televisão atende diversos públicos, passa a haver uma necessidade específica, que fica por conta de entreter uma clientela mais regional, com realidades mais próximas. Deste pensamento, surgem a legislação sobre a TV comunitária a partir da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, promulga-se no art. 23 que as operadoras de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço. De acordo com esta lei, ficou determinado a disponibilidade de canais básicos de utilização gratuita, onde também dispõe um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos que são hoje consideradas as TVs Comunitárias. Na Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011 no art. 32, ocorreu um avanço importante, ao dispor as prestadoras do serviço de acesso condicionado, em sua área de prestação, independentemente de tecnologia de distribuição empregada, tornar disponíveis, sem quaisquer ônus ou custos adicionais para seus assinantes, em todos os pacotes ofertados, canais de programação de distribuição obrigatória

para a destinação de um canal comunitário de utilização livre e compartilhado por entidades não governamentais e sem fins lucrativos, ou seja, a disponibilidade das TVs Comunitárias não são regidos apenas para os canais a cabo, mas também para os canais abertos.

A constituição da TV Comunitária é sem fins lucrativo, sendo assim, a uma grande dificuldade de se manter suas operações. Elas não podem vincular, nem nos seus intervalos e nem mesmo nas suas programações nenhum tipo de comercial que sirvam para vender produtos/serviços. A outra dificuldade de uma TV Comunitária é manter a sua audiência devido à falta de interesse dos telespectadores, pois muitos preferem assistir as TVs convencionais de canais abertos e até mesmo os canais que são pagos. Talvez, alguns telespectadores não percebam a importância das TVs Comunitárias na prestação de serviços, divulgação da cultura, mobilizando pessoas em prol de um objetivo comum que é levar a comunicação às comunidades locais, trazendo discussões fundamentais acerca da realidade de uma determinada localidade. Para que as TVs Comunitárias estejam no ar, é preciso que haja programas para preencher a sua programação diária.

Segundo Peruzzo (2007, p 34). “Os canais de uso gratuito na televisão a cabo estão com funcionamento ou com fase de implantação em várias cidades brasileiras que recebem sinais via cabo. Representam um avanço no sentido da democratização dos meios de comunicação de massa no Brasil”. Sem a intenção de concorrer com as melhores, a TV Comunitária tem a perspectiva de ter o seu espaço para informar a comunidade local, o que acontece nos bairros e em toda a cidade. Neste sentido, a seguir, abordamos a Caxias TV Comunitária e sua importância para o protagonismo social na Baixada Fluminense, especificamente no município de Duque de Caxias.

## **CAXIAS TV COMUNITÁRIA: IMAGEM DO PROTAGONISMO SOCIAL NA PERIFERIA**

Duque de Caxias está situada na Baixada Fluminense do Estado do Rio de Janeiro. Geograficamente abrange as cidades de Belford Roxo, Duque de

Caxias, Guapimirim, Itaguaí, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São João de Meriti e Seropédica. Apesar de seu histórico de riqueza, por ter sido considerada o “caminho do ouro”, hoje tem vivido em pleno abandono, com ruas mal pavimentadas, desordem urbana, comunidades violentas. Entretanto, a população local tem acesso a alguns espaços de cultura, cuja finalidade é melhorar a imagem da cidade, tato através de veículos de comunicação (como é o caso da Caxias TV Comunitária), como de outros empreendimentos, como o Museu Ciência e Vida, situado no Bairro Jardim 25 de Agosto.

Em relação aos chamados espaços de cultura, podemos verificar esta prerrogativa no Plano Diretor Urbanístico do Município de Duque de Caxias do ano de 2006 (Lei Complementar nº. 1 de 31 de 20067), no Art. 32, Inciso IV, que salienta a necessidade de “prover espaços para o desenvolvimento da cultura nos bairros e localidades, respeitando a vontade manifestada pelos moradores ou usuários através de representantes comunitários, havendo condições técnicas para tanto”. E esses representantes comunitários podem participar da TV Comunitária auxiliando na divulgação das leis e dos trabalhos feitos pelas prefeituras.

78

O município de Duque de Caxias vem crescendo ano a ano e segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE)<sup>8</sup> a população estimada da Cidade de Duque de Caxias em 2015 é de aproximadamente 882.729 habitantes, em uma área territorial de 467,620 km<sup>2</sup> divididos quatro distritos e quarenta bairros, conforme a tabela 1:

DISTRITOS	BAIRROS
Primeiro Distrito: Duque de Caxias	Jardim 25 de agosto, Parque Duque, Periquitos, Vila São Luiz, Gramacho, Parque Sarapuí, Centenário, Centro, Dr. Laureano, Olavo Bilac, Bar dos Cavalheiros.

<sup>7</sup> “Em agosto de 1970 foi elaborado o *Plano de Desenvolvimento Urbanístico Integrado do Município de Duque de Caxias*, regulamentado pela Deliberação n. 1.765 de 28/12/1972, que alterou sua denominação para *Plano Diretor Urbanístico de Duque de Caxias*” (OLIVEIRA & LIMA, 2015).

<sup>8</sup> <http://cod.ibge.gov.br/4C6>

<b>Segundo Distrito:</b> Campos Elíseos	Jardim Primavera, Saracuruna, Vila São José, Parque Fluminense, Campos Elíseos, Cangulo, Figueira, Chácara Rio-Petrópolis, Chácara Arcampo, Eldorado, São Bento, Pilar.
<b>Terceiro Distrito:</b> Imbariê	Santa Lúcia, Santa Cruz da Serra, Imbariê, Parada Angélica, Jardim Anhangá, Parada Morabi, Taquara, Parque Paulista, Barro Branco.
<b>Quarto Distrito:</b> Xerém	Xerém, Parque Capivari, Mantiquira, Lamarão, Amapá, Santo Antônio, Meio da Serra, Cidade dos Meninos.

**Tabela 1 - Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas ([ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo\\_Demografico\\_2000/Dados\\_do\\_Universo/Agregado\\_por\\_Setores\\_Censitarios](ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2000/Dados_do_Universo/Agregado_por_Setores_Censitarios)), 2010.

Segundo Souza (2014), é importante frisar que a ocupação do território da Baixada Fluminense como um todo, e Duque de Caxias especificamente, ocorreu para responder às demandas de grupos de interesses locais, subordinados ao poder central, nos anos 1940. Portanto,

Assim é caracterizada a Baixada Fluminense, uma região cada vez mais afetada por práticas políticas que provêm de distintas forças e poderes, sendo estes relacionados, muitas vezes, a práticas sociais assistencialistas na forma de despotismo declarado ou subsumido pela legalidade. Tais ações aumentam a dependência, a pobreza, a fome e a degradação ambiental, gerando gestões malsucedidas e complexas. Outras vezes, porém, o poder é vivenciado sob a forma de autoridades reconhecidas (instituintes) e de acordos políticos que legitimam uma gestão articulada através dos municípios e de outras escalas administrativas (estado e federação). (SILVA & OLIVEIRA, 2009, p. 59)

Na cidade de Duque de Caxias há uma secretaria de cultura, que mesmo com pouca verba, tenta através de seus conselheiros aprovar leis que defendam os movimentos sociais para que eles possam utilizar os espaços públicos e demonstrarem as suas culturas. Há também a ajuda dos órgãos da área da educação superior existentes na cidade que através de seus professores apoiam as resistências culturais, sendo elas a FEUDUC, UNIGRANRIO e FEBF/UERJ, sendo estas apoiadas, em grande parte, pelo Instituto Histórico de Duque de Caxias que fica localizado na Câmara Municipal de Vereadores da mesma cidade. Ainda assim, é possível observar a dificuldade financeira, mas com muita

criatividade, para poder divulgar para a grande parte da população os trabalhos realizados por esses movimentos e grupos.

Apesar das transformações técnico-científicas ocorridas no espaço regional da Baixada Fluminense nas últimas décadas, ainda são poucos os avanços socioespaciais reconhecidos no que concerne às mudanças políticas mais estruturantes na região. Isso se deve às ações fragmentadas e descontinuadas de gestões ainda arraigadas por particularismos de parte das representações instituídas, além do que se reconhece que as esferas de poder ainda não conseguiram, com eficiência, abarcar os conhecimentos gerados pelas universidades e centros sociais de excelência. (SILVA & OLIVEIRA, 2009, p. 63)

Apesar de todos os problemas no município, há grupos sociais que se mobilizam para fazer a diferença, divulgando a cultura local na forma de livros, revistas, rádio, internet e televisão. A utilização da TV Comunitária é um diferencial nessa divulgação por ser democrática e permitir que a população também participe dos projetos culturais, transmitindo para todo o município os eventos locais através de seus programas.

80

### **CAXIAS TV COMUNITÁRIA: “UMA CAXIAS DE SURPRESA”**

A Primeira TV Comunitária em Duque de Caxias foi inaugurada em 2012, juntamente com o nascimento do projeto Caxias Digital, em um espaço cultural em Duque. Este espaço era composto de oficinas voltadas a cultura digital (Blogs, sites, redes sociais etc). A partir das oficinas surgiu a WEBTV, que proporcionou as primeiras coberturas de eventos que aconteciam na Sociedade Musical e Artística Lira de Ouro<sup>9</sup> e em outros espaços culturais. Em janeiro de 2013 foi realizada a transmissão da posse do prefeito Alexandre Cardoso e de Vereadores na Câmara Municipal ao vivo pela WEBTV Caxias TV. Este evento deu certa visibilidade a WEBTV, e partir desse momento o grupo iniciou as

---

<sup>9</sup> A Sociedade Musical e Artística Lira de Ouro, foi fundada em 1957. “É ponto de cultura que procura disseminar todas as formas de arte e, principalmente, formar novos músicos. É a casa do samba, da MPB, do hip hop, do rock, da dança de salão. Tem ainda teatro, cineclube, sarau de poesia, aulas de capoeira e cursos de percussão, de teoria musical, e de instrumentos de corda e sopro”. (Ver: <http://mapadecultura.rj.gov.br/manchete/sociedade-musical-e-artistica-lira-de-ouro>).

discussões sobre a criação de uma TV Comunitária no canal a cabo. Começava ali o projeto Caxias TV Comunitária que durou até meados de 2013 quando por dificuldades e falta de tempo dos participantes o projeto teve um hiato de meses. E, em agosto do mesmo ano, um dos integrantes resolveu retomar o projeto convidando algumas instituições para fazerem parte do canal, nesse momento era fundada oficialmente a primeira TV Comunitária da cidade de Duque de Caxias.

A TV além de personalidade jurídica e CNPJ, possui registro na ANCINE - Agência Nacional do Cinema e contrato com a NET Serviços S.A. Ocupando o canal nº 2 digital em Caxias. Hoje a Caxias TV Comunitária é formada por 8 instituições sem fins lucrativos e por 23 representantes destas instituições. A sede fica no campus da Fundação Educacional Duque de Caxias – FEUDUC, no bairro de São Bento. Atualmente, tem aproximadamente 13 programas, alguns produzidos pelas próprias entidades e outros produzidos por parceiros. Como exemplo, citamos os seguintes programas: Aqui você é a estrela, Bola que rola, Mistura fina, Caxias Show, E aí curtiu?; Siga-me Revolução, Zmaro Show, Caxias Agora; Rota 55, Nada para fazer, Cidade em comunidade, Rádio Clipe e os jogos de futebol da série C2 que hoje são transmitidos ao vivo pelo Canal 2 e pela internet no site da [caxiastvcomunitaria.com.br](http://caxiastvcomunitaria.com.br), e que passam todos os dias de acordo com a programação criada pela TV.

O alcance da TV é, segundo informações repassadas pela operadora de TV a Cabo NET, são de aproximadamente 10.800 clientes que assinam a mesma e que podem estar assistindo a Caxias TV Comunitária no Canal 2, desde que seja amplamente divulgada. Nas redes sociais os números podem ser bem maiores e o alcance mais rápido, tendo em vista que com o advento dos smartphones as pessoas podem acessar redes como *Facebook*, *Twitter* e *Whatsapp* a qualquer momento, a comunicação com estes espectadores se torna quase que instantânea. Outras ferramentas como o *Youtube* podem levar a programação além dos limites geográficos do município de Duque de Caxias e dar mais notoriedade nacional e até internacional. Outro ponto importante é a proximidade com as fontes e parceiros, que colocam a TV em posição

confortável quanto a qualidade do conteúdo produzido e da audiência, tornando o investimento em apoio cultural um ótimo negócio.

O Apoio Cultural, na prática, é bem parecido com o patrocínio, mas tem alguns pequenos diferenciais como, por exemplo, a questão comercial. Na TV Comunitária não se pode vender mercadorias ou serviços, mas podem mencionar a marca ou mesmo da instituição que deseja apoiar o canal ou programa. As únicas informações que não podem ser mencionados destes apoiadores culturais são os preços praticados através do produtos e/ou serviços oferecidos, mas o nome e o *slogan* poderiam ser mencionados nos programas. A TV também pode fazer propaganda institucional do governo e de autarquias o que já ocorre em algumas Tvs pelo Brasil, exemplo do canal de Petrópolis que tem boa parte de seu faturamento vindo de propaganda institucional. A TV necessita de apoio financeiro para começar de fato suas operações, precisando montar o parque de produção e ter estrutura para realizar e produzir conteúdo externo como a cobertura de manifestações, reportagens nos bairros, eventos culturais etc... Para isso, há a necessidade de apoiadores culturais que queiram investir na TV que não tem fins lucrativos.

Atualmente, existem cerca de 100 TVs Comunitárias<sup>10</sup> em todo o Brasil, algumas já estão preparadas para o novo momento que é o “Canal da Cidadania”<sup>11</sup>, que é uma emissora de televisão aberta a qual todo município tem direito. Este canal está reservado em todas as cidades do Brasil, mas para existir, depende do pedido das prefeituras pois só ela pode permitir a criação de quatro TVs locais em cada cidade do país. O projeto no município de Duque de Caxias existe, mas está parado aguardando tramitação, esta seria uma ótima oportunidade para que a Caxias TV Comunitária se tornasse ainda mais democrática, pois estaria não só sendo transmitida para o canal a cabo da NET, mas também para os canais abertos. Assim,

---

<sup>10</sup> Senado Federal – Fonte: <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2014/12/15/emissoras-comunitarias-fortalecem-a-democracia-afirmam-debatedores/tablet>.

<sup>11</sup> “O Canal da Cidadania faz parte do conjunto de canais públicos explorados por entes da Administração Pública direta e indireta em âmbito federal, estadual e municipal, e por entidades das comunidades locais, dentro do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD-T). Fonte: <http://www.mc.gov.br/canal-da-cidadania>.

A apropriação pelas camadas populares dos meios de comunicação traz possibilidades para cada indivíduo, grupo ou comunidade debater noções como identidade cultural, alteridade, etnocentrismo e visão do outro e, simultaneamente, expor o seu olhar sobre questões diversas, relacionadas ou não à sua comunidade. (ZUCON e BRAGA, 2013, p. 162).

Segundo Peruzzo (2000, s/p) “educação significa educar para a sociedade” e que “apesar de a escola ser um espaço privilegiado para tal fim, a preparação para o exercício da cidadania não se aprende só nas carteiras da sala de aula”. E, ainda, várias instituições podem compartilhar e compartilham o processo formativo do cidadão, como a família que muitas das vezes é o primeiro meio de formação do cidadão, igreja, sindicatos, movimentos sociais, redes sociais e também a comunicação de massa como a TV comunitária. Neste sentido, é importante destacar a importância da formação do cidadão, especialmente em se tratando dos meios de comunicação, conforme salientou Barros (1997),

83

A formação do conhecimento contemporâneo se dá para além da educação formal, numa dinâmica de múltiplas mediações sociais. Expressiva porção de conteúdos assimilados pelas pessoas e absorvida através dos meios de comunicação de massa. Com o crescimento do aparato tecnológico no cotidiano das grandes cidades, observa-se uma presença cada vez mais intensa da comunicação na vida das pessoas. Em especial, as novas gerações têm seus valores, opiniões e atitudes sedimentadas por veículos que não se interessam propriamente em sua educação, que não assumem explicitamente seu caráter pedagógico, mas que acabam frequentemente por influenciar mais profundamente a juventude que a educação desenvolvida na escola. A comunicação coloca-se, assim, no espaço da educação informal, que ocorre nas dinâmicas sociais do dia-a-dia onde o indivíduo se vê em interação com seus pares e com as manifestações culturais e informativas com que se depara. (BARROS, 1997, p. 28)

Para que a programação seja atrativa, muitos programas convidam pessoas na região para que os telespectadores se identifiquem. Nas datas festivas este tipo de estratégia é ainda maior, com entrevistas de pessoas da região que depois informa a outros o dia e horário que o programa estará no ar. Ao falar em estratégias, este é a missão dos produtores, tentar vencer a cada

dia para que seus programas não saiam da programação da Caxias TV Comunitária e assim, continuarem no ar.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Criar uma TV Comunitária e mantê-la não é uma tarefa fácil. Neste artigo, chamamos a atenção para o protagonismo exercido pelas TVs Comunitárias, enfatizando a Caxias TV Comunitária, apontando tanto sua importância como as dificuldades em manter este tipo de empreendimento. Como dito ao longo deste trabalho, as TVs Comunitárias não têm fins lucrativos, e desta forma, não tem condições financeiras para poderem se manter. Mesmo assim, ainda há pessoas que enfrentam todas as dificuldades e conseguem produzir programas, com boa qualidade e atrativos ao telespectador. Alguns programas são produzidos nas ruas, em estúdios improvisados como casas residenciais, mas que para seus produtores não faz muita diferença, o importante e poder aparecer nos canais comunitários e apresentar a sua arte, apresentar a cultura da cidade, poder contribuir com a educação local.

As muitas TVs comunitárias brasileiras, são TVs comunitárias de resistência, pois mesmo sem fins lucrativos muitas ainda tentam sobreviver e colocar no ar sua programação e com a Caxias TV Comunitária não poderia ser diferente, por mais que haja o empenho de alguns, ainda assim, falta muito para que a TV tenha destaque no município, pois aquilo que é voltado para a cultura local não é visto como lucrativo.

Outro aspecto importante abordado no nosso artigo é a questão da cidadania, oferecida pelos programas educativos, cuja realidade local é amplamente abordada, favorecendo a difusão do conhecimento, cultura e demais elementos socioeducativos, para a população.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ACERP. **Canal Cidadania:** equipamentos, documentação, custos e dicas para Prefeituras criarem o Canal da Cidadania. Disponível em: <[www.canalcidadania.org.br](http://www.canalcidadania.org.br)>. Acesso em: 23 jul. 2014.

AMEIDA, Renato Souza de. Cultura de Periferia na Periferia. Le Monde Diplomatique, 2011. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=995>.

BARROS, Laan Mendes de - **Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética**, Nexos - Revista de Estudos de Educação e Comunicação, Sao Paulo, Universidade do Anhemobil Morumbi, 2.0 sem. 1997, pp. 19-38.

BRASIL. **Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995**: Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8977.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8977.htm)>. Acesso em: 23 jul. 2014.

BRASIL. **Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011**: Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm)>. Acesso em: 23 jul. 2014.

BRASIL. **Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006**: Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm)>. Acesso em: 23 jul. 2014.

DIAS Reinaldo. MATOS Fernando. **Políticas Públicas**: princípios e propósitos e processos. São Paulo: Atlas, 2012.

FERREIRA, Álvaro. **Algumas reflexões para ajudar a entender a produção desigual do espaço urbano em Duque de Caxias**. In: NIMA – Núcleo Interdisciplinar de Meio Ambiente. PUC-RJ/Petrobrás. 2009. Disponível em: [http://www.nima.pucRio.br/noticias/livro\\_duque\\_de\\_caxias.pdf](http://www.nima.pucRio.br/noticias/livro_duque_de_caxias.pdf). Acesso em: 11 jul. 2016.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

GOMES, Itania Maria Mota. (org.). **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Estética da periferia**: um conceito capcioso. 2012. Disponível em: <http://www.seminariosmv.org.br/2012/textos/heloisabuarquedehollanda.pdf>. Acesso em 11 ago. 2016.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

OLIVEIRA, Rosane Cristina; LIMA, Jacqueline de Cassia Pinheiro. **Plano Diretor Municipal e a questão da participação popular na construção do projeto de remodelação urbana na Baixada Fluminense**. Revista Espaço Acadêmico, v. 15, n. 176, p. 15-26, 2015.

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

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. SACRAMENTO, Igor. ROXO, Marco. (orgs). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

RODRIGUES. Glauco Bruce. **Orçamento participativo e movimento hip hop**: duas formas distintas de protagonismo sócio-espacial (2010). Disponível em:

<<http://www.nuped.geografia.ufrj.br/textos/orcamentoparticipativomovimento.pdf>>. Acesso em 19 jan. 2016.

SILVA, Augusto César Pinheiro da. OLIVEIRA, Rosana Cristine Machado de. **Duque de Caxias, município da região Baixada Fluminense: poder local, gestão do território e política pública no Estado do Rio de Janeiro.** In: NIMA – Núcleo Interdisciplinar de Meio Ambiente. PUC-RJ/Petrobrás. 2009. Disponível em: [http://www.nima.pucRio.br/noticias/livro\\_duque\\_de\\_caxias.pdf](http://www.nima.pucRio.br/noticias/livro_duque_de_caxias.pdf). Acesso em: 11 jul. 2016.

SOIHET, Rachel. O drama da conquista na festa: reflexões sobre resistência indígena e circularidade cultural. **Revista Estudos Históricos**, v. 5, n. 9, p. 44-59, 1992.

SOUZA, Marlúcia Santos de. **Escavando o passado da cidade: história política da Cidade de Duque de Caxias.** Duque de Caxias: APPH-CLIO, 2014.

ZANATTA, Maria Aparecida Fabri. **Acordeão no cenário político, econômico e sócio-cultural brasileiro.** Emancipação, v. 4, n. 1, p. 201-217, 2004.

ZUCON, Otávio. BRAGA, Geslline Giovana. **Introdução às culturas populares no Brasil.** Curitiba: Intersaberes, 2013.