

# TELEVISÃO FORA DA TELEVISÃO

## O vídeo popular de caráter social no Brasil

Flávia Seligman

### 1. Histórico

Desde 1965, quando surgiram as primeiras câmeras portáteis de vídeo (acopladas a gravadores e utilizando fitas de pequena bitola, meia polegada em sistema de rolo e três quartos de polegada em cassete, mais fáceis de manusear), uma nova opção de produção em "televisão" tornou-se realidade, abrangendo o ciclo completo de produção e exibição em circuito fechado. Este equipamento, colocado no mercado pela indústria eletrônica japonesa, era relativamente barato, comparando com qualquer outro aparato profissional (os custos eram imensamente menores, também do que as produções em cinema, o que atraiu profissionais vindos desta área) e seu manuseio era bastante simples.

No início, a utilização foi basicamente feita por indústrias no treinamento de pessoal e, mais tarde, disseminado como mercadoria para o lazer da classe média, em substituição à película em Super-8.

*"A simples disponibilidade desse equipamento abriu espaço para o nascimento de um número incontável de pequenas televisões diferenciadas, possibilitando a indivíduos ou grupos ativos cultural e politicamente produzir os seus próprios programas em circuito fechado." (LIMA, 1985, p. 54)*

Claro que o alcance e a abrangência desta televisão fora da televisão é completamente diferente de qualquer modelo *broadcasting*, pois a utilização das ondas eletromagnéticas neste último permite atingir uma vasta população de espectadores.

Por este fato, o vídeo, no início de sua utilização, foi considerado como um veículo de elite, destinado a setores muito

específicos da população. É claro que hoje, com as novas tecnologias de transmissão, a programação desvinculada das grandes redes passa a ter uma nova abrangência, um novo caráter que será estudado neste trabalho.

Segundo René Berger ( *The New Television*, Cambridge, The MIT, Press), a televisão moderna pode ser classificada em três grandes campos de experiência televisual: a macro televisão, a meso televisão e a micro televisão.

A **macro televisão** engloba todos os tipos de televisão voltados para a grande massa, como é o caso de televisões comerciais e estatais que utilizam as ondas eletromagnéticas como meio de propagação. A sua estrutura de funcionamento é *one-way*: a cada emissor hegemônico estão conectados milhões de receptores isolados que não lhe podem responder de forma autônoma.

O modelo intermediário é a **meso televisão**, identificada por Berger como a TV a cabo, mas também pode abarcar todas as modalidades de tvs locais, de pequeno alcance, voltadas para o diálogo com um público diferenciado. Nela a relação é de interlocutores e não de emissores e receptores.

A **micro televisão** é a TV dos pequenos grupos qualitativos, reunidos por interesses comuns e que utilizam equipamentos portáteis de vídeo para produzir e difundir em circuito fechado. Abrange desde a atividade militante de grupos políticos ativos até os experimentos mais radicais da linguagem que estão sendo realizados na área da videoarte. São estes grupos específicos que agora, com a entrada da TV a cabo, UHF e outras formas de transmissão, vão poder sair dos circuitos fechados para transmitir para um número maior de pessoas. Vamos nos deter basicamente no vídeo de caráter social e popular.

A utilização do vídeo teve início no campo da videoarte, como uma forma de experimentação muitas vezes servindo a própria tecnologia de base para as experimentações. Uma outra gama de realizadores começou, no início dos anos 80 a utilizar a micro televisão, agora porém com um caráter mais voltado para as reivindicações sociais.

*"Muito sintomaticamente, esta outra vaga se opõe à video-arte pela tendência ao documentário. Não o documentário vulgar, de que o telejornalismo das redes comerciais é o protótipo mais exato. Nos seus trabalhos mais consequentes, a nova geração*

*busca quebrar a relação de autoridade que existe entre o documentarista e o seu objeto de pesquisa, evitando sobrepôr às imagens deste último um pretensão discurso de verdade criando dispositivos para que o enfocado possa responder ele próprio, com autonomia, às indagações do primeiro.” (LIMA, 1985, p.67)*

Além de ser uma força criativa, o vídeo era uma alternativa à prática cinematográfica de invenção e intervenção que entrava em crise. Reuniu jovens cineastas, grupos experimentais e antigos realizadores, agora denominados *videomakers*.

O cinema de intervenção dos anos 70, o cinema operário e ligado às causas sociais deu lugar ao chamado *vídeo popular*, um tipo de trabalho que começou a ser desenvolvido logo no início da utilização da tecnologia do vídeo no Brasil e tratava-se de um trabalho basicamente de caráter social e reivindicatório. Esta tecnologia era compatível com a geração que atingiu a maioridade na década de 80, pois foi criada junto com a televisão. A linguagem fragmentada, o ritmo veloz, as imagens em metamorfose, era n o referencial mais notório desta nova geração. *“Os primeiros grupos que lançaram mão da tecnologia do vídeo pra exprimir uma visão de mundo diferenciada, tinham como horizonte o universo cultural da televisão e não o do cinema.”* (MACHADO, 1993, p.254) O videocassete permitia à televisão proclamar a sua independência em relação ao poder político e econômico, proporcionando uma liberdade de escolha para o usuário. Foi o início do exercício desta liberdade. Através das vídeo-locadoras ( a possibilidade de escolha de filmes e não a obrigação de assistir aos filmes programados pelas emissoras ) e dos circuitos fechados ( a possibilidade de assistir a tipos de trabalhos que não fazem parte da programação das TVs comerciais). É possível utilizar a tecnologia independente do meio. Mas esta televisão nova, ousada e criativa, ainda ficaria por muito tempo distante das emissoras comerciais.

Simultaneamente às inovações tecnológicas, o crescimento da produção em vídeo aconteceu em meio ao processo de abertura democrática. No campo do vídeo estavam em gestação vários grupos e projetos e, no âmbito político, a campanha por eleições diretas para presidente.

Este clima político de abertura, incide diretamente nas produções em vídeo. Vários programas são realizados enfocando a

experiências e conhecimento dos entrevistados transformaram-se em temática principal. Os protagonistas dão a sua visão sobre os temas que estão sendo abordados.

Enquanto o modelo de televisão brasileira delimitou-se apenas na TV comercial, a seleção dos assuntos e temáticas era feita de acordo com a política exercida por cada emissora. Por ser desvinculado das emissoras comerciais, o vídeo popular tomou o aspecto de "anti-reportagem" e "anti-notícia".

*"Pois, ao focalizar em primeiro plano e trazer para o centro da tela a expressão das minorias raciais e sexuais, dos trabalhadores e dos vencidos, deixando de fora do quadro o repórter que explica os fatos e o âncora que define os acontecimentos, o vídeo popular traz também uma outra concepção de notícia, de reportagem e especialmente da forma de abordagem apresentando-se como o oposto do modelo televisivo." (NOVAIS, 1991, p.297)*

Além de grupos ligados à setores progressistas da igreja, sindicatos, associações e movimentos populares também lançaram mão desta possibilidade criativa de expressão.

A trajetória era mais ou menos a seguinte: o grupo necessitado do vídeo discutia a este respeito ( muitas vezes com a participação dos realizadores) para expor as suas necessidades. Outras vezes a idéia partia de um determinado realizador ou grupos deles e aí partia-se em busca do grupo atingido.

O roteiro era feito de comum acordo e o grupo participava ativamente da confecção do trabalho.

Uma vez pronto, a maioria destes vídeos deveria servir de base para uma discussão maior à respeito do tema.

Em 1987, a ABVP - Associação Brasileira de Vídeo Popular - iniciou um processo de distribuição destes trabalhos, que reuniu grupos de exibidores. No princípio limitado aos circuitos fechados, o vídeo popular começou a ser levado às praças públicas, sindicatos, associações de bairro, escolas e centros culturais.

### **3. Os novos modelos e a possibilidade de utilização da televisão pelo vídeo popular**

Atualmente o vídeo popular possui uma série de pólos

experiências e conhecimento dos entrevistados transformaram-se em temática principal. Os protagonistas dão a sua visão sobre os temas que estão sendo abordados.

Enquanto o modelo de televisão brasileira delimitou-se apenas na TV comercial, a seleção dos assuntos e temáticas era feita de acordo com a política exercida por cada emissora. Por ser desvinculado das emissoras comerciais, o vídeo popular tomou o aspecto de "anti-reportagem" e "anti-notícia".

*"Pois, ao focalizar em primeiro plano e trazer para o centro da tela a expressão das minorias raciais e sexuais, dos trabalhadores e dos vencidos, deixando de fora do quadro o repórter que explica os fatos e o âncora que define os acontecimentos, o vídeo popular traz também uma outra concepção de notícia, de reportagem e especialmente da forma de abordagem apresentando-se como o oposto do modelo televisivo." (NOVAIS, 1991, p.297)*

Além de grupos ligados à setores progressistas da igreja, sindicatos, associações e movimentos populares também lançaram mão desta possibilidade criativa de expressão.

A trajetória era mais ou menos a seguinte: o grupo necessitado do vídeo discutia a este respeito ( muitas vezes com a participação dos realizadores) para expor as suas necessidades. Outras vezes a idéia partia de um determinado realizador ou grupos deles e aí partia-se em busca do grupo atingido.

O roteiro era feito de comum acordo e o grupo participava ativamente da confecção do trabalho.

Uma vez pronto, a maioria destes vídeos deveria servir de base para uma discussão maior à respeito do tema.

Em 1987, a ABVP - Associação Brasileira de Vídeo Popular - iniciou um processo de distribuição destes trabalhos, que reuniu grupos de exibidores. No princípio limitado aos circuitos fechados, o vídeo popular começou a ser levado às praças públicas, sindicatos, associações de bairro, escolas e centros culturais.

### **3. Os novos modelos e a possibilidade de utilização da televisão pelo vídeo popular**

Atualmente o vídeo popular possui uma série de pólos

produtores espalhados pelo país, algumas instituições com produção sistemática, como é o caso da TVT - TV dos Trabalhadores, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC Paulista, o IBASE, o CECIP, no Rio de Janeiro, que são instituições que dedicam parte do seu trabalho à realização de vídeos populares de caráter social e educativo. A TVT, inclusive, é responsável por grande parte das imagens utilizadas pelo Partido dos Trabalhadores nas campanhas eleitorais.

Outros centros menores também atuam nesta área, como o grupo TV VIVA, de Pernambuco, que produz programas populares e organiza exibições. Na Baixada Fluminense, atua outro grupo com a mesma proposta, a TV MAXAMBOMBA.

Em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, a Prefeitura do PT criou a TV POPULAR, destinada à produção de vídeos culturais de caráter educativo e que, conseguiu, inclusive, colocar um programa - CIDADE VIVA - semanalmente ( pago) na TV comercial sobre assuntos ligados à administração municipal.

Porto Alegre abrigou também uma cooperativa de produção e edição, ligada ao Centro de Assessoria Multiprofissional - CAMP - que realizou trabalhos para sindicatos e instituições sociais e atualmente atua no mercado de produção de vídeo realizando e locando equipamento.

Algumas instituições e órgãos nacionais e internacionais de assistência também utilizam-se do vídeo popular para transmitir a sua mensagem, entre eles a CNBB, a UNICEF , etc.

Com a expansão da televisão e a modificação da forma de distribuição de sinais, uma nova porta se abre para o vídeo popular. Mudam-se as perspectivas e a forma de atingir o público . A utilização do cabo pelos produtores de caráter social e educativo ainda é uma grande incógnita, pois a Lei 8.977, que regulariza a atuação do cabo no Brasil, embora aprovada, ainda gera muita controvérsia. As grandes empresas de TV a cabo já estão funcionando no país há bastante tempo, instaladas mesmo antes da aprovação da lei e sem seguir as normas impostas por esta.

Mesmo assim , o estatuto público prevê a democratização da emissão de sinais e , com isto, abre uma porta para a participação popular na estrutura da televisão brasileira.

Abaixo relacionamos alguns aspectos da Lei 8.977.

### 1. Estatuto Público

A TV a Cabo é um serviço privado, mas dotado de um estatuto público. O operador atua de acordo com regras minuciosamente compatibilizadas com o interesse público.

### 2. Rede Pública e Única

Não existirá rede de TV a Cabo. A rede implantada fará parte do sistema nacional de telecomunicações. Como regra geral, os troncos serão de responsabilidade das concessionárias de telecomunicações e as "redes locais" ( que chegam até os domicílios) pertencerão às operadoras, mas também poderão ser utilizadas pelas concessionárias de telecomunicações para os serviços de telecomunicações que estas considerarem adequados. Assim será possível disciplinar o desenvolvimento das redes e do seu potencial para o desenvolvimento global das telecomunicações.

### 3. Canais de Utilidade Pública

Todos assinantes do Serviço de TV a Cabo terão acesso, gratuitamente, a 6 canais de utilidade pública:

# 03 **canais legislativos**, destinados principalmente, à transmissão ao vivo das sessões, sendo um canal ligado diretamente à Câmara dos Deputados; outro ligado ao Senado Federal e outro para uso partilhado entre a Assembléia Legislativa e a Câmara de Vereadores; estes canais estão sendo considerados como verdadeiras janelas eletrônicas abertas para as instituições;

# um **canal educativo**, para uso partilhado entre os órgãos que lidam com educação e cultura, nos Municípios e nos Governos Estaduais e Federal;

# um **canal universitário**, para uso partilhado entre as Universidades localizadas na área de prestação do serviço;

# um **canal comunitário** para uso livre e gratuito por qualquer entidade sem fins lucrativos.

### 4. Desbloqueio da concorrência comercial

30% dos canais tecnicamente disponíveis deverão ser utilizados por terceiros, sem qualquer associação com a operadora de TV a Cabo. Numa operação da NET (Globo), por exemplo, a TVA (Abril) poderá solicitar a distribuição do seu pacote de oito canais. Do mesmo modo

uma pequena empresa pode solicitar disponibilidade para veicular, num determinado canal, um programa, por exemplo, das 20h às 22h, de segunda à sexta. Acessos deste tipo não podem ser negados.

### 5. Canais para manifestações

Pelo menos dois canais deverão ficar reservados para uso exclusivo em caráter eventual. Assim um sindicato pode transmitir uma assembléia; um partido pode veicular sua convenção; uma associação médica, pode transmitir um congresso, em escala estadual ou nacional; qualquer entidade pode ter acesso a canais para manifestações de qualquer natureza, formando o que está se apelidando de auditórios eletrônicos." ( FAX FÓRUM, 16 de janeiro de 1994)

### BIBLIOGRAFIA

LIMA, Fernando Barbosa, PRIOLLI, Gabriel, MACHADO, Arlindo, *Televisão e Vídeo ( Brasil: os anos de autoritarismo)*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1985.

MACHADO, Arlindo, *A Máquina e o Imaginário*. São Paulo, EDUSP, 1993.  
\_\_\_\_\_, *A arte do vídeo*. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1990.

MARCONDES FILHO, Ciro, *Sociedade Tecnológica*. São Paulo, Ed. Scipione, 1994.

NAISBITT, John, *Paradoxo Global*. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1994.

NOVAIS, Adauto (Org.) , *Rede Imaginária: Televisão e Democracia*. São Paulo, Companhia das Letras/Secretaria Municipal da Cultura, 1991.

FESTA, Regina e SILVA, Carlos Eduardo Lins (Orgs.), *Comunicação Popular e Alternativa no Brasil*. São Paulo, Edições Paulinas, 1986.

HOINEFF, Néelson, *TV em Expansão*. Rio de Janeiro, Ed. Record, 1991.

TOFFLER, Alvin, *POWERSHIFT - As mudanças do poder*. Rio de Janeiro Ed. Record, 1993.

#### PERIÓDICOS E ARTIGOS

**ATRATOR ESTRANHO.** Revista do Grupo de Estudos "Nova Teoria da Comunicação", Ano II, n. 6 - ECA/USP, São Paulo, SP.

**FAX FÓRUM.** Periódico editado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Ano 4, número 23. Brasília, 16 de janeiro de 1994.

**SIQUEIRA, Eithevaldo.** *As Novas Tecnologias da Informação : Ferramentas da Modernidade.* , in *Telecomunicações: Privatização ou Caos*, TelePress-Editora.

**TV FOLHA,** Folha de São Paulo, São Paulo 26 de março de 1995.

**REVISTA VEJA,** São Paulo, 01 de março de 1995.

**FLÁVIA SELIGMAN**

Profª. FAMECOS PUCRS

Mestre em Cinema (ECA - USP)