

*Dos vídeos populares da Tv Janela aos eventos culturais: o percurso da autoimagem à
estima social no comunicacional*¹

Ismar Capistrano COSTA FILHO²
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

RESUMO

A produção de imagens por um grupo pode não só reverter o estigma do preconceito contra uma localidade, como criar uma política de gestão cultural e de inserção no mercado de trabalho, contribuindo como a estima social, a criatividade expressiva e a distribuição material. São esses os aspectos que se analisa do projeto TV Janela do Instituto de Desenvolvimento Social de Fortaleza a partir dos conceitos de reconhecimento de Axel Honneth, Aspen Brinton e Nancy Fraser e de cultura de Martín-Barbero e Garcia Canclini.

PALAVRAS-CHAVE: reconhecimento, cidadania, comunicacional, vídeo popular, exclusão social.

Introdução

Em novembro de 1993, uma ocupação na periferia de Fortaleza tomou as manchetes dos principais jornais da capital cearense. A notícia não abordava sobre reivindicações, nem muito menos sobre conquistas sociais. Retratava uma chacina de três adolescentes por dois homens numa moto, um provável acerto de contas do narcotráfico até hoje não esclarecido. A ocupação, existente desde 1989, formadas por migrantes rurais e de outros bairros da capital cearense, já estigmatizada pela miséria, pelas péssimas condições das moradias, pela falta de energia elétrica, água encanada, saneamento básico, ruas asfaltadas, escolas e unidades de saúde, ganha mais um atributo, o palco da Chacina do Pantanal. Além da carência de direitos fundamentais para inclusão social, o preconceito e a baixa estima passam a marginalizar ainda mais os moradores da localidade, conhecida pejorativamente como Favela do Pantanal. A luta dos moradores e suas organizações, como a União dos Moradores do Pantanal (UMP) e o Instituto de Desenvolvimento Social (IDS), fundados respectivamente em 1990 e 1999, se tornava muito mais do que uma batalha pelos direitos sociais e pela propriedade da terra, mas também a busca por estima social.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para Cidadania do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, email: ismarcapistranofilho@gmail.com.

Segundo o censo de 2010, a localidade hoje possui 40.322 moradores, estando situada na periferia sudoeste da capital cearense. Está no entorno dos bairros Modumbim e Conjunto Prefeito José Walter e na fronteira com Maracanaú, a principal cidade indústria da zona metropolitana de Fortaleza, que possui, de acordo com o mesmo censo 2.315.116 habitantes. A capital, conforme relatório do Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) divulgado em agosto de 2012, é considerada a segunda capital com as maiores desigualdades na distribuição de renda da América.

Estudar a luta pelos direitos fundamentais e tentativas de reverter a imagem do bairro por seus próprios moradores pode trazer duas contribuições para o acúmulo e a reflexão do conhecimento. A primeira situa-se na compreensão das práticas de comunicação popular e comunitária, feita por grupos contra-hegemônicos, excluídos da produção midiática massiva que se reapropriam das mídias com usos, valores e objetivos diversos. A segunda é sobre a importância da construção da imagem de um bairro periférico pelos próprios moradores, podendo promover estima social, organização político-cultural e distribuição de renda. Esta última também pode trazer uma contribuição para as práticas de mobilização social.

O presente artigo foi elaborado a partir de pesquisa bibliográfica sobre as temáticas: Teoria do Reconhecimento, Comunicação e Cultura e Vídeo Popular. O pesquisador já conhecia e realizava intervenções com seus estudantes de Comunicação Comunitária da Faculdade 7 de Setembro na TV Janela de 2009 à 2011. Entre estas ações, incluem debates, visitas técnicas e dois vídeos que foram utilizados como referência. Um documentário realizado por estudantes do curso de Jornalismo das Faculdades Integradas do Ceará (FIC) também serviu de fonte para esta pesquisa. Em dezembro de 2012, foi realizada uma entrevista em profundidade com o fundador e atualmente coordenador do projeto Valdenor Moura, especialmente para esta pesquisa. A entrevista teve duração de 1h 4min, antecedida e precedida de outras trocas de informações como audiência de documentos e vídeos. A monografia de conclusão de curso de Robson da Silva Braga, realizada em 2007, pela Universidade Federal do Ceará, foi outra fonte fundamental para esta investigação.

Assim, o artigo está organizado em cinco partes. A primeira apresenta os pressupostos teóricos sobre o reconhecimento, principalmente através de Axel Honneth, Nancy Fraser e Aspen Brinton. Também traz contribuições para compreender as lutas sociais de Stuart Hall e Michel de Certeau. A segunda parte mostra a história da organização social da localidade, com ênfase no Instituto de Desenvolvimento Social (IDS), mantenedor da TV Janela. A terceira expõe a construção das imagens audiovisuais do bairro pelos participantes dos cursos do IDS. Na quarta, a geração de emprego e renda, resultado das capacitações da TV

Janela, é abordada e, por fim, na quinta parte do artigo, é discutida a relação da TV Janela com o comunicacional e cultural, através dos conceitos de Jesus Martín-Barbero e Nestor Garcia Canclini.

1. A luta pelo reconhecimento

De acordo com o filósofo Axel Honneth, as lutas sociais são impulsionadas pelo reconhecimento mútuo, isto é, pela busca em estabelecer novas gramáticas morais que possam gerar reciprocidade nas relações. “(...) são lutas moralmente motivadas de grupos sociais, em sua tentativa coletiva de estabelecer institucional e culturalmente formas ampliadas de reconhecimento recíproco (...)” (HONNETH, 2003, p. 156). Para o autor, inspirado nas teorias do jovem F. Hegel, há três formas fundamentais de reconhecimento: o amor, o direito e a estima social. O primeiro refere-se às relações emotivas e afetivas, primeiramente, entre mães, pais e filhos e, em seguida, entre as pessoas. “(...) o amor representa a primeira etapa de reconhecimento recíproco, porque em sua efetivação os sujeitos se confirmam mutuamente na natureza concreta de suas carências (...)” (HONNETH, 2003, p. 160). Para ele, ocorre no equilíbrio precário entre o ser-si-mesmo em um outro. Em outras palavras, a necessidade de completar-se no outro numa tênue relação de ligação e autonomia, na qual autodeterminação e dependência alternam-se.

Já o reconhecimento jurídico perpassa do âmbito das relações interpessoais entre familiares, amantes e amigos para a esfera da intersubjetividade social. Trata-se do estabelecimento da mutualidade de direitos e obrigações numa sociedade, respeitando a autonomia individual da liberdade da pessoa “(...) com o reconhecimento de realizações individuais, cujo valor se mede pelo grau em que são conhecidos por uma sociedade como relevantes” (HONNETH, 2003, p. 184) e respeitando a organização coletiva que deve garantir e proteger a reciprocidade das relações sociais. Há desta maneira, principalmente na Europa e Estados Unidos, direitos fundamentais, construídos desde o século XVIII, como a garantia à vida e a igualdade perante a lei; os direitos políticos de participação nas deliberações públicas, que marcaram as lutas do século XIX; e os direitos sociais, peculiares do século XX, como as garantias de bem estar e dignidade social. O Estado, nesta perspectiva, deve assim assegurar a cada cidadão a possibilidade do exercício de todas suas pretensões de existência digna, bem estar e participação política. As lutas pelo reconhecimento jurídico ou da cidadania são então confrontos para alcançar o status de uma pessoa de direito.

O reconhecimento, no entanto, para a politicóloga Aspen Brinton, não se restringe à esfera estatal, pois a distribuição formal de direitos iguais não é suficiente para garantir o

reconhecimento mútuo e a estima social. O reconhecimento pulveriza-se em toda a vida social, pois as diferentes autorrelações permitem um sentimento de grupo, orgulho e honra coletiva, quando todos podem valer-se com semelhante intensidade. A compreensão de si mesmo à luz dos outros possibilita uma interação que leva a um entendimento através do relacionamento da própria subjetividade com a dos outros. Assim, para autora, as associações da sociedade civil colaboram com o reconhecimento porque podem “se reunir com sua capacidade de contribuir para um objetivo comum que, em situações de desrespeito é a luta política” (BRINTON, 2012, p. 328). Estas entidades também podem “(...) criar redes de amizade e de coleta de informação para divulgar novas ideias e oferecer ‘ombros para se apoiar’ e criam uma energia de subversão amorfa entre aqueles que vieram para reuniões” (BRINTON, 2012, p. 332). A própria construção de um espaço associativo, mesmo que privado, mas com abertura para a participação pública, possibilita não só a luta por direitos, mas os laços, o respeito e a honra de estar incluídos com outros, por isso o reconhecimento da cidadania não pode resumir-se somente às batalhas institucionais, dado que o poder, a identidade, o afeto e a sociabilidade estão pulverizados nestas relações, podendo, em caso contrário, reduzir-se ao formalismo legal.

As associações são comunidades políticas, conforme o politicólogo E. Laclau (1999), construídas por inevitáveis conflitos entre seus membros que através de um discurso hegemônico conseguem congregar o grupo. Esta identidade forma-se também pela diferenciação, de acordo com C. Mouffe (2004), entre o nós e o eles, que, através de articulações, temporárias e contingentes, podem construir uma coabitação reconhecendo como legítima a existência do outro. Desta maneira, as identidades culturais são gestadas por interesses particulares e conflitos específicos que podem articular-se em objetivos comuns. Não há assim associações formadas somente por bem comuns substantivos, sem disputadas de poder. Estes dissensos, para J. Ranciere (1996), possibilitam a distribuição e pulverização do poder.

A ampliação do reconhecimento para o âmbito associativo e cotidiano deve incluir as táticas dos poderes oblíquos e de participação política dos marginalizados, sejam em metáforas de transformação (HALL, 2001), que povoam o imaginário popular em literaturas e eventos de como seria a sociedade se os valores fossem invertidos; seja na infrapolítica (HALL, 2001) das sabotagens, boicotes, protestos velados, desobediência sigilosa e improdutividade disfarçada dos dominados; seja ainda nas “‘maneiras de fazer’ (que) constituem as mil práticas pelas quais usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção (...) que compõe uma rede de uma antidisciplina” (CERTEAU,

2012, p. 42). A subversão dos marginalizados ofendidos também compõe a luta pelo reconhecimento de direitos e estima social.

O desrespeito e a ofensa, segundo Honneth (2003), podem motivar a organização de novas formas de atuações que busquem a superação das injustiças. Para o autor, a estima social se constitui pelos valores socialmente partilhados como honra, prestígio e reputação de uma pessoa num grupo e ainda de um grupo em relação a outros. “(...) as relações de estima social estão sujeitas a uma luta permanente na qual os diversos grupos procuram elevar, com os meios de força simbólica e em referências às finalidades gerais, o valor das capacidades associadas à sua forma de vida” (HONNETH, 2003, p. 297). A disputa pela visibilidade de uma imagem social torna-se fundamental nesta arena de valores culturais, muitas vezes, conflitantes e coexistentes. O reconhecimento da estima, nesta situação, para a politicóloga E. Galeotti, é muito mais do que atenção pública, mas a legitimação social. “O reconhecimento implica que o padrão societal necessita ser redesenhado. O que foi até agora considerado normal, adequado, e óbvio tem de ser estendido para outras práticas” (GALEOTTI, 2002, p. 128). Assim, a estima social exige, muito mais do que tolerância, mas a ampliação dos horizontes interpretativos de cada grupo cultural para a convivência e o respeito mútuo, mesmo que esta relação não alcance consensos, mas, no máximo, desacordos razoáveis (TULLYS, 2004, p. 98).

No entanto, o reconhecimento não se restringe ao campo cultural. A politicóloga Nancy Fraser (2003) alerta o aspecto dualista das lutas pela justiça: a estima social e inclusão na fruição dos bens materiais produzidos numa sociedade. Distribuição da riqueza é, desta maneira, uma categoria cofundamental e irredutível do reconhecimento, assim como o respeito social, legal e afetivo. A justiça, de acordo com a autora, caracteriza-se pelas condições de paridade de participação, tanto no acesso aos bens materiais como nas gramáticas morais. Há, todavia, lutas que predominam questões econômicas (como aumentos salariais), outras questões culturais (como a inclusão de grupos marginalizados), mas ambos os aspectos estão imprescindivelmente interligados.

2. A luta pela inclusão

A conquista de condições dignas de vida, como moradia, energia elétrica, água encanada, saneamento, urbanização das ruas, transporte público, atendimento em saúde e educação marcaram, na década de 90, a organização dos moradores da ocupação de terras devolutas na zona sudoeste da capital cearense principalmente por migrantes da zona rural e de outros bairros de Fortaleza. As proximidades de uma lagoa e as vielas quase sempre enlameadas

deram o nome Pantanal à localidade. Para lutar pela distribuição dos recursos materiais essenciais, principalmente a propriedade da terra, alvo de conflitos constantes com o Estado, os moradores organizaram, em 1991, a UMP, como testemunha a sócia-fundadora da Bárbara Sousa: “A gente começou a associação, aí fomos trabalhar, fomos lutar pela energia, fomos lutar pela linha de ônibus, por água, aí daí por diante (...)” (BRAGA, 2008, p. 2). A distribuição, definida por Fraser como a paridade de participação na fruição dos bens materiais, e o reconhecimento jurídico, conceituado por Honneth como o acesso aos direitos fundamentais, políticos e sociais, motiva a origem das lutas sociais do Pantanal.

A marginalização e a invisibilidade, no entanto, obrigam a associação a adotar táticas subversivas, denominadas por Stuart Hall, de infrapolítica desobedecendo às leis para que as garantias sociais sejam respeitadas. Na ausência de transporte coletivo, ônibus clandestinos foram utilizados, como explica Bárbara Sousa:

A gente botou três ônibus pirata (sic) aqui dentro, pra poder se manifestar contra as empresas (de ônibus), pras empresas poderem dar (as linhas de ônibus). Quando esses ônibus (piratas) passaram 15 dias aqui, aí a empresa Fortaleza se manifestou, aí que ficou a linha (BRAGA, 2008, p. 2)

Na busca pelo reconhecimento jurídico, a UMP, reivindicava a transformação da localidade em Bairro, para legitimar as exigências como Unidade de Saúde, Escola e urbanização da localidade. No entanto, um grupo contra-hegemônico, articulado politicamente na Câmara Municipal, conseguiu aprovar, em 2001, uma consulta popular para a criação do bairro, não com o nome de Pantanal, mas a Planalto Ayrton Senna a fim de elevar a estima e tentar desvincular a imagem da localidade à Chacinha ocorrida há sete anos. A UMP não aceitou a mudança do nome e contrapôs a organização que se insurgia contra o movimento histórico.

O embate resultou na fundação da Associação Comunitária para o Desenvolvimento Humanos e Social (Acodehs) que conseguiu não só a aprovação plebiscitária para a criação do bairro com o novo nome, mas sua oficialização pelo parlamento municipal, através da lei 8.699/03. O presidente da Acodehs, Adalberto Ribeiro, ex-diretor da UMP, liderou a campanha pelo novo nome do bairro: “Tinha que haver mudança, alguém tinha que se manifestar. (...) Além de não existir oficialmente, você estava tachado como mais uma favela” (BRAGA, 2008, p. 3). Valdenor Moura, diretor à época da UMP, que se contrapôs a mudança avalia que o novo nome não trouxe avanços, mas a criação do bairro sim.

A situação demonstra o que C. Mouffe chama de a natureza conflitiva e antagônica do político (as relações de poder) que, através da política (institucionalização), cria acordos temporários, precários e contingentes para articular e as diferenças entre os grupos que

compõem as lutas sociais, possibilitando a transformação de inimigos em adversários que reconhecem a legitimidade mútua.

3. A Luta pela imagem

Outras iniciativas, além da UMP, somaram-se a essas batalhas. Preocupados com a geração de emprego e renda para jovens e adolescentes, sete membros da associação, que participaram do Programa Capacitação Solidária do Ministério do Desenvolvimento Social do Governo Federal, fundaram em 1999, o Instituto do Desenvolvimento Social (IDS). Inserir jovens e adolescentes no mercado de trabalho, através de cursos de capacitação, constitui o principal objetivo da Organização Não Governamental (ONG). “(...) entre 2000 e 2001, teve o curso voltado para a alimentação, panificação e auxiliar de cozinha. Alguns fizeram a multiplicação do curso, ensinando para outros que montaram seus pequenos negócios a partir disso.” (Valdenor Moura, 2012, sócio-fundador e coordenador do IDS, depoimento pessoal). Segundo Moura, muitos desses comércios até hoje existem. A atuação do IDS descobriu, no entanto, que a falta de qualificação não era o único empecilho para a inserção no mercado de trabalho. O preconceito contra a miséria, a insegurança e a imagem negativa da localidade, estigmatizada como Favela do Pantanal, local da chacina que repercutiu incessantemente na mídia massiva da capital cearense no início da década de 90, dificultava a contratação dos jovens por empresas.

Porque quando ia procurar emprego não podia falar que morava no Pantanal. Tinha de dizer que morava no José Walter, mas aí quando se via a rua ou se batia pelo CEP se verificava que morava no Pantanal. Aí se tornava muito mais feio dizer que morava e não morava. Acabava sendo uma mentira. Assim teria de assumir essa identidade. (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal).

A situação ficou mais explícita quando, no final de 2002, o Instituto ofertou um curso de fotografia, a partir de recursos provenientes do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente. A finalidade era formar futuros fotógrafos, entretanto, a discussão sobre a imagem estigmatizada e a baixa estima social da localidade veio à tona. Então, os participantes do curso procuraram captar imagens positivas do bairro. “Dentro do período do projeto, se foi planejando para fazer uma exposição na comunidade. E a exposição surgiu exatamente para mostrar as coisas boas do bairro que a televisão não mostrava. Que tem cidadão de bem na comunidade” (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal).

Conforme Moura, o sucesso da exposição foi tamanho que o projeto seguinte, em 2004, continuou capacitando jovens e adolescentes para produzir imagens, mas agora em audiovisuais. O curso, possível graças ao financiamento dos Fundos Municipais e Estaduais da Criança e do Adolescente e à parceria com a Casa Amarela (Escola de Formação em

Cinema da Universidade Federal do Ceará), possibilitava, ao mesmo tempo, a qualificação profissional, numa área com poucas opções de formação em Fortaleza e carente de técnicos qualificados, e a produção de imagens da localidade que instigassem o orgulho de viver no bairro, feitas pelos próprios moradores. Como Moura já tinha experiência na área, tendo iniciado sua atuação na produtora de vídeo popular ligada à Igreja Católica, Instituto Nosso Chão, no início da década de 90 e trabalhava na Casa Amarela, a capacitação em audiovisual era uma tarefa para ele mais simples do que a de fotografia. Inicialmente, ele contava com, pelo menos, mais quatro facilitadores convidados. Atualmente, os próprios jovens capacitados se tornaram multiplicadores do conhecimento.

Com uma turma de 20 a 25 adolescentes, predominantemente moradores do bairro e entorno o curso de duração de seis meses seguiu, desde o início até hoje, com as seguintes etapas: inscrições, seleção dos participantes, reunião de sensibilização com os pais dos participantes, aulas sobre filosofia do vídeo popular, aulas sobre elaboração de roteiros e produção laboratorial. Os audiovisuais, geralmente de 1 a 15 minutos, possuem diferentes formatos como reportagens, documentários, esquetes, clipes musicais, enquetes e humor. As pautas e os quadros são discutidos e selecionados pelos participantes, priorizando temáticas como a história do bairro e de seus moradores, reivindicações da localidade, juventude e cidadania. Os quadros podem ser ou não retomados nas capacitações seguintes.

Quando em 2009, o IDS foi contemplado com o Ponto de Cultura do Ministério da Cultura do Governo Federal Brasileiro, os cursos se consolidam e a entidade adquire equipamentos próprios como câmeras digitais, cenários e ilha de edição digital. Anteriormente, as produções eram realizadas em duas câmeras VHS, adquiridas com recursos captados pelo Instituto, e a edição acontecia na Casa Amarela, numa ilha analógica linear. Havia somente um cenário e a maior parte das cenas eram externas. Logo após à primeira formação, surgiu a preocupação de exibir os vídeos para a comunidade.

Na época, tínhamos a ideia de exibir aqui (sede do IDS) entre os alunos. Depois pensamos em passar no meio da rua para as famílias também verem. Ai foi onde começou a exibição na rua no final de 2003. (...) Após a primeira exibição nós já começamos a acimentar a rua, devido os buracos que atrapalhavam a exibição dos grupos (de dança) que já se apresentaram na primeira exibição. Tinha meninos aqui da capacitação que participavam e conheciam os grupos. Então quando começamos a organizar a exibição começou a chover grupos. (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal)

Valdenor explica que não havia nenhuma grade de programação. Quando terminava um vídeo entravam vinhetas com contagem regressiva (semelhantes a algumas contagens de cinema) e, em seguida, era executado outro vídeo. As apresentações de dança antecederam

as produções audiovisuais, sendo o evento finalizado com entrega dos certificados. A exibição pública empolgou tanto os moradores e organizadores do projeto que os participantes da formação seguinte decidiram criar uma grade de programação composta por quadros, devidamente identificados com nomes e vinhetas de abertura. Então nasceu a necessidade de criar uma denominação para a “televisão”. “E surgiu do dia-a-dia qual o nome que íamos dar para essa TV de rua. Aí saiu daqui uma coisa que a gente se possa ver nela, que a comunidade se veja nela, se espelhar nela, ou possa ter nela... Ai surgiu TV Janela... surgiu desse trocadilho” (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal).

De acordo com o comunicólogo Luiz Santoro, estas expressões são classificadas como vídeo popular porque é “produzido pelos próprios grupos e entidades populares, em geral com equipamentos e equipes próprias (...) sobre temas de interesse social (...)” (LEONEL; MENDONÇA, 2010, p. 49). Já para Ricardo Mendonça, esta prática cultural, por ele nomeada de audiovisual comunitário, “(...) permitia alterar sentidos enraizados nas tramas simbólicas que regem nossas ações cotidianas (...) criava um novo jeito de alimentar os fluxos comunicativos por meio dos quais uma sociedade se narra, reflete sobre si mesma e se reinventa” (LEONEL; MENDONÇA, 2010, p. 24). O reconhecimento da estima social proporcionada pelo audiovisual comunitário é possível pela expressão de novos padrões de comportamentos e pela transformação da identidade do grupo.

Os jovens participantes do curso revelam o desejo de construir, através dos vídeos da TV Janela, novos padrões de comportamentos para o bairro, negando que a localidade seja uma favela só com dificuldades. Assim as produções apresentam o cotidiano, as pessoas e as conquistas do bairro. “A importância desses vídeos é que mostra nossa comunidade de uma maneira bem dinâmica. Aquilo que se passa. Quais nossas necessidades. Aquilo que tem de bom. Todas as curiosidades que tem em nosso bairro” (Philippe de Souza, 2009, Reportagem audiovisual). Anderson Gama, também participante dos cursos concorda: “tem uma coisa na TV Janela que é muito bem explorada. Mostrar a comunidade pela comunidade. Todo mundo quer se ver. É tanto que até nos meios de massa quando você aparece por dois segundos, você passa o dia inteiro na frente da TV para se ver” (Anderson Gama, 2009, Reportagem audiovisual). O fundador e coordenador da TV Janela ressalta a missão do projeto de resgatar a imagem do bairro.

O futuro que o bairro Planalto Airton Sena pode esperar da TV Janela é que ela possa estar presente nas lutas do dia-a-dia dessa população que é tão carente. Faz parte dessa periferia de Fortaleza e que, todos os dias, luta por uma qualidade de vida melhor e por uma nova, digamos assim, imagem dessa comunidade que foi tão deturpada. Está se tentando trabalhar essa imagem (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal)

As principais imagens apresentadas sobre o bairro estão nos quadros jornalístico com as reportagens do Observatório da Comunidade, que depois se transformou no Jornal da Janela, e os talentos musicais com o “Toca Aí” que inicialmente eram videoclipes de bandas locais com cenas externas, mas depois se transformou em apresentações de auditório. As reportagens abordam frequentemente reivindicações da comunidade, mas mostram também conquistas, como a construção do Liceu, a despoluição da Lagoa e o asfalto de algumas ruas. Já o Toca Aí abre espaço para, o que Jesus Martín-Barbero, chame de criatividades expressivas, “movimentos de constituição de novas identidades sociais: a do migrante ou de juventude que procura sua própria forma de expressão, mestiçagem, misturas” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 290). As imagens da expressividade musical dos jovens são tentativas de criar novas gramáticas morais que conquistem o respeito mútuo da forma de ser dos jovens. Outros quadros dramaturgicos, como o Teatro de Sombras, apresentam, geralmente, a diversidade cultural, com o Hip Hop e as artes marciais orientais. Já o cômico “Te vi por aqui” arrancava muitas risadas dos telespectadores, pois ironiza situações do cotidiano do bairro e os próprios apresentadores que não conseguiram sucessores quando saíram da TV Janela.

Além das exibições no próprio bairro, as imagens da TV Janela circularam o Ceará, o Brasil e o mundo. A iniciativa logo despertou o interesse da mídia regional. Tratada, geralmente, como um fato inusitado, a TV Janela foi tema de três reportagens de periódicos impressos de circulação regional, quatro de emissoras de TV comerciais e educativas. A visibilidade maior aconteceu, em 2005, no programa de TV Valores do Brasil, patrocinado pela Petrobrás Cidadania, que exibia iniciativas exitosas da periferia brasileira no intervalo de programas de grande audiência de Rede de Televisão. A visibilidade elevou a estima dos moradores do Pantanal, segundo Moura, até perante habitantes de outras localidades.

Porque como uma ação tão pequena está criando uma repercussão tão grande. E na cabeça dos moradores, eles estão aparecendo na mídia porque é um trabalho muito grande. Mudando a ideia sobre o bairro porque lá tem uma TV. E muita gente que vem nos visitar diz: no meu bairro não tem uma TV, mas não é estigmatizado pela violência como aqui. Ai na hora que a gente cria uma ação dessa na mídia a gente quebra todos os paradigmas que está acontecendo (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal).

Apesar de possui o site www.tvjanela.org.br desde 2010, o coordenador do IDS, Valdenor Moura, que os principais usos da ferramenta são: pesquisas escolares, veiculação dos vídeos para outras cidades, estados e até países e para compor o portfólio da ONG na busca por captação de recurso. Na opinião dele, o uso da Internet pouco contribui para resgatar a estima social do bairro, dado a grande exclusão digital da localidade.

4. A Luta pelo emprego

A TV Janela se constitui ainda numa iniciativa de inserção no mercado de trabalho, gerando distribuição de renda para os jovens e suas famílias que participam do projeto. Assim, o IDS, conservando seu objetivo original, busca resgatar a estima social do bairro também no aspecto distributivo como defende Nancy Fraser. “Em suma, a superação das injustiças (...) requerem tanto a redistribuição como o reconhecimento” (FRASER, 1998, p. 12).

Conforme avalia o coordenador do IDS, Valdenor Moura existe uma procura, no mercado de Fortaleza, por técnico em audiovisual (principalmente câmera, iluminador, editor, auxiliar de produção, produtor, roteirista), tanto para as produtoras que prestam serviços para agências de publicidades, como pequenos negócios informais de registros de festas de casamento ou aniversário. O primeiro curso tecnólogo, com dois anos de duração, da área surgiu em 2009, na Universidade Fortaleza, instituição particular que cobra uma mensalidade R\$ 1.200,00, inacessível para os jovens da periferia e formando uma mão de obra que busca uma média salarial bem superior que muitas das vagas das produtoras.

Temos alguns resultados que são interessantes destacar. Todos os que foram capacitados, uma média de 15% a 20% de que está trabalhando com audiovisual. Considerando que é um mercado muito fechado que passa de pai para filho. Acho que é uma média boa Tem meninos que montaram produtoras de vídeo. Outro montou uma locadora de equipamentos e outros estão em agências de publicidade ou produtoras de vídeos. É um mercado em expansão muito atualizado. (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal)

No entanto, não é só para técnico em audiovisual que a TV Janela prepara. Segundo Moura, desde o início do curso explica-se que o jovem não tem a obrigação de ficar nessa área. “Até porque quem não está dentro do audiovisual, levou uma lição de vida, uma experiência de vida. Por exemplo, você fazer um roteiro, não necessariamente você precisa trabalhar com a edição (...)” (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal). Para ele, fazer um roteiro significa, muito além do que preparar uma audiovisual, mas fazer um planejamento, necessário em muitas outras atividades da vida. A participante do curso Daniely Silva que aprendeu a importância do roteiro vai além. “Muito importante porque ela (TV Janela) me ajudou a aprender que, por mais que a gente tente e busque uma coisa, nunca vai sair do jeito que a gente quer.” (Daniely Silva, 2010, Reportagem audiovisual). Compreender a tênue linha entre a imprevisibilidade e previsibilidade de um planejamento é capacidade que perpassa a produção audiovisual, sendo necessária para a gestão e organização de diversas atividades. Outro aprendizado é a construção da cidadania como um projeto coletivo (MOUFFE, 2004), um trabalho em equipe. “Esse Instituto ensina muito a gente a ter mais cidadania, mais companheirismo, fazer o trabalho realmente o trabalho

em equipe. Eu gosto muito do curso de audiovisual, gosto muito de edição e por ai vai” (Marcos Siqueira, 2010, Reportagem audiovisual).

O apoio da família motiva a esperança no ingresso no mercado de trabalho. “Eu me sinto realizada, quando vejo meus filhos fazendo uma coisa assim que vai servir para o futuro deles. Com esses cursos que eles fazem na TV Janela, eles têm capacidade de arranjar uma coisa melhor” (Maria Lucimar Magalhães, mãe do participante da TV Janela Philipe de Souza, 2008, Documentário audiovisual). Mesmo já estando no mercado de trabalho, o curso significa para familiares a possibilidade de uma nova empregabilidade mais qualificada. “Hoje ele tá trabalhando. Quando ele não está na firma, ele está no curso. Então ele está com a mente empregada no que é bom. Graças a Deus porque o dia de amanhã só Deus sabe como iria ser” (Cileude Magalhães, mãe do participante da TV Janela Domingo Sávio, 2008, Documentário audiovisual).

Se não está no mercado de trabalho, o IDS ainda abre a possibilidade para os capacitados permanecerem no projeto como monitores bolsistas, ganhando um auxílio mensal de meio salário mínimo durante o curso. “A Tv Janela é a segunda família para mim porque quase toda tarde estou aqui com meus amigos. (...) Eu quero ser igual ao Rony (monitor bolsista). Exercer o que eu sei para eles como eu já fui monitor de informática lá em Maracanaú” (Ivanilso da Silva, 2008, Documentário audiovisual). O Ronny Silva que hoje é profissional numa produtora de vídeo, mas não deixa de ser monitor e facilitador da TV Janela se tornou exemplo para os adolescentes do projeto. Ele fez seu primeiro curso, em 2005, aos 17 anos.

Aí entrei nesse tempo. No começo eu não tinha o mínimo interesse no curso. Com o tempo, fui percebendo uma coisa interessante que trabalhava com a imagem, a cabeça. Aí eu comecei a pensar. E comecei a participar das Oficinas. Fui a várias. E com o tempo apareceu a oportunidade de se tornar monitor. Praticar ainda mais o que eu aprendi e passando para determinadas pessoas que eu acho que isso é interessante. O Intuito da Tv Janela é mais isso. As pessoas que são capacitadas aqui. Elas têm a oportunidade de um dia serem monitores também. (Ronny Silva, 2009, Reportagem audiovisual).

A autorrealização de ser facilitador da TV Janela é, para ele, conquista de estima social.

O efeito de multiplicação de conhecimentos da TV Janela gera uma estima não só no sentido de uma estima, mas também no aspecto distributivo, não só pela bolsa que recebe o monitor, mas na experiência de produção que lhe dá uma qualificação mais apurada para o ingresso no mercado de trabalho.

5. A Luta por uma política cultural

Além da formação em audiovisual que possibilita a compreensão do trabalho em equipe, da participação cidadão, a inserção no mercado de trabalho e da construção de autoimagens do bairro que fortalecem o orgulho de pertencer à localidade, a TV Janela criou através das apresentações públicas dos vídeos um evento cultural que oferece lazer num sábado semestral para os moradores do bairro, carente de políticas públicas que incentive a expressividade criativa de seus moradores.

Para Martín-Barbero, é necessário pensar a produção comunicacional como uma manifestação cultural imbricada não só nos sentidos socialmente gestados, mas como gestora de novos significados. Por isso, comunicação e cultura são indissociáveis, compondo aspectos de um mesmo fenômeno social porque comunicação não tem o mero “caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também o produtor” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 299).

Já Nestor Garcia Canclini defende que as políticas culturais não podem desvincular-se da produção midiática, restringindo-se às culturas tracionais, sejam eruditas sejam folclóricas. Por isso, ele defende que “políticas propensas à formação de um espaço latino-americano devem ser contempladas” (CANCLINI, 2006, p. 188). A luta pelo estima social passa pela apropriação, a visibilidade e a legitimação das tecnologias de comunicação pelas minorias. “Alguns movimentos atuais reclamam energicamente sua autonomia cultural e política exigem ao mesmo tempo sua plena inserção no desenvolvimento moderno. Apropriam-se dos conhecimentos e dos recursos tecnológicos e culturais” (CANCLINI, 2006, p. 181).

Para Martín-Barbero, a ausência de eventos culturais que aliem às produções culturais fortalecem o que ele chama de cultura à domicílio (televisão, DVD, internet...), diminuindo a ocupação dos lugares públicos. “Enquanto se reduz a assistência aos eventos culturais em lugares e públicos (tanto da alta cultura, como da popular) aumenta o consumo da cultura a domicílio” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 301). E o autor conclui “se a televisão atrai é porque a rua expulsa” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 295).

Mesmo não tendo a competência estatal de criar uma política cultural, os eventos de exibição da TV Janela na rua busca, não só passar do cultural para a produção midiática, mas consolidar o comunicacional como manifestação cultural.

É porque quando você vai para a rua. Você está exatamente tirando o medo das pessoas. Isso me lembra no início demais quando as pessoas tinham receio. E algumas pessoas até questionavam até com boa intenção: “Vocês têm coragem de colocar um monte de equipamentos caros no meio da rua?”. Olha nós estamos

trabalhando a questão da segurança na comunidade. Nós queremos mudar essa imagem. E nós só vamos conseguir mudar essa imagem quando criar essa confiança de quem mora lá porque os meninos e meninas que está na capacitação são o termômetro, a mostra, o reflexo da comunidade. Então assim, eles responsáveis por esses equipamentos vão se sentir com a autoestima elevada. Quem está lá fora vai ver isso e vai criar uma sensação de segurança. E hoje é feito isso. Nunca teve um incidente (...). (Valdenor Moura, 2012, depoimento pessoal).

Então quando a TV Janela se torna muito mais do que uma mera produção midiática e tecnológica, realizando os eventos públicos de exibição se torna não só uma política cultural, mas fortalece o orgulho, a honra e a estima de reconhecimento mútuo dos espectadores reunidos para se ver, ver seu bairro, informar-se e divertir-se, não só através de seus próprios olhos, mas de suas próprias iniciativas produtivas. Acreditando na vida tranquila e pacata do bairro, cria-se o clima de segurança indispensável para a estima local.

O reconhecimento assim é, como defende Aspen Brinton, uma conquista pulverizada para além do âmbito estatal, possível por iniciativas de pessoas que se associam, criam suas imagens, ensinando e aprendendo, veiculam-nas e apoiam-se umas nos ombros das outras para conquistar sua dignidade.

Considerações finais

A conquista do reconhecimento de uma localidade marginalizada, numa periferia, como a “Favela do Pantanal” em Fortaleza, passa pela garantia legal e pela distribuição de bens básicos como moradia, urbanização, transporte público, saúde e educação. No entanto, está condicionada ainda à estima social, isto é, ao orgulho de morar no local. Sem a mesma, o preconceito e discriminação agravam a exclusão social.

Para contribuir com a distribuição de geração de emprego e renda, capacitando jovens e adolescentes para o mercado de trabalho, foi criado o Instituto de Desenvolvimento Social na localidade que se destacou pelas formações em audiovisual que não só qualificaram os participantes, mas construíram imagens diversas (da localidade que circularam não só bairro, mas também em mídias massivas, possibilitando o resgate da honra de ser morador do local. Além de não estar restrito, ao jurídico, ao distributivo, o reconhecimento necessita também promover a estima social que não depende de iniciativas somente estatais. Pelo contrário, depende muito mais de iniciativas coletivas de associações que se organizam em torno de objetivos comuns ou simplesmente para criar laços de convivência que apoiem um aos outros.

A iniciativa da TV Janela não só contribuiu para a estima social da localidade, como também, através das exibições públicas dos vídeos produzidos pelos participantes das

capacitações foi possível criar um evento no qual a produção artística midiática local ampliou a comunicação em cultura que leva os moradores a ocuparem, criando um clima de segurança indispensável para a honradez de viver na localidade.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Robson S. **A (re) elaboração da imagem do bairro Pantanal ou Planalto Ayrton Senna pela perspectiva dos moradores e do projeto de vídeo popular da TV Janela.** São Luís. Intercom Regional, 2008.

BRAGA, Robson S. **Uma janela para o mundo: a inclusão comunitária e mercadológica dos adolescentes do projeto TV Janela.** Recife. IV Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, 2008, em Recife, Pernambuco.

BRAGA, Robson S. **Identidades: o bairro Pantanal ou Planalto Ayrton Senna pela perspectiva do vídeo popular da TV Janela.** Fortaleza. XII Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional – Regiocom, 2007.

BRINTON, Aspen. Association and recognition in authoritarian societies: A theoretical beginning. **European Journal of Political Theory**, 2012.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos.** Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 2006.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** São Paulo: EDUSP, 1997.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer.** Petrópolis: Vozes, 2012.

GALEOTTI, Anna Elisabetta. **Toleration as Recognition.** Cambridge / New York: Cambridge University Press, 2002.

FRASER, N. Social Justice in the age of identity politics: Redistribution, Recognition, and Participation. In: FRASER, N; HONNETH, A. **Redistribution or Recognition? A political-Philosophical exchange.** Londres/Nova York: Verso, 2003a. p. 07-109.

LACLAU, E. Discourse. In: GODDIN, R.; PETTIT, P. (orgs.). **The blackwell companion to political philosophy.** Oxford: Blackwell, 1993.

LEONEL, Juliana M; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. **Audiovisual comunitário e educação: histórias, processos e produtos.** Editora Autêntica. Belo Horizonte, 2010.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2003.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais.** São Paulo: Ed. 34, 2003

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro. Edições UFRJ, 2001.

_____. **Ofício de cartógrafo.** São Paulo. Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesus; REY, German. **Exercícios de ver.** São Paulo: Senac, 2001.

MOUFFE, Chantal. **O Regresso do Político.** Lisboa, Gradiva, 2004.

_____. Por um modelo agonístico de democracia. **In Revista de Sociologia e Política n. 25,** Curitiba, UFPR, 2005

OLIVEIRA, Fabiano V.; PEREIRA, Aliger dos S. A noção de cidadania em Chantal Mouffe, dentro do debate entre liberais e comunitaristas. **in Revista Argumento nº8,** ano VI, Salvador: FFCH/Ufba, 2007

TULLY, James. Struggles over Recognition and Distribution. **Constellations,** v. 7, n. 4, p. 469-482, 2000.

RANCIÈRE, Jacques. **El desacuerdo.** Buenos Aires: Nueva Visión, 1996.