

Do vídeo popular às especificidades do padrão tecno-estético alternativo

Valério Cruz Brittos*
Eduardo Silveira de Menezes**

Resumo: Este artigo parte de um duplo esforço, ao tentar problematizar o universo das produções audiovisuais não-hegemônicas. Ao analisar e, de certo modo, atualizar as práticas midiáticas provenientes da TV dos Trabalhadores (TVT), trabalha-se as especificidades da comunicação alternativa. Desta forma, aponta-se para possíveis derivações do padrão tecno-estético alternativo, o qual não pode ser classificado de forma uníssona, devido à complexidade resultante deste fenômeno. Para tanto, toma-se como objeto de análise empírica a prática produtiva da TVT. Tais produções simbólicas tiveram origem na década de 1980, com a utilização do vídeo popular e, hoje, circulam também na internet. Assim, em última análise, busca-se pensar se a práxis social da emissora está sendo operacionalizada sob o modelo de democracia direta ou representativa.

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; padrão tecno-estético alternativo; democratização da comunicação

Resumen: Este artículo es parte de un doble esfuerzo, tratando de escudriñar las producciones audiovisuales no hegemónicas. En el análisis de las prácticas que se originan en la TV de los Trabajadores (TVT), es posible identificar las particularidades de la comunicación alternativa, señalando posibles derivaciones de lo estándar tecno-estético alternativo. Sin embargo, no es posible clasificar este estándar en separado, debido a la complejidad de su configuración. El objeto del análisis empírico, por lo tanto, es la práctica productiva de la TVT. Esta conformación simbólica se originó en la década de 1980, con los vídeos populares, y, hoy, se cambio con el uso de la Internet. Así que, finalmente, tratamos de considerar si la praxis social de la TVT está siendo operado bajo el modelo de democracia directa o representativa.

Palabras-clave: Economía Política de la Comunicación; estándar tecno-estético alternativo; democratización de la comunicación

Abstract: This article performs a dual effort to problematize the world of audiovisual non-hegemonic. By analyzing the practices of media from TV Workers (TVT), are revealed the specificities of alternative communication. Thus, points up to possible derivations of alternative techno-aesthetic standard, which cannot be classified in unison, due to the complexity resulting from this phenomenon. To do so, is used as the object of empirical analysis the productive practice of TVT. Such symbolic productions originated in the 1980s,

* Professor titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), coordenador do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), e vice-presidente da União Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federación). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

** Jornalista graduado pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel), mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), bolsista da Comissão de Apoio ao Pessoal de Ensino Superior (CAPES) e membro do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation). E-mail: <dudumenezes@gmail.com>.

with the use of popular video and now also circulate on the internet. So ultimately, we seek to consider whether the social praxis of the TVT is being operated under the model of direct democracy or representative.

Keywords: Political Economy of Communication; alternative techno-aesthetic standard; democratization of communication

Introdução

O debate em torno da comunicação alternativa no Brasil não é novo e, justamente por esse motivo, precisa ser atualizado. Mais do que isso, carece de um olhar científico crítico, pois está condicionado por fatores sociais, políticos e econômicos. Entende-se que a Economia Política da Comunicação (EPC), ao possibilitar a análise adequada do acirramento das disputas por posição no mercado de mídia oligopolizado, permite vislumbrar a adaptação destes embates, emergentes hoje na rede mundial de computadores. Ao mesmo tempo, durante as últimas décadas, o avanço das técnicas de comunicação impulsionou significativamente um novo mercado, o das produções não-hegemônicas. Estas, em se tratando de casos específicos, podem ser relacionadas ao passado combativo dos movimentos sociais nas décadas de 1970 e 1980, contribuindo para se pensar em novas categorias de análise do audiovisual alternativo.

Durante esse período, diversos autores debruçaram-se sobre os estudos da comunicação alternativa. Três acontecimentos quase simultâneos mostraram-se determinantes para o fortalecimento da resistência às produções hegemônicas: o surgimento do Partido dos Trabalhadores (PT), a criação do Fundo de Greve¹ e fundação da Central Única dos Trabalhadores (CUT).² No espectro da disputa política, o PT nasceu como uma opção às siglas conservadoras da época, em sua grande maioria aliadas ao pensamento liberal-burguês. Em meio às exigências democráticas que sacudiram o país antes mesmo da queda do regime militar, o movimento grevista, concentrado na região do grande ABC, em São Paulo, cultivava as sementes para a criação de um novo projeto político, fundamentado em uma estrutura sindical forte e atuante em diversos ambientes, inclusive no midiático.

¹ O Fundo de Greve está instituído juridicamente como Associação Beneficente e Cultural dos Trabalhadores de São Bernardo do Campo e Diadema. Este movimento deu impulso à criação da TV dos Trabalhadores (TVT). Com a greve de 1979, este recurso assegurou o sustento do movimento grevista que ocorreu no ano seguinte. As arrecadações tinham como objetivo principal viabilizar a independência política da categoria. Ao contribuir para o sustento do Fundo, mesmo sem ter a noção exata do que isso significaria, os operários investiram na criação do maior patrimônio dos metalúrgicos do ABC paulista. ABC DE LUTA. Criação do Fundo de Greve em São Bernardo do Campo. Disponível em: < http://www.abcdeluta.org.br/materia.asp?id_CON=221>. Acesso em: 16 set. 2011.

² FADUL, Anamaria; SILVA, Carlos Eduardo Lins da; SANTORO, Luiz Fernando. Documento básico do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: SILVA, Carlos Lins da (Org). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 9-16. p. 13.

Assim, em 1983, por ocasião do I Congresso Nacional da Classe Trabalhadora (CONCLAT), é fundada a CUT, que veio para suprir uma lacuna histórica deixada no movimento trabalhista com o início da ditadura militar. Nessa época, o Comando Geral dos Trabalhadores (CGT), antiga entidade representativa da categoria, foi dissolvido por ordens do governo militar. A CGT era ligada ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e atrelada ao Ministério do Trabalho, sendo comandada, em sua maioria, por lideranças varguistas.³

Durante a realização da CONCLAT, os operários do ABC estavam recém familiarizando-se com os recursos de captação de áudio e vídeo,⁴ sendo utilizado o videoteipe como tecnologia de captação e transmissão das imagens. Nesse mesmo período, os operários do ABC ficaram responsáveis por documentar a fundação da CUT, registrando, em suas câmeras, os três dias de congresso. É neste bojo que surge, em 1986, a TV dos Trabalhadores (TVT), produtora de vídeos pertencente ao Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema.⁵ O principal lema da emissora era “fazer efetiva a democratização da comunicação e trabalhar a questão da imagem desde o mundo operário e das organizações sindicais”.⁶

Mais de duas décadas depois, após várias negativas dos governos de turno para a aquisição da outorga, a TVT, enfim, obteve a autorização para operar o canal educativo 46 UHF, em Mogi das Cruzes. Foram estabelecidas parcerias para completar a grade de programação e retransmitir as produções próprias. Os metalúrgicos criaram ainda um *site* para a TVT (www.tvt.org.br), o qual reproduz a programação em tempo real e possibilita uma série de ambientes colaborativos e de interatividade.

Percebe-se, portanto, que o terreno fértil de onde germinaram o PT e a CUT é o mesmo da TVT: fica na cidade de São Bernardo do Campo, mais especificamente na Associação Beneficente e Cultural dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema – Fundo de Greve. É neste espaço que começa a ser lapidada também a figura do então líder sindical, Luiz Inácio Lula da Silva, o mesmo que, duas décadas depois, se tornará presidente do Brasil por dois mandatos consecutivos e concederá a tão sonhada outorga à

³ SANTORO, Luiz Fernando. O vídeo nos movimentos populares. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p. 164-170. p. 164.

⁴ Em concordância com Santoro, a expressão vídeo está sendo usada neste estudo, “para representar toda a atividade de gravação e exibição de sons e imagens, originais ou não, realizadas com uma câmera, um videocassete, uma fita magnética e um aparelho de televisão. Vídeo para nós, terá um sentido amplo que inclui também a produção, distribuição e exibição de fitas pré-gravadas com programas de TV, isto é, como suporte de outros meios de comunicação, compondo assim o mercado de vídeo, comercial ou não”. SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil**. São Paulo: Summus, 1989. p. 18, 19.

⁵ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit.

⁶ Ibid., p. 74.

TVT. Aclamado pela população brasileira com mais de 80% de aceitação popular,⁷ o ex-líder sindical deixou a Presidência da República em 2011, mas elegeu sua sucessora, a ex-chefe do Gabinete Civil de seu Governo, Dilma Roussef.

Diante disso, considera-se importante observar as práticas de produção e distribuição do audiovisual proveniente da TV dos Trabalhadores, pois a emissora possui uma trajetória histórica intrínseca ao processo de redemocratização do Brasil (1977 – 1985) e propõe-se, em sua gênese, a lutar pela democratização da comunicação. No entanto, acredita-se que é necessário problematizar esta questão a partir de dois modelos distintos de democracia, os quais apontam para os arquétipos de representatividade e ação direta.

Parte-se do pressuposto que a comunicação alternativa complexificou-se ainda mais nos dias de hoje, principalmente se comparada há duas ou três décadas atrás, quando se desenvolveram pesquisas importantes sobre o assunto. A mudança na postura do movimento sindical combativo, que de alguma forma acarretou na criação do PT, da CUT e da própria TVT, está ligada a modificações na estrutura e concepção de luta política destes movimentos.

Produção audiovisual não-hegemônica e comunicação alternativa

Para promover uma reforma intelectual e moral nas práticas que moldam os meios de comunicação brasileiros é preciso que ocorra a mediação entre os intelectuais e a sociedade através da ação política. Assim, a interpretação acrítica, ou ainda, incapaz de contrapor-se à ordem burguesa, historicamente dominante, passa a operar por meio da relação estabelecida entre uma filosofia considerada superior e a massa dependente. Esta filosofia da práxis, uma das qualidades que caracterizam a abordagem da economia política, é entendida por Gramsci como “capaz de unificar e de elevar as pessoas simples ao nível de uma visão superior”.⁸

Sob este prisma, a unidade entre a teoria e a prática permite a superação de uma filosofia primitiva, identificada como senso comum. Segundo Mosco, “a economia política contemporânea tende a centrar-se em pontos de vista filosófico-morais que enfatizam a extensão da democracia para além do domínio político”.⁹ Esta análise considera, portanto,

⁷ LULA bate recorde de popularidade, indica pesquisa CNT/Census. **BBC Brasil**, Brasília, 29 dez. 2010. Disponível em:

<http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/12/101229_lula_popularidade_mdb.shtml>. Acesso em: 29 dez. 2010.

⁸ GRAMSCI, Antônio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966. p. 4.

⁹ MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e**

que os campos econômico, social e cultural tendem a ser condicionados pelas necessidades de capital. Nesse sentido, a vida intelectual e a intervenção social revelam-se fundamentais para a descoberta do conhecimento e a promoção das transformações sociais.

Na década de 1980, muitos autores dedicaram-se aos estudos da comunicação alternativa movidos por interesses específicos, os quais, quase sempre, estavam diretamente ligados ao objeto de estudo em questão. O elemento de análise era enquadrado como uma manifestação desse fenômeno midiático, ainda emergente, e apresentado como contraponto à comunicação dominante. Em sua maioria, os pesquisadores estavam condicionados a sujeito e objeto da pesquisa, conformando, nesse ponto, exames coerentes com a perspectiva da práxis social. A colaboração destes autores revelou-se basilar para o estudo das produções não-hegemônicas, cuja diversidade no âmbito conceitual não permite uma única especificação sobre o tema.

Segundo Festa, “a comunicação popular e alternativa aparecem, desenvolvem e refluem na mesma medida da capacidade dos movimentos sociais articularem o seu projeto alternativo de sociedade”.¹⁰ Em 1991, a autora defendeu sua tese de doutorado partindo do conhecimento empírico para formular o estudo do processo de apropriação do vídeo e da produção da imagem pelos operários dirigentes do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. Até junho de 1990 ela ocupou o cargo de diretora executiva da TV dos Trabalhadores (TVT), emissora utilizada como observável de sua pesquisa.¹¹

É importante salientar que, a escolha da TVT como espaço de manifestação da comunicação alternativa, atendia a critérios pessoais e teóricos coerentes ao momento político vivenciado pela sociedade brasileira na época. No decorrer da década de 1980, a emergência do vídeo popular no Brasil configura um período em que este recurso tecnológico passa a ser visto como o único meio de comunicação verdadeiramente capaz de inserir os movimentos sociais em um patamar de disputa por hegemonia com as classes dominantes. Ainda que o embate estivesse condicionado por fatores como a disparidade no potencial de abrangência entre os canais privados e as iniciativas de vídeo populares, estes ambientes eram pensados enquanto projetos a serem concretizados em longo prazo.

A produção e a distribuição de tais produções simbólicas não enfrentavam as mesmas cobranças das produções comerciais, podendo ser trabalhadas com intensa atividade crítica. Nos espaços alternativos, ao contrário do que ocorre na mídia dominante,

sociedade 1 –Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, ns. 1-2, p. 97-120, 1999. p. 100.

¹⁰ FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. p. 9-30. p. 30.

¹¹ FESTA, Regina. **TV dos Trabalhadores: a leveza do alternativo**. 1991. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

onde o processo produtivo é ajuizado sob a lógica fordista, a prioridade sempre foi o conteúdo. Assim, a busca por diferenciar-se da comunicação hegemônica configurava-se como estratégia futura na disputa pela mercadoria audiência, embora fosse levada em conta a urgência de investimento público para viabilizar esta concorrência, o que, de fato, até hoje ainda não se concretizou.

Diante disso, percebe-se que, historicamente, esteve em jogo a promoção de uma nova cultura, a qual não pode focar-se apenas em novas relações políticas e estatais. Se for considerada a superioridade na produção e distribuição de recursos procedentes da comunicação dominante, a qual opera em mercados oligopolizados, praticamente excluí-se a inserção de novos atores sociais no universo midiático do capitalismo global.

De acordo com Brittos e Benevenuto Jr.:

Este estágio da sociedade capitalista planetária tem relação direta com a rede de telecomunicações e com as indústrias culturais. Em decorrência, apesar das visões ufanistas em contrário, a cultura resultante das tecnologias midiáticas que simbolizam o capitalismo globalizado estruturalmente não representa ruptura quanto às práticas de consumo, o que não significa o abrigo de visões fatalistas e conspiratórias. Diversamente, reconhece-se que tal cultura não é só imposição, diante da necessidade, por parte da classe dominante, de construção da hegemonia, que se traduz em capacidade de assimilar traços de outras culturas, sejam elas populares, locais ou alternativas.¹²

Nesse sentido, pode-se inferir que, ao não ser apenas política, a hegemonia corresponde às manifestações culturais e morais, ou ainda, à concepção de mundo e a superação da contradição inerente à práxis social. As associações, os sindicatos e os partidos funcionam como elementos de mediação, já que a unidade resulta do embate entre diferentes hegemonias. O abrandamento da coerção política, no fim dos anos 70, fez prosperar uma série de iniciativas no campo da comunicação, estas se originaram das bases sociais, não sendo classificadas como experiências de comunicação alternativa, mas sim popular.

A diferenciação entre popular e alternativo feita por Santoro, ainda na década de 1980, permite o amadurecimento da diferenciação entre as produções audiovisuais não-hegemônicas e contra-hegemônicas, as quais são classificadas genericamente de comunicação alternativa:

no Brasil, a expressão 'comunicação alternativa' é entendida como um fenômeno no nível médio da sociedade civil, aglutinando forças de oposição em torno de projetos históricos de caráter nacional, e não necessariamente

¹² BRITTOS, Valério Cruz; BENEVENUTO JR., Álvaro. Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da Economia Política. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 45, p. 117-134, 2006. p. 118, 119.

sob a ótica, ou a partir dos interesses das classes populares. O vídeo popular tem, para nós, tal especificidade, pois a expressão vídeo alternativo inclui desde as produções no domínio da videoarte até os programas realizados para a televisão de massa por produtoras comerciais, passando também pela experimentação criativa das diferentes linguagens no vídeo, apresentada sobretudo em festivais. Resumindo, entende-se por vídeo alternativo praticamente todo e qualquer programa de vídeo realizado fora das emissoras de TV, sem qualquer especificidade.¹³

O autor atribui ao vídeo popular “características e perspectivas da comunicação alternativa”,¹⁴ sem, no entanto, enquadrá-lo em uma categoria única dentro do universo videográfico. Os vídeos populares atendiam a pré-requisitos como, por exemplo, estar ligado diretamente aos movimentos sociais (sindicatos, associações de moradores, movimento sem terra); acatar as necessidades desses movimentos e, além disso, promover a participação direta dos grupos sociais excluídos pela mídia dominante na elaboração e distribuição dos programas, possibilitando, assim, a apropriação de populares sobre as técnicas de vídeo.¹⁵ De certo modo, esta definição é similar ao que se pretende identificar como produção contra-hegemônica.

A democracia audiovisual emergente na TV dos Trabalhadores

Nascida no seio do movimento sindical do ABC paulista, a TVT precisou, desde o início, mediar a concepção apocalíptica dos operários em relação aos meios de massa e a visão instrumental que tinham sobre processo comunicativo, em meio à institucionalização do poder. Segundo Festa, esse procedimento era determinado pelo modelo leninista, “de estrutura vertical, centralizador, operando por controle, fiscalização e não por discussão, conflito, deliberação, rodízio e consenso”.¹⁶ Esta tomada de posição se opunha a proposta de ampliação democrática da emissora, através do uso do vídeo popular, pois burocratizava a instituição e impedia o aparecimento do contraditório.¹⁷

Assim, percebe-se que as aspirações populares acabaram por se submeter ao uso da democracia como ideologia.¹⁸ Enquanto o discurso político do sistema capitalista global encerra em si a defesa da soberania popular como instrumento necessário para o

¹³ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit., p. 61.

¹⁴ Ibid., p. 61.

¹⁵ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit., p. 60.

¹⁶ FESTA, Regina, op. cit., p. 60.

¹⁷ Ibid., p. 81,82.

¹⁸ O conceito de ideologia é utilizado a partir da acepção marxista, ou seja, em sua formulação negativa. Sob esta perspectiva, “a função principal da ideologia é ocultar e dissimular as divisões sociais e políticas, dando-lhes a aparência de indivisão social e de diferenças naturais entre os seres humanos”. CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2005. p. 174.

enfrentamento dos totalitarismos, estes, por seu turno, criticam a democracia liberal em função de abandonar a sociedade aos desmandos do mercado. Esta angulação maniqueísta faz com que a democracia seja vista como instrumento ideológico, escondendo os reais interesses pelos quais as instituições e os governos passam a operar. Por isso, faz-se necessário desentranhar o potencial democrático de um mero reducionismo jurídico e político, o qual está enraizado na idéia de cidadania, natural da Revolução Francesa.¹⁹

Originado na França, em 1879, o entendimento sobre o ideal de democracia, declarando os direitos do homem e do cidadão, não leva em conta a forma concreta com que se estrutura a sociedade capitalista. De acordo com Chauí, “uma ideologia não nasce do nada nem repousa no vazio, mas exprime, de maneira invertida, dissimulada e imaginária, a práxis social e histórica completas”.²⁰ Pode-se dizer, portanto, que a TVT desenvolve-se, ao longo das últimas décadas, calcada em um ideário democrático resultante de uma noção empirista sobre o processo histórico que dá sentido ao termo.

Passados mais de 20 anos das primeiras gravações da TVT, hoje, a emissora produz seis programas, os quais resultam em uma hora e meia de programação própria por dia. Tal produção audiovisual está sendo pensada, neste estudo, a partir de sua aplicabilidade, e, para isso, entende-se que as práticas midiáticas da TVT precisam estar em consonância com alguns princípios, sejam eles oriundos da representatividade ou, da ação direta.

Conforme relata Bobbio, não é preciso pertencer a uma mesma categoria profissional para ser chamado a representá-la, no entanto:

quando ao invés disto o representante é chamado a representar os interesses específicos de uma categoria, normalmente ele pertence à mesma categoria profissional dos representados, com o que apenas o operário pode representar eficazmente os operários, o médico os médicos, o professor os professores, o estudante os estudantes, etc.²¹

Diante disso, pode-se deduzir o porquê da escolha do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC em criar um canal cuja definição do seu nome o responsabiliza diretamente por tutelar os interesses dos trabalhadores, estes vistos de forma generalista e não mais como operários. Nessa direção, os programas: *Melhor e Mais Justo*, *Bom para Todos*, *Memória e Contexto*, *ABCD Maior em Revista* e *Clique e Ligue*, embora se apresentem sob alcunhas que remetem à soberania popular, limitam-se apenas a substituir uma forma clássica de representação midiática por outra, que tampouco indica a manifestação da democracia

¹⁹ CHAUI, Marilena, op., cit., p. 174,175.

²⁰ Ibid., p. 404.

²¹ BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 46.

direta, pois não são as próprias classes subalternas que produzem e apresentam os programas.

Apenas o noticiário diário da emissora, *Seu Jornal*, transcende o espectro não-hegemônico, pois abre espaço para o jornalismo colaborativo. Diariamente o telejornal da TVT difunde vídeos enviados por movimentos sociais, operários de chão de fábrica e lideranças comunitárias. Esta prática é o mais próximo que se chega do que se considera ser a manifestação audiovisual da democracia direta (em última análise contra-hegemônica). Na contramão desse processo, nota-se que, ao serem chamadas para representar os interesses gerais do representado - utilizando para tanto a inserção de audiovisuais amadores em programas de entretenimento e jornalismo - as classes dominantes de alguma forma acomodam no âmago da sociedade a sua própria ideologia, ou seja, a ideologia burguesa da democracia.

Embora as produções não-hegemônicas, procedentes da maior parte da programação da TVT, estejam inscritas em um processo de realização audiovisual que prioriza questões de interesse público, inserindo no cotidiano televisivo da sua audiência assuntos como direito do consumidor, saúde, impostos, meio ambiente, inclusão digital e, ainda, incentivando constantemente a participação do público, a proposta de produção e distribuição de conteúdo da emissora só transforma esta democracia representativa em democracia direta quando permite o protagonismo dos movimentos sociais, como ocorre com o jornalismo colaborativo presente no *Seu Jornal*.

Os ambientes de interatividade e colaboração mútua, presentes no *site* da emissora, bem como a utilização de redes sociais, a possibilidade de envio, classificação e armazenamento de vídeos e a postagem de mensagens durante a programação ao vivo, em parte também são capazes de superar as normativas da democracia representativa. Para Bobbio, “certamente mais próximo da democracia direta é o instituto do representante substituível contraposto ao do representante desvinculado de mandato imperativo”.²² Ora, nesse sentido, é preciso considerar, ainda, o processo de gestão da emissora, pois, além de abrirem-se espaços para a descentralização na produção de conteúdos, necessariamente devem se construir mecanismos capazes de revogar o mandato dos ocupantes de cargos diretivos dentro da TVT, caso estes estejam em contrariedade com os interesses gerais da classe trabalhadora, ou ainda, dos movimentos sociais por ela representados.

Em busca de uma taxonomia para o audiovisual alternativo

²² BOBBIO, Norberto, op. cit., p. 51.

De início, os operários do ABC, começando a inserir-se no universo audiovisual, utilizavam o vídeo como meio de expressão de um projeto de comunicação alternativa. Naquela época, toda tecnologia vinculada à gravação de som e imagem era captada e, posteriormente, reproduzida através do videoteipe. Conforme destaca Santoro, este aparelho “pode usar, dependendo do modelo, fitas para gravação de duas polegadas (quadriplex), uma polegada, $\frac{3}{4}$ de polegada (U-Matic), meia polegada (VHS, Betamax, Vídeo 2000) ou Super-8mm”.²³ A escolha dos formatos está condicionada ao potencial econômico das emissoras e/ou produtoras de vídeo, determinando a qualidade do trabalho realizado e, conseqüentemente, o profissionalismo empregado em sua execução final.

No início da década de 1980, ao retornar de uma viagem para a Europa, Lula trouxe na bagagem uma câmera VHS de três tubos,²⁴ despertando a curiosidade dos operários, os quais, em seguida, adquiriram uma VHS 1800.²⁵ As primeiras filmagens foram direcionadas ao registro de acontecimentos ligados ao mundo do trabalho, como a documentação do CONCLAT. No entanto, de acordo com Festa, “a prática, o cotidiano da TVT, não se resumem apenas na gravação das imagens, mas na história do processo como um todo, que envolveu centenas de pessoas em todo o Brasil”.²⁶

O vídeo apresentava vantagens em relação aos outros meios de comunicação da época devido a fatores como facilidade operacional, público definido, independência na produção e baixo custo de execução. Santoro descreve este cenário lembrando que, “em 1977 a Sony vendia seu videocassete Betamax a US\$ 1.300. Em 1979, um equipamento similar custava por volta de US\$ 900; em 1984 valia US\$ 600 e em 1987, US\$ 250”.²⁷ A rápida obsolescência destes aparelhos permitia aos trabalhadores apropriarem-se destas tecnologias com certa celeridade.²⁸ Este processo, possibilitou que o vídeo fosse utilizado mais facilmente pelos grupos sociais contra-hegemônicos. Segundo Santoro:

o movimento popular desenvolveu uma série de ações e projetos concretos que vão perfeitamente ao encontro das expectativas de democratização da comunicação, não como algo vinculado à contestação dos meios de comunicação de massa, mas como uma democratização num espaço

²³ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit., p. 17

²⁴ FESTA, Regina, op. cit., p. 62, 63.

²⁵ NUZZI, Vitor. No ar, o Brasil. **Revista do Brasil**, São Paulo, n. 50, p. 12-15, ago. 2010.

²⁶ FESTA, Regina, op. cit., p. 96.

²⁷ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit., p. 19.

²⁸ A TVT estabeleceu parcerias internacionais para viabilizar a compra destes equipamentos. Em um desses projetos o então presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, Jair Meneguelli, apresentou à Organização Intereclesiástica de Cooperação para o Desenvolvimento (ICCO) um plano geral de aquisição destas ferramentas tecnológicas, o qual, segundo Festa, previa, “a compra de duas câmeras Sony U-Matic, uma ilha de edição VO-Sony de corte seco, um TBC, um gerador de caracteres, monitores, tripés, um telão, aparelhos de videocassete, microfones e outros equipamentos de sustentação técnica”. FESTA, Regina, op. cit., p. 73.

próprio, definido pelo alcance e potencialidade do vídeo.²⁹

Ao estarem inseridas nesse todo e identificarem-se em maior escala com o modelo representativo da produção audiovisual alternativa, as práticas midiáticas dos operários do ABC não excluem o potencial de promoção da democracia direta em seus domínios. Os principais atores sociais envolvidos com a operacionalização do canal foram migrando para outros patamares da atividade política e, os que se mantiveram, atualizaram sua percepção sobre o potencial das novas tecnologias na busca pela democratização da comunicação.³⁰ Esta atualização permitiu, por exemplo, a implementação do jornalismo colaborativo no bojo produtivo da TVT.

Partindo de um diagnóstico detalhado sobre os modelos de democracia em questão, Bobbio critica a classificação dicotômica entre representatividade e ação direta:

os significados históricos de democracia representativa e de democracia direta são tantos e de tal ordem que não se pode pôr os problemas em termos de ou-ou, de escolha forçada entre duas alternativas excludentes, como se existisse apenas uma democracia representativa possível e apenas uma democracia direta possível; o problema da passagem de uma a outra somente pode ser posto de um *continuum* no qual é difícil dizer onde termina a primeira e começa a segunda.³¹

Nesse sentido, percebe-se que o desenvolvimento tecnológico, ao originar a convergência midiática e possibilitar o envio de audiovisuais produzidos pelos movimentos sociais, cria novas ambiências para comunicação alternativa e evidencia a manifestação deste fenômeno de passagem. Se este processo for pensado na prática, utilizando como exemplo a TVT, é possível concluir que as ferramentas disponíveis no *site* da emissora incentivam a ação direta de novos atores sociais neste meio de comunicação, mesmo que a gestão do Sindicato ainda não opere de forma descentralizada.

A digitalização dos conteúdos de áudio e vídeo permite, ainda, que as produções audiovisuais sejam armazenadas, transportadas e distribuídas utilizando-se de plataformas variadas. É o caso do celular, pois foram destinados cinco celulares *Motorola* (destes um não está mais em funcionamento) com câmeras à operários de chão de fábrica das cinco maiores montadoras da região, os quais produzem matérias para o *Seu Jornal*.

Com isso, é importante observar o que destaca Mattos sobre a rápida mudança na utilidade dos telefones móveis:

²⁹ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit. p. 109.

³⁰ Segundo o atual coordenador de Programação da TVT, Antônio Jordão Pacheco, “o projeto de comunicação prevê que o principal meio é a internet”. Ele ressalta, ainda, que “na visão do Sindicato a formação de redes sociais é fundamental para que o projeto cresça”. NUZZI, Vitor, op. cit., p. 14.

³¹ BOBBIO, Norberto, op. cit., p. 52.

o telefone celular pode ser usado para a transmissão e recepção de voz, acessar a internet, verificar e-mails, fazer download de músicas, vídeos e filmes, fotografar, assistir a programa de televisão, ouvir emissora de rádio, além de armazenar conteúdos e dados. Acrescente-se a isso o fato de que, usando o celular, o usuário pode assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informações, rompendo assim alguns paradigmas da comunicação.³²

Nesta mesma direção, ao proporem uma conjectura política e econômica por via do audiovisual de baixo custo, Rocha e Jacobus explicitam a facilidade para a criação de um festival de vídeos gravados em celulares, utilizando-se da tecnologia presente na internet. “Hoje, consegue-se uma razoável ilha de edição baixando um programa gratuito ou livre pela internet”.³³ Por meio desse recuso, “torna-se perfeitamente viável a produção de audiovisuais de baixo custo e alta acessibilidade técnica”.³⁴

No entanto, é preciso que haja mobilização social e interesse político sobre o tema:

Enfim, aqui não se entende como válida para o processo de democracia e universalização do direito à comunicação, informação e cultura uma atitude que caracterize a relação de clientela ou de busca de equilíbrio com o governo de turno ou os capitais hegemônicos.³⁵

Este posicionamento remete às novas possibilidades decorrentes do uso das mídias digitais por atores sociais excluídos da mídia hegemônica, o que modifica significativamente o universo experienciado pela contra-informação na década de 1980. Deste modo, a diferenciação proposta por Santoro entre vídeo popular (ligado especificamente aos movimentos sociais) e vídeo alternativo (classificação genérica para toda produção não-hegemônica), mostra-se insuficiente para o presente momento da produção audiovisual alternativa.³⁶ É preciso considerar o fenômeno produtivo em consonância com o protagonismo.

Para categorizar melhor as diferentes formas de apresentação destas construções simbólicas, devem-se observar, detalhadamente, as distinções técnicas e estéticas presentes nesse espaço de análise. É fundamental perceber as diferenças, mesmo sutis, entre os padrões tecno-estéticos que emergem por meio da comunicação audiovisual

³² MATTOS, Sérgio. A televisão digital, a convergência, a produção e a distribuição de conteúdos para celulares e receptores móveis. In: BRITTOS, Valério (Org.). **TV digital, Economia Política e Democracia**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2010. p. 49-68. p. 54.

³³ ROCHA, Bruno Lima; JACOBUS, Rodrigo. Uma proposição política e econômica por via do audiovisual de baixo custo. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Digitalizações e práticas sociais**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2009. p. 157-176. p. 163.

³⁴ ROCHA, Bruno Lima; JACOBUS, Rodrigo, op. cit., p. 163.

³⁵ Ibid., p. 162, 163.

³⁶ SANTORO, Luiz Fernando, op. cit., p. 61.

alternativa. A classificação proposta neste estudo toma as práticas midiáticas da TVT como referência empírica, mas não se esgota neste modelo para melhor definir o padrão tecno-estético alternativo.

Ao debruçar-se sobre o conceito de estrutura tecno-estética, Bolaño utiliza uma acepção singular sobre o modelo específico da produção cultural, o qual, além de possuir a capacidade de fidelizar um público para transformá-lo em mercadoria audiência, também é dono de características próprias e, portanto, pode ser fonte de barreiras à entrada.³⁷ Assim, o padrão tecno-estético é entendido como “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural.”³⁸

Os estilos e as regras adotadas pelos agentes da produção audiovisual não-hegemônica e contra-hegemônica variam muito entre si, mas possuem também pontos de confluência. A definição de Santoro sobre o vídeo alternativo, classificando-o como “todo e qualquer programa de vídeo realizado fora das emissoras de TV, sem qualquer especificidade”, assemelha-se, conceitualmente, a perspectiva de padrão tecno-estético alternativo, proposta por Kalikoske. Segundo este último, tal padrão difere-se dos demais em função do baixo custo, e, “muitas vezes é sinônimo de produção caseira ou amadora, como o audiovisual produzido por usuários da internet, a partir de *softwares* gratuitos com plataformas amigáveis”.³⁹ Portanto, o alternativo passa pelo baixo custo de produção, indo além. Nesta direção, concebe-se como padrão tecno-estético alternativo aquele “capaz de desestabilizar a comunicação tal como posta na atualidade, ainda que, pelo menos num primeiro momento, com aplicação e resultados restritos a uma ou poucas comunidades, já que o modelo dominante é aquele desenvolvido pelas indústrias culturais”.⁴⁰

Objetivando esmiuçar mais esta questão, defende-se uma sub-categorização do

³⁷ “Conceitua-se barreiras à entrada como um conjunto de injunções dominadas pelas empresas líderes, que servem como impedimentos para o acesso de novas corporações num mercado ou para que, ingressando, as demais companhias que compõem o setor não alcancem a liderança”. BRITTOS, Valério. *Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar*. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: Edufba, 2004. p. 15-42. p. 18.

³⁸ BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000. p. 234.

³⁹ KALIKOSKE, Andres. *Padrões tecno-estéticos e hegemonia televisiva no Brasil*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo Hamburgo. **Anais ...** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1313-1.pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2011. p. 10.

⁴⁰ BRITTOS, Valério Cruz. *Digitalização e democratização: produção de conteúdo nacional e padrão tecno-estético alternativo*. In: SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Produção de conteúdo nacional para mídias digitais**. Brasília, 2011. p. 111-127. p. 113.

padrão tecno-estético alternativo. Observa-se que, em experiências como a TVT, é possível manifestarem-se mais de uma característica decorrente das peculiaridades desse padrão, o que ocorre em função do espaço topológico que separa a representatividade da ação direta. De todo modo, a nível de classificação, percebe-se que, o predomínio de algumas características sobre outras, possibilitam um enquadramento, mesmo transitório, sob o atual contexto das produções audiovisuais alternativas, oriundas deste espaço específico de construção simbólica.

Com isso, observa-se claramente a manifestação de quatro sub-categorias decorrentes do padrão tecno-estético alternativo:

1) Tecno-estético não-hegemônico: abrange a maioria das produções audiovisuais alternativas, ou seja, aquelas que, adaptadas ao contexto da convergência midiática, assemelham-se a concepção utilizada por Santoro ao nomear os vídeos alternativos, na década de 1980. Incluem-se neste bojo, as produções triviais que abundam hoje na internet, principalmente em *sites* de compartilhamento de vídeo como o *youtube*. Podem até incluir temas de cunho político, mas, em sua maioria, abordam futilidades e, até mesmo, pornografia. São concebidos e distribuídos de forma particular e desorganizada, sendo que a tônica destas produções é copiar o formato comercial.

2) Tecno-estético público-estatal: é onde, em parte, enquadra-se hoje a produção não-hegemônica da TV dos Trabalhadores. A maior parte das produções próprias da emissora, embora priorizem temas de interesse público e não recebam apoio do governo ao serem elaboradas, são concebidas sob a ótica da estrutura sindical, que o ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, ajudou a fundar. Assim, enquanto o governo de turno estiver identificado com as cores ideológicas pelas quais a emissora reivindica a democratização da comunicação, fica difícil efetivar o predomínio das produções audiovisuais originadas pela ação direta. O que não significa dizer que esta emissora não esteja em processo de aperfeiçoamento de suas relações de transição democrática, pois há exemplos de produções próprias que criticam os governos do PT (historicamente envolvido com a emissora), sobretudo através do *Seu Jornal*. Cabe salientar que as produções próprias da TV Brasil se inserem mais fortemente nesse modelo.

3) Tecno-estético institucional: São as produções próprias de espaços que, em tese, fundamentam-se no interesse público e, portanto, originam-se através da sociedade civil. Sindicatos, universidades, organizações não governamentais, associações de bairro e, até mesmo, canais comunitários mantidos por particulares, enquadram-se nesse perfil. Caracterizam-se pela diversidade na produção de conteúdos, os quais podem ser tanto elaborados e críticos, quanto fúteis ou de enfoque publicitário. Seu ponto de principal

confluência é estarem geralmente circulando por meio do cabo.

4) Tecno-estético popular ou contra-hegemônico:

Este modelo complementa a afirmação feita sobre a TVT no segundo exemplo de padrão tecno-estético alternativo aqui citado. Em função de a emissora estar parcialmente vinculada ao governo de turno - mesmo que não seja de forma direta e haja, segundo os coordenadores, um exercício permanente para sobrepôr esta carga ideológica, inclusive com críticas à prefeitura de São Bernardo, hoje ocupada por Luiz Marinho (PT) – o predomínio das práticas que conformam a produção e a distribuição do audiovisual proveniente de espaços como este é que irão determinar se o canal está mais próximo ao padrão popular ou público-estatal. Desta forma procura-se atualizar a análise feita por Santoro, nos anos 80, quando atribuía ao vídeo popular características de militância e comprometimento dos grupos ligados aos movimentos sociais. Os sindicatos, quando tomados por um sentimento progressista, permitindo o protagonismo da categoria e da comunidade na qual estão inseridos e promovendo a descentralização na gestão, produção e distribuição do audiovisual, enquadram-se mais fortemente neste padrão. Portanto, somente iniciativas oriundas de movimentos sociais que não tenham vínculo político-partidário, ou ainda, se pautem por interesses que vão além dessa ligação e, na mesma medida, sejam protagonizadas sem atravessamento de terceiros, enquadram-se neste espaço conceitual.

Cada um dos padrões acima citados possui especificidades próprias, as quais estão relacionadas a uma definição menos abrangente do padrão tecno-estético alternativo. Dividindo este fenômeno em outros quatro espaços conceituais, nos quais se exprime o audiovisual alternativo, pode-se perceber que, embora apresentem similitudes, as produções alternativas diferenciam-se umas das outras por meio da aplicabilidade prática. Por fim, percebe-se que a transitoriedade deste fenômeno, encontrada na passagem da democracia representativa à direta, fica evidente através da exemplificação de como esse processo está ocorrendo nas práticas midiáticas da TV dos Trabalhadores.

Considerações finais

Por certo não se pode terminar este trabalho sem sinalizar o que se entende por comunicação alternativa, levando em conta as discussões sobre democracia e as condições empíricas destas manifestações quando retiradas de seu local de observação clássico – o governo –, e aplicadas à comunicação mediada pelas organizações sindicais. Portanto, entende-se por comunicação alternativa, toda manifestação midiática, oriunda ou não de

organizações representativas da classe trabalhadora, que se mantenha distante do poder estatal e das práticas publicitárias, tanto em relação à viabilidade econômica, quanto à concepção, produção e distribuição dos bens simbólicos, que devem ser originados em caráter coletivo e independente.

Nessa direção, o uso do padrão tecno-estético alternativo pode contribuir para a democratização da comunicação, mesmo quando os espaços de sua produção distanciam-se da democracia direta. Por isso, atenta-se para a importância de uma classificação mais detalhada deste modelo. Não se refere a esse processo apenas como espaço de classificação científica, mas, principalmente, como forma de auxiliar as organizações sindicais a visualizarem o seu próprio processo de atuação política, em meio ao complexo universo da comunicação alternativa nos dias de hoje.

Referências

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização e democratização: produção de conteúdo nacional e padrão tecno-estético alternativo. In: SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Produção de conteúdo nacional para mídias digitais**. Brasília, 2011. p. 111-127.

BRITTOS, Valério. Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 15-42.

_____; BENEVENUTO JR., Álvaro. Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da Economia Política. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n.45, p. 117-134, 2006.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2005.

FADUL, Anamaria; SILVA, Carlos Eduardo Lins da; SANTORO, Luiz Fernando. Documento básico do IV ciclo de estudos interdisciplinares da comunicação. In: SILVA, Carlos Lins da (Org). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 9-16.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. p. 9-30.

_____. **TV dos Trabalhadores**: a leveza do alternativo. 1991. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

GRAMSCI, Antônio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

KALIKOSKE, Andres. Padrões tecno-estéticos e hegemonia televisiva no Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo

Hamburgo. **Anais ...** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1313-1.pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2011. p. 10.

LULA bate recorde de popularidade, indica pesquisa CNT/Census. **BBC Brasil**, Brasília, 29 dez. 2010. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/12/101229_lula_popularidade_mdb.shtml>. Acesso em: 29 dez. 2010.

MATTOS, Sérgio. A televisão digital, a convergência, a produção e a distribuição de conteúdos para celulares e receptores móveis. In: BRITTOS, Valério (Org.). **TV digital, Economia Política e Democracia**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2010. p. 49-68.

MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e sociedade 1** – Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, ns. 1-2, p. 97-120, 1999.

NUZZI, Vitor. No ar, o Brasil. **Revista do Brasil**, São Paulo, n. 50, p. 12-15, ago. 2010.

ROCHA, Bruno Lima; JACOBUS, Rodrigo. Uma proposição política e econômica por via do audiovisual de baixo custo. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Digitalizações e práticas sociais**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2009. p. 157-176.

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

_____. O vídeo nos movimentos populares. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p. 164-170.