Folktv: a televisão comunitária como espaço folkcomunicacional. Um estudo do Canal Capibaribe de Recife - PE[1].

Júnior PINHEIRO[2]

Resumo

Em 2001, em Recife, foi criada a primeira emissora comunitária, via cabo, do Nordeste brasileiro, o Canal Capibaribe, que tem como finalidade a abertura de espaço na mídia às comunidades em situação de risco, minorias étnicas e sociais. Neste aspecto, figuram na pauta do canal, grupos de cultura alternativa, popular e folclórica, além de manifestações religiosas de matrizes africanas e indígenas. A fim de garantir voz aos diversos agrupamentos socioculturais, o Canal Capibaribe também realiza oficinas de formação crítica e cidadã, além de capacitação em produção audiovisual com indivíduos das comunidades. Das experiências de inclusão digital possibilitadas pelas oficinas, surgem matérias e documentários que retratam as dificuldades e os aspectos positivos de seu cotidiano, numa atividade tipicamente folkcomunicacional. Para desenvolver este artigo, efetuou-se um estudo exploratório interpretativo, com uso de pesquisa-ação aliada à pesquisa bibliográfica.

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

Introdução

Desde que o termo Folkcomunicação foi cunhado em 1967, por Luiz Beltrão, este setor dos estudos comunicacionais tem sua atenção voltada à relação dos meios com o folclore, a cultura popular e seus agentes, além dos meios populares de transmissão da informação. Contudo, quando o assunto é televisão, enquanto meio e linguagem, boa parte do que se tem produzido pela Folkcomunicação diz respeito a estudos de recepção ou mediação, quando não trata, por outro lado, da apropriação e ressignificação da cultura popular pelos meios de comunicação de massa.

---

[1] Artigo originalmente publicado nos Anais do XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de La Comunicación – ALAIC 2012 / GT 1: Comunicación Intercultural y Folkcomunicación, Montevideu, Uruguai.

[2] Jornalista, Aluno do Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas (PPGC-UFPB). Membro da Rede Folkcom e da Intercom. Coordenador da TV UFPB. juniorpinheiro@ymail.com

Sendo a Folkcomunicação a comunicação dos marginalizados, daqueles que estão à margem da grande mídia e precisam difundir suas ideias, histórias, tradições e opiniões, ela ocupa-se de todo meio utilizado pelas classes populares para tais finalidades. Numa era de acesso à tecnologia e a novos terrenos, principalmente aqueles possibilitados pelo ciberespaço, é preciso estar atento não apenas às formas tradicionais e artesanais de transmissão de mensagens, mas também aos novos meios e as portas abertas por estes.

De posse das ferramentas de produção audiovisual e capacitados para operá-las, muitas comunidades estão produzindo sua própria televisão, abandonando os antigos postos de receptores e adaptando a função de mediadores, de produtores, à medida que analisam, adéquam e ressignificam toda mensagem, transformando-a em conteúdo, além de difundir seu próprio cotidiano e pontos de vista.

A realidade do vídeo popular e da televisão de rua não é nova no Brasil, pois existem desde os anos 1980. Entretanto, dificuldades encontradas na aquisição e manutenção dos equipamentos, bem como a pouca difusão de sua técnica, mantinha, muitas vezes, estas experiências num campo artesanal. Com a chamada *Lei do Cabo (Lei Federal 8.977/95)*, muitas experiências de vídeo popular puderam, de fato, se estabelecer enquanto televisões comunitárias, pois passaram a ser canais de teledifusão, com espaço garantido em receptores nos lares dos telespectadores.

É claro que velhas dificuldades sobreviveram à atual realidade e novas foram somadas. Todavia, organizar-se enquanto canal outorgado e garantido por lei abriu caminhos importantes para os marginalizados com sede de se comunicar. Ainda, é preciso dizer que, estes canais instituídos e as associações por trás deles cada vez mais ganham forças para lutar por uma fatia maior na teledifusão brasileira e seus conteúdos e experiências estão, não só sendo assistidos e estudados, como modificando o conceito de televisão pública no Brasil.

No estudo desta temática, é quase inevitável não tocar em assuntos ligados à democratização dos meios, pois é a comunicação comunitária um espaço alternativo vital para a cultura popular – muitas vezes ignorada ou distorcida pela grande mídia. Ainda assim, este artigo não objetiva adentrar em questões de lutas de classes, caminho muitas vezes também evitado por Luiz Beltrão. Esta decisão intenta impedir possíveis desvios de condução durante o desenvolvimento do trabalho, cujo foco principal é a

produção popular, com conteúdo folkcomunicacional, voltada para televisão comunitária.

1. Folkcomunicação: um entendimento

Como expressa o próprio termo, ocupa-se a Folkcomunicação das formas de comunicação e expressão popular, dos meios pelos quais o povo transmite suas mensagens e opiniões. Sendo o ato de comunicar inerente ao cotidiano das comunidades, a ação está presente em todos os processos sociais. Contudo, numa sociedade composta por um grande número de grupos heterogêneos – seja por motivos étnicos e culturais, seja por distanciamentos socioeconômicos e geográficos – a comunicação se apresenta como um problema basilar da sociedade contemporânea.

Esta questão se agrava em tempos atuais, quando tradição e modernidade andam lado a lado, interferindo mutuamente num processo dialético. Neste contexto, os conglomerados comunicacionais, difusores da cultura urbana dos grandes centros do país, adentram o cotidiano das comunidades e alteram sua cultura, provocando processos de transformação, adaptação ou resistência.

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

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

Representantes destes públicos marginalizados, aos quais Beltrão denominou de *comunicadores folks*, se apropriam dos conteúdos e da estética dos produtos

midiáticos e os integra ao seu próprio modo de expressão cotidiano, criando estratégias de comunicação peculiares e eficazes, dentro de seu contexto. Segundo Osvaldo Trigueiro, mesmo sem possuir representação na grande mídia,

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

Estas formas de resistência utilizam canais e códigos próprios para preservar sua autonomia diante da avalanche de informações despejada pela grande mídia. Quando Beltrão analisou este contexto, as camadas sociais marginalizadas, privadas de meios de maior abrangência, cujo manejo estava concentrado em mãos privilegiadas, valiam-se "de formas tradicionais e rudimentares de expressão ao seu alcance" (BELTRÃO, 2001, p. 62) para manterem uma oposição à arrancada cultural alienígena.

Em tempos atuais, o poder de formação e alienação cultural do discurso imagético proferido pela televisão foi ampliado juntamente com a difusão tecnológica. Contudo, num contexto de cultura digital e cibercultura, quando mais e mais pessoas, inclusive das comunidades marginais, tem acesso à tecnologia e meios de difusão digitais de custo reduzido, o trabalho de resistência cultural destes grupos tem recebido reforços. A tecnologia entra em jogo não de forma predadora e destrutiva, mas para reforçar, registrar e difundir tradições e valores.

> Assim como no passado, em que instituições poderosas não conseguiam eliminar as culturas tradicionais, na atualidade, por mais intenso que seja o poder da televisão, esta não consegue suprimir os repertórios das culturas tradicionais, que continuarão sendo transmitidos e praticados pelos atores sociais, já que é impossível impedir manifestações individuais e coletivas. (TRIGUEIRO, 2000, p. 89)

2. Vídeo Popular: da França ao Recife

Inicialmente pensado como um suporte simplesmente técnico para programas de televisão, o vídeo chegou às mãos de usuários domésticos e universidades durante os

anos 1960, trazendo novas possibilidades às experimentações audiovisuais e cinematográficas. Além das atividades vanguardistas, que buscavam novas linguagens, a nova tecnologia mostrou-se útil como ferramenta eficaz de oposição direta aos meios de comunicação já estabelecidos.

A frase dita naquele período, pelo artista sul-coreano Nam June Paik, expressa bem o sentimento em relação às novas potencialidades do audiovisual: "a televisão tem nos atacado, e às nossas vidas; agora nós podemos atacar de volta" (ALMEIDA, 1985, p. 44). Não só Paik, que se tornaria expoente da videoarte, como outros nomes se aproveitaram da tecnologia para ampliar sua autonomia de criação.

Em maio de 1968, Jean-Luc Godard utilizou o vídeo para registrar a movimentação estudantil da França e, posteriormente produziu um grande número de materiais voltados à comunidade. "Dentro de uma perspectiva de utilização do vídeo como meio de animação cultural e comunitária, o Ateliê de Técnicas de Comunicação - ATC, baseado em Paris, realizou um sólido trabalho audiovisual" (ALMEIDA, 1988, p. 33) com intuitos que iam desde a revitalização urbana à educação sexual.

Enquanto meio, o vídeo mostrava grandes vantagens, como a fácil operacionalização e transporte, exibição instantânea, o baixo custo, comparado com o cinema, entre outras. No entanto, nada foi mais importante para a difusão do vídeo enquanto meio, do que o barateamento dos custos dos equipamentos.

Segundo Luiz Fernando Santoro (1989), os movimentos ligados ao vídeo, surgidos na Europa e Estados Unidos, chegariam ao Brasil, na década de 1980, quando alguns grupos tiveram acesso aos equipamentos, antes restritos às emissoras comerciais e começaram a produzir materiais informativos ou com denúncias sociais. "Tratava-se da geração do vídeo independente (...) que buscavam explorar as possibilidades da televisão enquanto sistema expressivo e transformar a imagem eletrônica num fato da cultura de nosso tempo" (MACHADO, 2001, p. 26).

Os grupos em questão produziam materiais voltados à comunidade e depois os exibiam, alguns diariamente, em praça pública, utilizando telões e caixas de som, originando um movimento, de alcance nacional, conhecido como *TV de Rua*. Dentre estas experiências, destacam-se as da TV Olho e TV Maxambomba, no Rio de Janeiro; TV Bixiga, em São Paulo e TV Viva, em Pernambuco. A TV Viva foi um projeto desenvolvido pelo Centro Cultural Luiz Freire de Olinda, na cidade de Recife, a partir

de 1984. Entre as pioneiras do Brasil, a TV Viva teve muitos de seus programas exibidos pela TV UFPE, TV Pernambuco e TV Cultura, além de inspirar a metodologia de trabalho de várias outras (PERUZZO, 2007).

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

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

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

Fazendo valer a *Lei Federal 8.977/95, artigo 23, alínea g* (1995), que permite e regulamenta a utilização de canais básicos de uso gratuito em operadoras de televisão a cabo no Brasil; em 2001, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife, implantou o Canal Capibaribe, primeira televisão comunitária, por teledifusão, do Nordeste brasileiro. Administrada pela Associação das Entidades Coordenadoras e Usuárias do Canal Comunitário do Grande Recife, a TV Capibaribe[3] alcança quatro municípios de Pernambuco – Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes e Paulista, por meio do canal 14 da operadora de TV por assinatura *Sim TV*, antiga *Cabo Mais*.

Assim como nas TVs de rua, a programação dos canais comunitários tende a ser pluralista e contribui para a educação, cultura e desenvolvimento comunitário. Elas desconstroem a linguagem padrão e buscam outros pontos de vista para tratar o assunto, a fim de conseguir uma comunicação efetiva com os setores excluídos da população,

[3] http://canalcapibaribe.zzl.org/

ouvindo sua voz e levando em conta opiniões diversas, incentivando a mobilização social e a cidadania e concretizando a democratização da comunicação.

Por não terem interesses comerciais, enfrentam as mesmas complicações financeiras de suas antecedentes, pois sobrevivem de patrocínios, contribuições e pequenos serviços prestados à população. No entanto, apesar das afinidades, algumas características diferenciam bem as duas experiências.

> Os canais comunitários na televisão a cabo se diferenciam totalmente das experiências de TV comunitária, anteriormente relatadas. Suas principais características são: são canais televisivos, de fato, pois têm o potencial de entrar na casa dos assinantes das TVs a cabo; sua operacionalização está garantida em lei; os canais são estruturados e gerenciados por Associações de Usuários formalmente constituídas e regidas por estatutos próprios; se caracterizam como espaço de acesso gratuito, destinado a todas as entidades não-governamentais e sem fins lucrativos, sem a tutela do Estado, de empresas e nem da grande mídia proprietária da concessão; o espaço da programação, do planejamento e da gestão tende a ser aberto e democrático. (PERUZZO, 2007, p. 36)

Embora haja outros tipos de canais públicos, tais como legislativos e universitários, as TVs comunitárias – por não estarem ligadas ao estado ou a nenhum órgão governamental e por ter seu conteúdo produzido, de fato, por moradores de comunidades, membros de associações ou de ONGs com atuação local – são hoje o maior exemplo de televisão pública. Feita pelo povo que se vale das novas tecnologias digitais, as emissoras em questão estão inovando linguagens e conceitos e mostrando que é possível ter qualidade, mesmo quando não se dispõe de recursos financeiros.

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

3. Pressupostos para uma TV Folk

O termo Folk TV, proposto e utilizado neste artigo, designa uma emissora de TV que, de fato, se adéque aos princípios da Folkcomunicação, como é o caso do Canal

Capibaribe. Com o acesso às tecnologias da comunicação, experimentado nos últimos anos, é natural que o *comunicador folk* e seu agrupamento social, para se fazer ouvir mais eficazmente, se apoderem destes novos meios, em especial a internet e os aparatos audiovisuais.

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

Não se pode ignorar o papel das tecnologias de produção audiovisual e sua técnica operacional para garantir a manutenção destes canais. Como pontua Dênis de Moraes, "a digitalização, além de reduzir custos e ampliar o acesso às tecnologias a faixas mais amplas da sociedade, ainda que de maneira desigual, viabilizou o crescimento exponencial da oferta de canais, produtos, serviços e conteúdos" (MORAES, 2011, p. 35).

No caso do Canal Capibaribe, os equipamentos foram adquiridos por meio de parcerias e editais. A emissora, além de Ponto de Cultura conveniado com o Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura, recebe apoio da Fundação Cultural do Estado de Pernambuco – Fundarpe e do Programa Multicultural da Prefeitura do Recife. Graças a estes convênios e apoios, o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife, associação administradora da TV, consegue realizar oficinas de documentário e jornalismo comunitário com jovens estudantes de escolas públicas de bairros periféricos da cidade. Por estas oficinas, cuja carga-horária é de 100 horas, já passaram mais de 300 jovens que, além da capacitação técnica, são estimulados a pensar criticamente acerca das questões culturais e sociais de sua comunidade.

> É importante que se instituam minicursos de capacitação para jovens, adolescentes e lideranças populares para a produção audiovisual. Os conteúdos temáticos poderiam abranger desde o sentido comunitário de um meio de comunicação, as características de gêneros e formatos mais apropriados para programas populares, até os aspectos técnicos

> de captação e edição de imagens, além das questões de linguagem televisiva. (PERUZZO, 2007, p. 130)

As oficinas e cursos de formação em questão se constituem num diferencial, uma vez que, quase sempre, os principiantes em produção audiovisual tendem a seguir modelos e padrões instituídos pela grande mídia, reproduzindo comportamentos e estéticas. Contudo, o trabalho desenvolvido pela associação incentiva a valorização da própria comunidade, do saber popular, das formas de expressão e sotaques, da diversidade regional.

Este trabalho desenvolvido pelo Canal Capibaribe está, também, de acordo com os princípios da Folkcomunicação, pois segundo Osvaldo Trigueiro, "os movimentos organizados sociais buscam, na mídia, espaços para a publicização dos seus reclamos, reivindicações e a difusão de seus produtos culturais" (TRIGUEIRO, 2008, p. 42), todavia, os *mass media* se apropriam destes produtos e os transformam em algo pasteurizado, industrial. Enquanto os meios de comunicação hegemônicos visam um público planetário, os folkcomunicadores voltam sua mensagem a um determinado mundo, segmentado, mas unido pelo mesmo ideal comunitário, mesmo que estejam presentes em espaços geográficos distintos, como dois bairros periféricos distantes que tenham questões e problemas parecidos.

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

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

A TV comunitária de Recife representa bem este novo ideal comunitário, pois cria uma identificação entre jovens de diversos bairros, das várias zonas da cidade;

alguns com históricos, até mesmo, de confrontos físicos entre si. Este ideal comunitário é criado a partir do momento que convida os participantes das oficinas e os interessados em colaborar a fazer uma reflexão acerca do cotidiano, levando-os a perceber que suas situações são próximas, que eles podem utilizar a comunicação para mudar sua realidade e que sua cultura precisa ser valorizada. Eles compreendem que precisam estar ligados ao todo, próximos dos semelhantes.

Na Folkcomunicação, os agentes e veículos dos grupos marginalizados estão relacionados direta ou indiretamente com manifestações folclóricas e esta é a realidade de muitos jovens envolvidos no canal: adolescentes em situação de risco social, sendo que alguns estão envolvidos com atividades culturais tradicionais, como maracatu, frevo, capoeira, samba, ou ainda, integram grupos voltados à prática de religiões de matriz africana.

A programação do Canal Capibaribe é produzida localmente, tendo como conteúdo matérias, vídeos e documentários elaborados por membros de comunidades, grupos étnicos e culturais. Dentre estes materiais, o destaque é para apresentações de grupos da cultura popular do estado, movimentos sociais, e videoclipes relacionados ao cenário musical alternativo. Boa parte dos vídeos veiculados é realizada durante oficinas de formação audiovisual. Embora façam uso da tecnologia, a confecção destes vídeos é realizada, praticamente, de forma artesanal, com improvisos e inversões de padrões técnicos, num processo folkcomunicacional, de fato.

> No processo da folkcomunicação, a mensagem é estruturada artesanalmente, veiculada horizontalmente e dirigida a uma determinada audiência, constituída, na sua maioria, por membros de um mesmo grupo de referência de interconhecidos. (TRIGUEIRO, 2008, p. 35)

Se, de acordo com Dênis de Moraes (2011) os monopólios midiáticos mostram-se determinantes, a partir do momento em que interferem na conformação do imaginário social, alterando o cotidiano e difundindo uma representação global e totalizante da sociedade, pode-se afirmar que a televisão é sua infantaria, já que

> agenda os acontecimentos, dita normas e estilos de vida do cidadão em várias localidades do mundo; mas, ao mesmo tempo, este mesmo cidadão local também deseja estar enraizado no seu chão, na sua rua,

> no seu bairro e com a rememoração de suas tradições culturais. (TRIGUEIRO, 2000, p. 82)

No entanto, num contexto midiatizado, os diversos agentes do modelo informal de comunicação tradicional buscam conhecer os modelos modernos de comunicação, gerando um processo de negociação, onde há uma apropriação do meio e da técnica, só que aplicada à manutenção de valores tradicionais, mostrando o artesanato, a culinária, as narrativas orais tradicionais e as festas sagradas e profanas da região, dando voz aos mestres dos folguedos e tradições. Um processo de midiatização que amalgama inovações tecnológicas e representações simbólicas.

Refletindo sobre a influência da televisão e pensando criticamente, a emissora comunitária em questão utiliza um modelo de conteúdo diferenciado dos outros canais, não fazendo apelo à violência, erotização, estímulo ao consumo, homogeneização dos padrões estéticos, nem manifestações de preconceito contra quaisquer grupos.

Além do conteúdo cultural alternativo, o Canal Capibaribe herdou outras características das experiências anteriores de televisão comunitária de Pernambuco. As tevês de rua que existiram em Recife e Olinda nos anos 1980 e 1990 serviam de voz da comunidade para exprimir descontentamento social; ativismo que vem sendo seguido pelo canal a cabo por meio dos documentários e reportagens realizados por alunos das oficinas. Outra herança é a ausência de proselitismos políticos e/ou religiosos.

Embora não seja um meio folclórico e tradicional, a televisão comunitária, Canal Capibaribe assume um papel próximo ao dos primeiros que, segundo Edison Carneiro, são os meios pelos quais as camadas populares

> organizam uma consciência comum, preservam experiências, encontram educação, recreio e estímulo, dão expansão aos seus pensadores artísticos e, afinal, fazem presentes à sociedade oficial as suas aspirações e as suas expectativas (CARNEIRO, 2008, p. 11)

4.Considerações finais

Embora exista uma área de estudos paralela à Folkcomunicação que se ocupa da relação das culturas e tradições populares com os meios de comunicação de massa,

como a televisão – cujo nome é Folkmídia – há, neste estudo, um entendimento de que as emissoras comunitárias, embora se valham de tecnologias audiovisuais e sejam transmitidas por sistemas de radiodifusão, estão mais ligadas à Folkcomunicação e seus modos de produzir e transmitir informação.

As emissoras comunitárias falam para um público segmentado e não massivo e são operadas de forma quase artesanal, por integrantes das próprias comunidades onde estão inseridas: os agentes da comunicação popular e alternativa. Estes agentes contam com respaldo e reconhecimento local e buscam estratégias de valorização de sua cultura e cotidiano, despertando o ideal comunitário.

Diferentemente das emissoras ligadas aos conglomerados de comunicação mercadológica, as emissoras comunitárias não buscam interferir, nem modificar suas tradições, transformando-os em simples produtos a fim de moldar consumidores. Antes, incentivam a manutenção das atividades folclóricas e combatem o consumismo. Ainda estimulam o processo educativo e uma cultura cotidiana de paz, saudável e livre de substâncias entorpecentes.

No caso específico do Canal Capibaribe, sua coordenação é formada por jovens das próprias comunidades, formados pelas primeiras oficinas oferecidas e que assumiram a associação, ocupando o papel que inicialmente foi preenchido por jovens oriundos de universidades. Assim, compreendem ainda mais as questões relativas ao cotidiano e buscam melhorias para seu grupo social.

É importante perceber que a comunicação popular, que sempre se valeu de meios elementares e artesanais para transmitir sua mensagem, não perdeu sua essência com a incorporação de novas tecnologias. O que houve foi uma incorporação dos equipamentos digitais às tradições, num processo colaborativo não predatório. Dessa forma, o conteúdo do Canal Capibaribe identifica e estimula as diferenças, sem oferecer juízos de valor acerca das diversidades.

Como sua audiência está restrita a assinaturas da operadora de canal a cabo, a emissora veicula seus conteúdos também em exibições para a comunidade e em escolas públicas, um retorno à TV de rua, feita pelo povo e para o povo. Uma verdadeira FolkTV.

Referência Bibliográfica

ALMEIDA, C. J. M. **O que é vídeo**. São Paulo: Nova Cultural e Brasiliense, 1985;

_____ **Uma nova ordem audiovisual:** comunicação e novas tecnologias. São Paulo: Summus, 1988;

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980;

CARNEIRO, E. **A sabedoria popular**. São Paulo: Martins Fontes, 2008;

MACHADO, A. **As três gerações do vídeo brasileiro**. In: Sinopse Revista de Cinema. São Paulo: USP, ano 03, nº 07, p. 22 – 33, agosto, 2001;

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

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

PERUZZO, C. M. K. **Televisão Comunitária:** dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007;

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

TRIGUEIRO, O. M. Do rural ao urbano, o papel da televisão. In GADINI, S. L. (Org.). **Cadernos de Comunicação 6**: Fragmentos e discursos da cultura midiática. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2000;

_____ **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.