



UFSM

Dissertação de Mestrado

**O COMUNITÁRIO PRESENTE NA TV SANTA MARIA (RS): ANÁLISE
A PARTIR DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DE PRODUÇÃO
TELEVISIVA**

Fabiana da Costa Pereira

PPGCOM

Santa Maria, RS, Brasil

2013

**O COMUNITÁRIO PRESENTE NA TV SANTA MARIA (RS): ANÁLISE A PARTIR
DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DE PRODUÇÃO TELEVISIVA**

Fabiana da Costa Pereira

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Comunicação.**

Orientador: Prof^a Dr^a Maria Ivete Trevisan Fossá

Santa Maria, RS, Brasil

2013

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Pereira, Fabiana da Costa

O comunitário presente na TV Santa Maria: análise das estratégias comunicacionais de produção televisiva / Fabiana da Costa Pereira.-2013.

170 p.; 30cm

Orientadora: Ivete Trevisan Fossá

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2013

1. Comunicação comunitária 2. TV comunitária 3. Estratégias comunicacionais I. Fossá, Ivete Trevisan II. Título.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a dissertação de Mestrado

**O COMUNITÁRIO PRESENTE NA TV SANTA MARIA (RS): ANÁLISE
A PARTIR DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DE PRODUÇÃO
TELEVISIVA**

elaborada por

Fabiana da Costa Pereira

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Dr^a Maria Ivete Trevisan Fossá

Presidente/Orientador

Dr^a Cicilia Maria Krohling Peruzzo

Primeiro membro

Dr^o Flavi Ferreira Lisbôa Filho

Segundo membro

Santa Maria, 16 de dezembro de 2013.

**Este trabalho é dedicado ao meu marido, Claudemir, e aos meus filhos,
Bianca e Pedro, no intuito de deixar a eles, como certeza, o valor
incalculável que possui a busca incansável pela realização pessoal e
profissional, afinal,
*sempre é tempo de plantar e de colher...***

Uma homenagem a fazer e muito a agradecer...

A homenagem é à colega Gabi Santos (*in memoriam*) que antes de nós, foi ser “mestre” em outras paragens, levando nossa admiração e deixando várias lições de superação e de vida. Gabi, chegamos ao fim desta trajetória na certeza que você fez toda a diferença para quem teve o privilégio de te conhecer. Se o tempo foi curto, foi cheio de lições.

Desculpa aí o mau jeito, mas somos ainda muito imperfeitos.

A agradecer, começo pelos meus amores, insuperáveis no carinho, apoio e compreensão. Meu marido Claudemir Pereira, que mesmo sem muitas vezes entender minhas escolhas, é quem incentiva, comigo vibra e vivencia a corrida que se transforma o nosso dia a dia. Por sermos diferentes é que montamos o melhor quebra-cabeça que pode ser as nossas vidas. E aos nossos filhos, Bianca e Pedro, as referências para as minhas decisões, na intenção de querer um mundo melhor e procurar fazer a diferença, ou pelo menos fazer diferente. Incondicionalmente, amo vocês. Quando não estive em presença, estive sempre em coração.

À minha família, mãe, pai, irmãs e cunhados, irmão e cunhada, sobrinhos, na torcida, na paciência e na compreensão da ausência.

À Professora Ivete Trevisan Fossá, mais que orientadora, é amiga, é parceira, é guerreira.

Obrigada pela confiança, pelas orientações, pelas discussões, pelas indagações, pelas lágrimas, pelas dúvidas, pelas angústias, pelas vivências, pelas certezas e incertezas. E um agradecimento especial ao Aldo Fossá, pelo carinho e companheirismo em vários momentos e congressos, para além das caronas, a parceria.

Profe, num dia de cada vez, eu disse que a gente chegava. Enfim, chegamos.

Aos meus colegas de mestrado - Turma 2012 – Gabi, Mirian, Eliane, Carline, Carol, Camila, Alisson, Jana, Magnus, Ricardo, João, Flora e Kalli – pelas discussões no face, pelos livros divididos, os momentos mal dormidos, os surtos coletivos, o prazo a ser cumprido...

Mas, principalmente por fazerem desses, momentos inesquecíveis.

Ao Grupo de Pesquisa – Pati Pichler e Kalli, as parceiras de teoria – Pati Persigo e Fabrise, companheiras de uma vida – Stefania, Taísa, Claudinha, Júlio e Laercio, por todas as terças-feiras, pelos momentos de bobeira, pelos textos discutidos e projetos construídos.

À TV Santa Maria, nas pessoas de Airton Leal, Adalberto Meller, André Trevisan e Janine Appel, obrigada por abrirem as portas da TV para minha pesquisa. Que de alguma forma este estudo, entre teoria e prática, possa retribuir o carinho de vocês.

Às professoras Eugênia Barichello e Márcia Amaral, na condução do PPGCOM, auxiliadas pelo Maurício, que nos ajuda nas burocracias, tão indispensáveis. À Professora Rejane, incansável na busca de caminhos, mesmo quando não víamos uma luz à nossa frente.

Às pós-doutorandas, Anelise (tuas palavras de apoio foram fundamentais nos primeiros momentos), Isabel e Aline, pelas trocas, parcerias e torcida.

Aos professores, Flavi e Cicilia, se houve crescimento foi ‘com’ suas contribuições.

Aos colegas da UNISC, que procuraram entender minhas limitações e estiveram na torcida constante de cada passo que me aproximava deste encaminhamento. Yhev e Ci, valeuuuuu.

Aos meus amigos, que mesmo de longe, me fortaleceram e a minha falta entenderam.

E a DEUS, que me oportuniza o aprendizado, não sem antes me designar o melhor anjo da guarda que alguém poderia ter... sinto tua presença quando mais preciso.

“Ao contrário, nós somos unidos por uma necessidade de vida que liga homens de nosso tempo, e a diversidade de opiniões nos é tão cara e valiosa como para as coisas o é a variedade de formas e de cores”.

Martin Buber

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

O COMUNITÁRIO PRESENTE NA TV SANTA MARIA: ANÁLISE A PARTIR DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DE PRODUÇÃO TELEVISIVA

AUTORA: FABIANA DA COSTA PEREIRA

ORIENTADOR: PROF^a DR^a MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 16 de dezembro de 2013.

Este trabalho se propõe a realizar uma análise das estratégias comunicacionais de uma TV comunitária, buscando a identificação do comunitário que se faz presente na TV Santa Maria, visto ser um canal que é comunitário, porém limitado à transmissão dentro do sistema a cabo de difusão televisiva. Ao considerarmos a especificidade das TVs comunitárias brasileiras, que hoje se encontram restritas à existência nesse sistema de acesso pago, entendemos ser necessário um maior aprofundamento sobre a configuração dessa comunicação, o que levou a proposição da seguinte problemática: como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria? Para responder ao questionamento levantado é que o estudo tem por objetivo geral analisar como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria a partir das estratégias comunicacionais de gestão e de programação televisiva. Para isso buscou-se, como objetivos específicos, mapear a grade de programação da TV Santa Maria no ano de 2012 e 2013; identificar as estratégias comunicacionais presentes no canal comunitário e, ao final, entender a importância da presença do comunitário da TV Santa Maria no contexto local. A revisão teórica iniciou com o conceito de comunidade, participação comunitária e comunicação comunitária. Ainda buscou contextualizar a história dos veículos de comunicação comunitária e o papel ocupado pelas comunidades e o comunitário na mídia. Para finalizar a parte teórica da pesquisa, propomos um olhar sobre as estratégias comunicacionais que se fazem necessárias no desenvolvimento de projetos nessa concepção. Na metodologia, como pesquisa qualitativa, utilizou-se do método de estudo de caso. A análise do corpus empírico, formado por 28 edições de programas da grade da emissora foi realizada através da análise textual de material audiovisual, complementada pelas entrevistas em profundidade e análise documental. O método possibilitou a identificação da composição da grade de programação da TV, assim como o conhecimento dos gestores do canal comunitário. A partir da análise empreendida no material coletado, observou-se que a TV comunitária, instalada na cidade de Santa Maria, presta-se ao papel de ser veículo alternativo à mídia hegemônica, fomentador da cultura e do esporte local, procedendo a coberturas de fatos relevantes para a comunidade. Nesse sentido, em função da programação, das entrevistas e dos documentos analisados, o que podemos considerar é que o comunitário se faz presente na TV Santa Maria a partir dos diferentes espaços que se abrem para os artistas desconhecidos, para a cobertura do futebol amador e profissional, para as entrevistas com a população, para os espaços de apoio cultural das pequenas empresas, mas principalmente na veiculação de grade de programação variada e temática ampla, com foco nos acontecimentos locais.

Palavras-chave: Comunicação comunitária; TV comunitária; Comunitário; Estratégias comunicacionais.

ABSTRACT

Master Course Dissertation
Professional Graduation Program in Communication
Universidade Federal de Santa Maria

THE COMMUNITARIAN PRESENT IN TV SANTA MARIA: ANALYSIS THROUGH COMMUNICATIONAL STRATEGIES OF TELEVISION PRODUCTION

AUTHOR: FABIANA DA COSTA PEREIRA

ADVISER: DR^a MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ

Defense Place and Date: Santa Maria, december 16nd, 2013.

This paper proposes to perform an analysis of communication strategies of a community TV, seeking to the community identification that is present on TV Santa Maria, as it is a community channel, but limited to the transmission system within the cable television broadcasting. When considering the specificity of the Brazilian community TV, which are currently restricted to the existence of this paid access system, we understand being necessary a further deepening about the setting of this communication, which led to the following proposition problematic: how the communitarian is present on TV Santa Maria? To answer the question raised in the study it is that the objective to analyze how the communitarian is present on TV Santa Maria from the communicational strategies of management and television programming. For this it sought as specific objectives to map the program schedule of TV Santa Maria in 2012 and 2013; identify the communication strategies present in the management and programming of community channel and, and in the end to understand the importance of the presence of the communitarian on the TV Santa Maria into the local context. The theoretical review began with the concept of community, community participation and community communication. Still sought to contextualize the history of community communication vehicles and role played by communities and community media. To conclude the theoretical part of the research, we suggest a look at the communication strategies that are necessary in the development of projects in this conception.

In the methodology as qualitative research, we used the method of case study. The analysis of the empirical corpus comprised by 28 editions of programs of the grid station was made through textual analysis of audiovisual material, supplemented by interviews in depth and documentary analysis. The method allowed the identification of the composition of the TV program schedule, as well as knowledge of the community channel managers. From the analysis undertaken on the collected material was noted that the community TV located in the city of Santa Maria lends itself to the role of being an alternative vehicle to hegemonic media being promoter of the culture and the local sport by taking roofing of relevant facts to the community. In this sense according to the programming, the interviews and analysed documents, we can consider that the communitarian is present on TV Santa Maria through the different spaces that open to unknown artists, to the coverage of amateur and professional football, to the interviews with the population, to the spaces of cultural support of small businesses, but mainly in the placement of varied grid programming and broad theme focusing on local events.

Key-words: Communitarian communication; Communitarian TV; Communitarian; Communicational Strategies

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Corpus do telejornal Santa Maria Agora	34
Quadro 2 - Exemplo da decomposição do texto do programa Semeando Cultura	38
Quadro 3 – Modelo de referência	39
Quadro 4 – Categorias definidas a partir do modelo de referência	40
Quadro 5 – Categorias do esquema de leitura	41
Quadro 6 – Exemplo de esquema de leitura do programa Semeando Cultura	42
Quadro 7 – Quadro resumo da análise da presença do comunitário na TV Santa Maria .	106

LISTA DE ANEXOS

Anexo A – Relatório do Grupo de Trabalho TVs Comunitárias	161
Anexo B – Tabela de Programação da NET Santa Maria	162
Anexo C – Estatuto da Associação TV Santa Maria	163

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A – Mapeamento dos programas analisados	119
Apêndice B – Decomposição dos textos dos programas analisados	146
Apêndice C – Esquema de leitura dos programas analisados	154
Apêndice D – Roteiros de entrevistas	157

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	13
CAPÍTULO 1 – UM OLHAR SOBRE A TV COMUNITÁRIA – TV SANTA MARIA	22
1.1 Percurso metodológico – O estudo de caso	23
1.1.1 O objeto de estudo: a TV Santa Maria	25
1.1.2 O corpus empírico: gestão e programação da TV comunitária	31
1.2. Análise textual de material audiovisual	35
CAPÍTULO 2 - COMUNIDADE	43
2.1 Uma revisão epistemológica do conceito de comunidade e comunitário	44
2.2 Participação comunitária e cidadania	55
2.3 A comunidade e o comunitário na mídia	62
CAPÍTULO 3 – COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA	67
3.1 Comunicação comunitária: caracterização conceitual	68
3.2 Do panfleto à TV no sistema a cabo	74
3.3 Estratégias comunicacionais no contexto comunitário	82
CAPÍTULO 4 – AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E A PRESENÇA DO COMUNITÁRIO NA TV SANTA MARIA	91
CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS	113
APÊNDICES	117
ANEXOS	119

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A comunicação comunitária emerge no contexto das organizações de classes populares, como uma comunicação alternativa, que vem dar espaço de manifestação ao povo, representado pelos seus líderes ‘sem voz’ na grande mídia. Situação essa presente principalmente no período político de Ditadura Militar no país, iniciado no ano de 1964 e que permaneceu até início dos anos 80.

Entre as formas de manifestação dessa comunicação comunitária podemos citar os panfletos, vídeos populares, sessões de slides, carros de som, TV de rua, indo dos mais elementares e chegando às rádios comunitárias, as quais exigiam equipamento mais sofisticado e o alcance em uma frequência de radiodifusão que era controlada pelo Estado. Como símbolos da busca pela democratização da comunicação, no Brasil, as rádios iam ao ar nas comunidades, improvisadas, escondidas, pois eram ilegais, já que não tinham autorização para funcionar e eram perseguidas pela polícia.

Com essa experiência, as organizações da sociedade civil unem-se nessa luta pela democratização da comunicação, ganhando força de pressão junto aos órgãos governamentais, em período de retomada da democracia política, conseguindo, num primeiro momento, a liberação de licença de funcionamento para algumas rádios comunitárias. Também, como resultado dessa luta, conquista-se a liberação de canais para a realização de projetos de TVs Comunitárias dentro do Sistema de TV por assinatura. É criada uma legislação que obriga a operadora de TV a cabo, dentro de sua área de abrangência, a disponibilizar, para utilização gratuita, seis canais de interesse público, entre eles um canal comunitário para livre uso de entidades não governamentais sem fins lucrativos.

Ainda que os canais comunitários estejam dentro de um sistema elitista, como as TVs por assinatura, a conquista dessa legislação representou um grande ganho, sendo ainda hoje o meio que melhor representa a possibilidade de uma real apropriação da comunidade por um meio de comunicação de grande alcance, que entra na casa do telespectador. O trabalho dos grupos de interesse pela democratização da comunicação não parou aí, visto a contínua luta para que essa legislação seja ampliada e atinja os canais abertos de televisão.

Nessa perspectiva, de realização de uma comunicação comunitária que democratize a comunicação, não é mais só o conteúdo da mensagem que está em jogo. A real democracia é entendida a partir da participação direta da comunidade na produção da programação dessas TVs comunitárias, podendo ser através de entrevistas, opiniões, manifestações a partir de

mensagens, produção de materiais, elaboração de programas, edição de conteúdos, participação na gestão ou planejamento do veículo. Ainda, o próprio conteúdo, que no princípio estava voltado para a contestação pela transformação da sociedade, hoje deve ampliar e aprofundar a abordagem de temas como saúde, educação, cultura, informação, cidadania, entretenimento, com o olhar voltado para a vida da comunidade onde está inserido.

Dentro de uma realidade local, apresentamos a TV Santa Maria, uma TV comunitária que ocupa o canal 19 da NET, operadora de TV a cabo da região. É coordenada pela Associação TV Santa Maria, entidade sem fins lucrativos, formada por representantes da sociedade santa-mariense como profissionais liberais, representantes de entidades e empresários. Conta com a parceria da SM Produtora, empresa produtora de material audiovisual que atua em Santa Maria e região, e é a responsável pela viabilização dos materiais, equipamentos e contratação de equipe técnica para operação da TV, além do espaço físico para a instalação. Essa infraestrutura tem proporcionado a veiculação de uma grade de programação variada, que através da legalização do canal na Anatel, possibilita a transmissão ao vivo das atividades.

A apropriação das TVs comunitárias no sistema a cabo, por parte da sociedade, como meio para a expressão de suas manifestações, são os norteadores deste trabalho. A cada mês mais TVs comunitárias são autorizadas a iniciarem suas atividades para veiculação de programação a partir dos canais a cabo. Porém, considerando a especificidade das TVs comunitárias brasileiras, que hoje se encontram restritas à existência nesse sistema de acesso pago, e que ainda uma boa parcela da população não possui acesso a esses canais, entendemos ser necessário um maior aprofundamento sobre a configuração dessa comunicação que se faz presente na sociedade atual. Para responder a essa indagação é que, a partir de um estudo específico da gestão e programação da TV comunitária de Santa Maria, este trabalho propõe a seguinte problemática: **como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria?**

Dentro da temática da comunicação comunitária, mais especificamente sobre as TVs comunitárias, é que o estudo tem por **objetivo geral** analisar como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria a partir das estratégias comunicacionais da gestão e da programação. Para atingir esse objetivo foi necessário, como **objetivos específicos**, mapear a grade de programação da TV Santa Maria no ano de 2012 e 2013; identificar as estratégias comunicacionais presentes na gestão e na programação do canal comunitário e, ao final, entender a importância da presença do comunitário da TV Santa Maria no contexto local, a partir das estratégias comunicacionais identificadas.

A temática da comunicação comunitária, e seus vários desdobramentos – comunidade, democratização da comunicação, TV pública, estatal e privada, movimentos sociais, TV comunitária – têm, no país, trabalhos realizados por pesquisadores, ou sob suas orientações, como Cicília Peruzzo, Raquel Paiva, Adilson Cabral, Marcio Simione, Luiz Gandini, entre outros autores. Esses levantam questionamentos referentes à nova conformação da sociedade moderna tecnológica, resultando num novo conceito de comunidade, novas formas de mobilização social, os reflexos na busca de legitimação e visibilidade junto aos meios de comunicação, a apropriação dos mesmos através de projetos de comunicação comunitária que venham a ser geridos e produzidos por indivíduos no exercício de sua plena cidadania, a democratização da comunicação no país, as políticas públicas brasileiras na área de comunicação, para falar dos mais expressivos.

Os estudos dos pesquisadores citados observam os veículos de comunicação comunitária, como as TVs no sistema a cabo e as rádios de baixa frequência outorgadas para funcionamento a partir da vigência de legislação específica. Também os veículos de comunicação privados que se propõem a identificar sua programação como comunicação comunitária estão sob observação dos pesquisadores a fim de comparar a efetividade de uma comunicação com esse teor.

A abordagem de temáticas que discutem a questão da comunicação comunitária passa por discussões sobre o conceito de comunidade, espaço público, movimento social, cidadania, sociedade das tecnologias da informação e comunicação, democratização da comunicação, as quais trazem para a discussão autores como Jürgen Habermas, Raquel Paiva, Cicília Peruzzo, Adilson Cabral, J. Thompson, Manuel Castells, entre outros, sendo muito frequente que os próprios autores se referenciem uns aos outros.

As metodologias dos estudos referidos estão construídas, em sua grande maioria, a partir de questionamentos de análises teóricas, com reflexões conceituais frente a mudanças na conformação da sociedade tecnológica, ou ainda em estudos de casos, com análise de conteúdo, específicos de canais comunitários ou programas de emissoras privadas que possuem programações autodefinidas como comunitárias. As problemáticas estão centradas nas políticas públicas de comunicação do país e da América Latina, na forma que as comunidades estão constituídas e como se organizam, ou não, para apropriarem-se dos canais comunitários, como se viabilizam e mobilizam, ou não, os indivíduos para a efetivação do direito a comunicação como exercício pleno de cidadania.

Dentro da perspectiva levantada, a partir do estado da arte apresentado, é que entendemos ser ainda essa uma temática com espaço para muitas outras pesquisas a serem

realizadas, principalmente quando se direcionam para outros aspectos ou outros estudos de caso. Após algumas discussões em eventos da área da comunicação, dentro de divisões temáticas que abordavam trabalhos sobre comunicação, espaço e cidadania, é que foi identificada a necessidade de um estudo que, antes de discutir a perspectiva do canal, conseguisse visualizar como o comunitário se faz presente nesse veículo, visto a conformação que se faz necessária, por força de lei, para que as TVs comunitárias, hoje outorgadas no país, possam instalar-se e manterem-se no ar num sistema de difusão paga.

Democratizar a comunicação para democratizar a sociedade foi a premissa para a criação do Fórum Nacional de Democratização da Comunicação que hoje é composto por 12 Comitês regionais, presentes em oito estados nacionais, que lutam por uma causa em comum: a reformulação da regulamentação da área de comunicação na busca por uma comunicação mais emancipadora, voltada para a construção da democracia e da cidadania brasileira. Uma comunicação que seja realmente comunitária.

Essa permanente luta pela democratização da comunicação vem de longa data, sendo que num primeiro momento esteve focada na busca de espaço de fala para os representantes do povo, identificados pelos líderes comunitários, líderes sindicais e líderes religiosos. E foi através dessa busca que se chegou às conquistas atuais, passando pelas mudanças políticas do próprio país, de uma ditadura militar a uma democracia com eleições diretas. Essas mudanças no contexto histórico-político-social refletem positivamente na área de comunicação, abrindo espaços na grade de programação das redes de televisão, rádios e jornais para que a comunidade passe a ser ouvida, como uma das importantes fontes de informações que, muitas vezes, alavancam a matéria que está sendo apresentada. A isso se juntam os programas voltados particularmente para as comunidades locais, visto o interesse dessas nas informações referentes ao seu dia-a-dia e como mercado de interesse comercial.

Com o caminho aberto para as manifestações em geral, com uma pauta de assuntos bem mais ampliada, a luta pela democratização da comunicação busca espaço para a produção desse conteúdo de comunicação a partir de múltiplos olhares das pessoas das comunidades. Passa-se a lutar pela participação comunitária pautando as matérias, opinando sem restrições, produzindo programação local variada, participante ativa nas tomadas de decisões, grades de programação e gestão dos veículos de comunicação. As rádios e TVs comunitárias novamente tornam-se foco, sendo os meios possíveis para a concretização desse ideário.

Nesse sentido esta pesquisa **justifica-se** ao propor, a partir do estudo da TV Santa Maria, a análise das estratégias comunicacionais adotadas pela TV comunitária na sua gestão

e programação, que venham a definir como o comunitário se faz presente nesse canal que é um dos espaços possíveis de democratização da comunicação no país.

Das conclusões resultantes espera-se **contribuir com os estudos de comunicação** no entendimento dos caminhos que pode tomar um veículo de comunicação comunitária considerando os indivíduos que estão apropriando-se desses, quem participa da gestão e da programação, assim como que parcela da população está sendo atingida com o que é veiculado. Identificação essa que permitirá definir como o comunitário se faz presente nesse espaço que se deseja o responsável por uma comunicação democrática capaz de mobilizar a sociedade através de programas educativos, culturais e informativos. Além disso, a pesquisa instiga o pensar sobre a realidade dessa democratização que estamos buscando, o quão longe do ideário se encontra, ou ainda, se o caminho traçado, a partir dos canais comunitários, está atingindo os seus objetivos, mesmo que ainda incipientes no fazer comunicação comunitária de forma amplamente democrática.

Considerando os propósitos do Curso de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, cuja área de concentração é a comunicação midiática, que estuda, entre outros, a ação midiática implicada na estruturação do espaço público, este esforço investigativo insere-se tendo em vista o estudo dos veículos de comunicação comunitária como construtores da democracia na sociedade, numa perspectiva que venham a dar vez e voz às comunidades. **Identifica-se com a linha de pesquisa de Mídia e Estratégias Comunicacionais**, que se refere às estratégias que agem como promotoras de articulação e de organização entre as esferas midiáticas e os demais campos sociais. Nesse estudo, em específico, insere-se com a linha de pesquisa na identificação e análise das estratégias comunicacionais utilizadas pela TV Santa Maria, a partir da gestão e programação, para configurar um canal de comunicação que se diz comunitário. Teorias referentes ao campo da conceituação de comunidade e comunitário, comunicação comunitária e TV comunitária são base para esta investigação.

Para o meu interesse pessoal, esta pesquisa dá continuidade aos estudos na área de comunicação que iniciaram na graduação, com atenção voltada para a relação dos públicos com as organizações, e vice-versa, focados em diferentes situações e nos espaços por eles ocupados. Foi base da monografia de graduação a pesquisa da linguagem dos house-organs empresariais e sindicais, identificando os espaços de fala dos públicos de interesse. Na especialização, em Comunicação e Projetos de Mídia, a pesquisa voltou-se para o desenvolvimento de estudo sobre a comunicação dirigida como meio de interação da organização com seu público, numa busca pela inserção desta na comunidade onde está

situada. E este projeto vem trazer novo olhar nessa relação organização/público, aqui ampliada para mídia/comunidade, onde justamente os espaços ocupados por esse público é que legitima os princípios de uma TV comunitária no que tem de maior contribuição para a sociedade, a democratização da comunicação. A escolha pela TV Santa Maria propiciou um melhor aprofundamento da investigação, num primeiro momento por ser veículo local onde se desenvolve a pesquisa, o que possibilitou um maior número de contatos e, em segundo lugar, por ser uma, entre as TVs comunitárias do Estado, que possui programação diária e variedade de programas e temáticas, o que ampliou as possibilidades de identificação de diferentes estratégias comunicacionais, vindo a enriquecer a análise.

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, utilizando-se do método de estudo de caso, sob o olhar da análise textual de material audiovisual, cuja coleta dos dados foi realizada através de pesquisa de material audiovisual, complementada pelas entrevistas em profundidade e análise documental. O percurso foi realizado em quatro etapas: 1 – pesquisa para embasamento teórico sobre o estudo da comunicação comunitária, seus referenciais teóricos metodológicos e desdobramentos; 2 – identificação do corpus empírico com mapeamento dos programas e realização das entrevistas; 3 – análise das estratégias comunicacionais presentes nos programas mapeados, complementada pelo material da entrevista e dos documentos; 4 – identificação de como o comunitário se faz presente no canal a partir das estratégias comunicacionais analisadas, num cruzamento com a teoria.

Para a realização da primeira etapa, a busca foi focada em autores e bibliografias que dessem o aporte teórico necessário para o entendimento do tema, assim como se buscou o entendimento da área da comunicação comunitária frente às políticas públicas na realidade do nosso país, o que se deu através de participação em evento e análise da legislação nacional. Dando andamento a segunda etapa foram identificados todos os programas que foram ao ar no período de julho de 2012 a julho de 2013, fossem diários, semanais ou mensais. Após o mapeamento da grade de programação foi realizada coleta de algumas edições dos programas para compor o banco de dados de análise. Propôs-se que programas diários fossem representados por cinco edições (de cada programa) e programas semanais fossem representados por uma edição (de cada programa). Essas foram escolhidas conforme critérios especificados no Capítulo I, na definição do corpus empírico. Ainda, como material complementar para análise, constituiu parte da segunda etapa, e que também compõe o banco de dados, a realização de entrevistas em profundidade com os gestores do canal comunitário, incluindo um representante da Associação TV Santa Maria, a detentora da outorga de funcionamento da TV comunitária e dois membros da Santa Maria Produtora, empresa

responsável pela implantação e manutenção do canal comunitário, que justamente nesse período passou por alteração na sua composição administrativa.

A terceira etapa foi focada na análise das estratégias comunicacionais do material que compõe o banco de dados, realizadas a partir da análise textual do material audiovisual, e complementada pelas entrevistas e documentos pesquisados. A quarta etapa, para finalizar, se propôs a cumprir o objetivo do estudo, identificando como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria, através de um exercício teórico que relacionou os conceitos estudados com a análise levantada.

Considerando a metodologia proposta, construímos a dissertação em quatro capítulos. O **primeiro capítulo** traz o percurso metodológico, apresenta o objeto de estudo, o corpus empírico e o método de análise proposto. No **segundo capítulo** desenvolvemos o conceito de comunidade e de comunitário, com as respectivas características que possam possibilitar a identificação das situações onde se concretizam, utilizando-se dos conceitos de Ferdinand Tönnies (1973), Martin Buber (2008), Marshall Goldsmith (1999), Manuel Castells (1999), Raquel Paiva (2003, 2004) e a atualização de Cicilia Peruzzo (2002a). Ainda, o capítulo aborda questões referentes a participação comunitária, nas suas diferentes possibilidades, trazendo para a interlocução Norberto Bobbio (1986), Lizst Vieira (2004), Evelina Dagnino (1994) e Cicilia Peruzzo (1995a, 2002b), e os espaços que o comunitário possui na mídia tradicional, a partir dos trabalhos de Raquel Paiva (2008), Cicilia Peruzzo (2002b, 2006a), Patrick Charaudeau (2012), Márcia Amaral (2006) e Alvaro Benevenuto Junior.(2002).

O **terceiro capítulo** apresenta a contextualização e conceituação de comunicação comunitária, como um todo no Brasil, suas implicações e alcances. Com Regina Festa (1986, 1995), Vera da Silva Telles (1994) e Luiz Roberto Alves (1986, 1995) contextualizamos o período de surgimento desses veículos no âmbito sócio-político brasileiro. Para a historicização do conceito utilizamos os trabalhos de Cicilia Peruzzo (1995b, 2005, 2006b) e Christa Berger (1995). Também apresentamos a definição de veículos de comunicação comunitária e suas características, legislação e desenvolvimento da TV comunitária no sistema a cabo no país, estado e município, embasados em Regina Festa (1986), Cicilia Peruzzo (1998, 2007a, 2008), Hélio Etges (1996), Jacks e Capparelli (2006) e Alvaro Benevenuto Junior. (2002,2005a, 2005b). Finalizando esse capítulo apresentamos estudos referentes às estratégias comunicacionais no contexto comunitário a partir de Rafael Perez (2004, 2011, 2012a, 2012b), Adriano Rodrigues (1997), numa interlocução com Cicilia Peruzzo (1998, 2007a). Ainda, para finalizar o capítulo abordamos questões referentes ao jornalismo cívico, através de Nelson Traquina e Mário Mesquita (2003), e sobre as relações

públicas comunitárias, ancoradas em Cicilia Peruzzo (2007b) e Margarida Kunsch (2007). O **quarto capítulo** encerra o estudo apresentando as inferências extraídas das estratégias comunicacionais levantadas, respondendo ao problema de pesquisa nas questões específicas que se apresentaram, a partir dos objetivos que foram traçados.

CAPÍTULO 1 – UM OLHAR SOBRE A TV COMUNITÁRIA – TV SANTA MARIA

A etapa metodológica de um estudo se apresenta como o percurso percorrido pelo pesquisador para chegar à consecução dos seus objetivos, demonstrando quais as escolhas realizadas quanto aos métodos e técnicas utilizados para construir o corpus empírico e fazer a análise do mesmo. No momento de definição da metodologia e da construção do corpus empírico é preciso que o pesquisador tenha sempre presente as questões teóricas trabalhadas na pesquisa bibliográfica, visto que essas irão nortear a escolha de um ou outro método de análise, considerando as potencialidades do material coletado e a melhor forma de aproveitar e esgotar as informações, pertinentes ao estudo, que ali se encontram.

Nesse sentido é que as escolhas levaram o pesquisador para a definição do trabalho como de natureza qualitativa, na metodologia de estudo de caso, que se propõe a utilizar diferentes fontes de dados – material audiovisual, entrevistas e documentos – assim como diferentes procedimentos metodológicos que venham dar conta do corpus empírico, neste caso definido pela análise textual para o material audiovisual, que foi complementada pelos dados das entrevistas em profundidade e da análise documental. Essas escolhas procuraram buscar mais profundamente compreender o objeto estudado e melhor interpretar os dados obtidos, no intuito de responder ao problema de pesquisa levantado: “como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria?”.

O estudo foi realização em quatro etapas, bem definidas, executadas pelo pesquisador. A primeira etapa foi realizada através da pesquisa bibliográfica sobre a temática da comunicação comunitária, e todas as suas implicações teóricas. Assim, entendemos necessário participar de encontro promovido pelo Governo do Estado do Rio Grande dos Sul, no mês de abril deste ano, buscando aproximação com as discussões referentes às TVs comunitárias no Estado. Nominado III Seminário em Pauta (evento que está inserido na programação da Secretaria de Comunicação e Inclusão Digital como ação para valorizar a participação cidadã como esfera importante na decisão das políticas públicas governamentais¹), teve como temática específica o financiamento da comunicação pública. Durante o encontro foram debatidas questões referentes às necessidades e possibilidades para o desenvolvimento das rádios e tevês comunitárias no Estado e país, tendo sido produzido, especificamente pelo Grupo de Trabalho das tevês comunitárias, documento (Anexo A) com

¹ Dados extraídos do site da Secretaria de Comunicação e Inclusão Digital, no endereço <http://www.secom.rs.gov.br/conteudo/1068/seminarios-comunicacao-em-pauta>, acessado dia 01/07/2013.

quatro eixos de discussão: 1) o que as TVs comunitárias querem do Estado?; 2) o que as TVs comunitárias oferecem ao Estado, 3) o que as TVs Esperam do Poder Legislativo do RS e 4) Rede de produção das TVs comunitárias no Brasil. Para cada eixo foram elencados alguns itens, sendo que entendemos importante nos atermos ao eixo 1, onde consta reivindicações como: a necessidade de definição de uma política de comunicação comunitária; veiculação de mídias institucionais; concessão de kit de equipamento para a criação das TVs comunitárias; curso de capacitação e profissionalização; realização de seminários de reflexões e avaliação dos trabalhos das TVs comunitárias; incentivo aos prefeitos do RS para que solicitem o Canal da Cidadania ao Ministério das Comunicações; apoio para transformação das TVs comunitárias em Escolas de Mídia Comunitária e criação de um Fundo de Apoio e Financiamento das Rádios e TVs Comunitárias do Estado do Rio Grande do Sul. Vale salientar que nem todas as Associações gestoras das TVs comunitárias do Estado estiveram presentes, sendo possível identificar, através do documento, a presença da TV POA, TV Caxias e TV NH. A TV Santa Maria, através de seu Diretor Airton do Amaral Leal, esteve presente na abertura do evento, porém não ficou para as discussões.

A segunda etapa identificou o corpus empírico do estudo a partir da aproximação dos gestores do canal comunitário (para a realização das entrevistas), fez o mapeamento da programação com a definição das edições a serem analisadas e dos documentos necessários. A terceira etapa deu conta da análise em si, buscando identificar as estratégias comunicacionais presentes na programação, através da análise textual do material audiovisual, com a complementaridade do material resultante das entrevistas e análise documental. E a quarta etapa, finalizando a pesquisa, propôs a identificação de como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria, considerando as análises realizadas na etapa anterior, num cruzamento direto com o referencial teórico da pesquisa.

1.1 Percurso metodológico – o estudo de caso

Para a escolha do método de pesquisa foi preciso que o pesquisador voltasse o olhar atentamente ao seu problema e delineasse, em consonância com o seu objeto, questões pertinentes ao que estava procurando encontrar através do estudo realizado. Consideramos três condições a serem cumpridas: a pergunta a ser respondida – ‘quem’, ‘o que’, ‘onde’, ‘como’ ou ‘por que’ – abre o caminho para o entendimento do melhor método a ser escolhido,

ficando o estudo de caso no âmbito das respostas ao ‘como’ e ‘por que’; o acesso e controle que o pesquisador teve sobre o evento, considerando a possibilidade de lidar com fontes primárias de fácil alcance e que a realidade estudada não pudesse ser manipulada pelo pesquisador, o que justamente é a condição do estudo de caso; e ainda a questão da contemporaneidade do fenômeno sob análise, que diferencia o estudo de caso de outros métodos por se propor a trazer para a pesquisa a observação do fenômeno e o contato com os envolvidos com o mesmo (YIN, 2010).

Como pesquisa qualitativa o estudo buscou realizar uma interpretação do objeto dentro do seu contexto social, considerando que justamente é a interação do sujeito com o seu meio que produz significados sociais e culturais num dado tempo e espaço específicos. Os sujeitos em interação com o meio, ao serem observados, precisam estar inseridos em tempo e espaço delimitados para que, sob um olhar atento do pesquisador, que estará subsidiado de material teórico pertinente à proposta da pesquisa, gerem informações que venham a contribuir com o crescimento do estudo de determinado campo. Conforme Gressler:

As pesquisas qualitativas, de modo geral, visam à compreensão de uma realidade específica, ideográfica, cujos símbolos são vinculados a um dado contexto. Isto não a exime de contribuir para a produção do conhecimento. Seja qual for o foco, o pesquisador deve estar familiarizado com a literatura sobre o tema para que possa propor questões significantes e ainda não investigadas (GRESSLER, 2003, p. 92).

Para este estudo a contemporaneidade tornou-se o grande eixo da pesquisa, pois além de poder lidar com os dados primários do objeto sob análise (seja através dos programas que foram disponibilizados, como a possibilidade de realização das entrevistas com os envolvidos), buscou-se o entendimento de um fenômeno que está em curso no país, qual seja a expansão das tevês comunitárias, e que por isso mesmo se torna instrumento de inúmeros questionamentos.

É nesse sentido que propusemos o estudo da tevê comunitária de Santa Maria por estar inserida dentro desse contexto específico das televisões comunitárias a ser examinada sob os pressupostos da teoria da comunicação comunitária. O estudo, que iniciou com observações sobre o funcionamento da TV Santa Maria, o que gerou algumas publicações científicas através do desenvolvimento de artigos, partiu para a análise de um material delimitado no tempo, que compõe o corpus empírico da pesquisa. Esse corpus tornou-se a base para a identificação das estratégias comunicacionais presentes na gestão e na programação da emissora, as quais respondem ao questionamento sobre a presença do comunitário na TV. Cabe salientar que, embasado no problema da pesquisa, a resposta dada pelos resultados levantados deste estudo responde ao ‘como’ o comunitário se faz presente nesse veículo,

numa análise a partir da produção televisiva, complementada pelo conteúdo resultante das entrevistas em profundidade e análise documental.

O material audiovisual analisado é composto de programas que foram ao ar num canal comunitário que está restrito ao sistema a cabo de difusão, sob legislação específica, conforme está abordado nos capítulos teóricos. Essa contextualização se faz necessária visto um canal comunitário se diferenciar dos canais comerciais principalmente pelos aspectos da grade de programação (que nos canais comunitários não se preenche em todos os horários, sendo trabalhada com reprises e mesmo, em alguns casos, com espaços vazios) e através dos espaços considerados comerciais, pois os canais comunitários não podem possuir espaços publicitários, ficando restritos aos apoios culturais que são veiculados durante a apresentação dos programas. Considerou-se, então, que a análise da programação de um canal comunitário em nada ampliaria as informações se fosse o caso de considerar os encadeamentos dos programas (ordem na grade de programação). Com isso optou-se por uma análise individualizada de cada uma das edições levantadas (definida como toda a veiculação entre a abertura e o encerramento do programa em foco).

1.1.1 O objeto de estudo: a TV Santa Maria

A pesquisa tem como objeto de estudo a TV Comunitária – TV Santa Maria, que ocupa o canal 19 da NET Santa Maria, a operadora de TV a cabo da região centro do Rio Grande do Sul. A NET Serviços de Comunicações SA é uma empresa que oferece serviços de telecomunicações e entretenimento via cabo, para a América Latina. Criada em 1991, como Multicanal Participações SA, teve sua primeira operadora instalada em Campo Grande, contando com 100 assinantes. Ao longo do ano de 1992 e 1993 expande para mais sete operadoras (seis em São Paulo e uma em Goiás), e conquista cerca de 2.000 assinantes. Em 1998 é incorporada pela Globo Cabo SA e muda de nome. No ano de 2000 a Globo Cabo incorpora a NET Sul, ampliando a abrangência no território nacional. Assim sucessivamente entra nas diferentes regiões do país, já como NET Serviços de Comunicação SA, desde o ano de 2002, estando presente em mais de 140 cidades, em diferentes estados, no ano de 2011 (conforme dados do portal www.netcombo.com.br/institucional).

No sul do país, nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, também é no ano de 1991 que iniciam os serviços de TV a cabo. Conforme Benevenuto Junior “o território gaúcho foi contemplado com outorgas para a exploração de TV por assinatura em 23 praças.

Além das 12 da RBS, a Pansat, [...] ficou com sete autorizações e mais quatro empresários isolados receberam as restantes” (2005b, p. 161). Na sequência, o autor resume os rumos das operações de canal a cabo no Estado: no ano seguinte a Pansat comprou as autorizações dos empresários independentes, associou-se a outras operadoras e em seguida vendeu parte das operações ao grupo Multicanal, o qual já possuía operações na região Centro-Oeste do país. Em 1993 as Organizações Globo compram 30% das ações do Multicanal, e em negociações de mercado acaba transformando o Grupo RBS em sócio da Pansat (BENEVENUTO JUNIOR, 2005b). Ao final, “no caso específico da TV a cabo [...], a RBS, através da DR Empresa de Distribuição e Recepção de TV Ltda. e da NET Sul (leia-se: Globo Cabo), detém 16 das 27 outorgas de concessão dos serviços” (BENEVENUTO JUNIOR, 2005b, p. 161-162) no Estado. Conforme dados do Ministério das Comunicações², no Rio Grande do Sul, atualizado até o mês de julho deste ano, são 26 municípios atendidos pelo sistema de TV por assinatura, contando com 466.710 assinantes, considerando as plataformas³ TVC, MMDS e TVA, e 496 municípios atendidos pelo sistema DTH, com 673.185 assinantes.

A cidade de Santa Maria conta com o serviço de TV a cabo de uma única prestadora de serviços que é a NET Serviços de Comunicação SA, no sistema TVC, (conforme dados da Anatel⁴) e possui 24.717 assinantes⁵. Dentro dos canais que são oferecidos pela NET na cidade estão: o canal local, que é destinado à exploração comercial a partir de programas feitos por produtoras que compram espaço na grade de programação, numa negociação direta com a operadora; e os canais obrigatórios para uso gratuito, onde se localizam o canal comunitário, o canal universitário e o canal ocupado pela Câmara de Vereadores de Santa Maria.

O canal local da NET, em Santa Maria, veicula uma grade, que entre episódios originais e reprises, abarca 24h de programação, nos sete dias da semana, conforme tabela de programação da NET Santa Maria (Anexo B). A grade de programação é gerenciada pela própria operadora, exibindo comerciais próprios e programas independentes, da cidade e região, de diferentes temáticas, além de material gerado a partir da própria NET. Compõe a

² Dados disponíveis para downloads no endereço <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>

³ A TV por assinatura pode ser oferecido pelos sistemas TVC – televisão a cabo, cuja distribuição dos sinais é feita por meio físico (cabos); MMDS – Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais, cuja distribuição dos sinais é feita por radiofrequência; TVA – TV por Assinatura, cuja distribuição dos sinais é feita por radiofrequência, porém de um único canal em VHF; e DTH – *Direct to Home*, que distribui os sinais via satélite, conforme informações disponíveis em <http://www.teleco.com.br/tvassinatura.asp>

⁴ Conforme informação constante na Relação das Prestadoras por Unidade da Federação e o Tipo de Tecnologia Disponibilizado (MMDS, TVC, TVA, DTH) disponível para downloads no endereço <http://www.anatel.gov.br>

⁵ Conforme dados do Ministério das Comunicações, disponíveis para downloads no endereço <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>

grade de programação, os programas locais, independentes, que compram horários de veiculação: Motores na TV, Carpe Diem Imóveis, Carpe Diem Entrevista, Azar na noite, Domingo Campeiro, Rosa Shock e Vitrine. Ainda, são veiculados os programas próprios da NET: Educare, Sentidos, ABC da Saúde, Família, Cena Musical e Multi. Todos esses programas possuem várias reprises ao longo do dia e da semana. Em Santa Maria pode ser sintonizado no canal 20, no sistema analógico, ou canal 26, no sistema digital. Não nos detemos em maiores pesquisas sobre o canal local, visto não haver material disponível sobre histórico do mesmo ou dos programas, e este não ser o foco de estudo desta pesquisa. Mas cabe salientar que esta foi a primeira oportunidade de uma produção local poder ser veiculada na TV, neste caso no sistema a cabo, mesmo que através da compra de espaço, a partir de interesse próprio.

O canal universitário é ocupado pela Universidade Federal de Santa Maria através da TV Campus⁶. No ar desde 1995, mantém programação voltada à divulgação do ensino, pesquisa e extensão da instituição. Conta com o trabalho de servidores técnico-administrativos e acadêmicos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Engenharia da Computação da própria Universidade. A televisão universitária é transmitida pelo canal 15 na NET Santa Maria, além de armazenar e disponibilizar, na íntegra, todo o seu conteúdo no canal *YouTube*.

A TV Câmara⁷ foi criada em 1998, sendo considerada como um instrumento de informação da comunidade santa-mariense. Transmite as sessões plenárias ordinárias ao vivo, além das sessões solenes, especiais e audiências públicas. Traz reportagens sobre atividades realizadas pelos vereadores e respectivas comissões parlamentares. Nos intervalos reproduz gravações de eventos culturais como espetáculos de teatro, shows musicais, entre outras programações que são realizadas no teatro municipal, Theatro Treze de Maio. Vai ao ar pelo canal 16 da NET Santa Maria.

O canal comunitário, nosso objeto de estudo, veiculado a partir do canal 19, é ocupado pela TV Santa Maria desde o mês de setembro de 2009. As primeiras reuniões oficiais foram realizadas em janeiro de 2009, tendo a participação de professores da UFSM, empresários santa-marienses, advogados e lideranças locais. Para assessorar essa iniciativa foi convidado, num primeiro momento para uma consultoria, o jornalista Airton do Amaral Leal⁸, que realizou os primeiros estudos e viagens em busca de informações sobre canais comunitários.

⁶ Informações retiradas do site da TV Campus, no endereço <http://w3.ufsm.br/tvcampus/apresentacao.php>

⁷ Informações retiradas do site da TV Câmara, no endereço <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/>

⁸ Jornalista formado, trabalhou por muitos anos como editor e apresentador da TV Pampa Santa Maria e apresentador na Rádio Antena 1, na cidade de Santa Maria. Também foi sócio proprietário da SM Produtora.

Foi na Serra Gaúcha que o jornalista descobriu a existência das tevês comunitárias, como a TV Caxias, TV Bento Gonçalves e TV Farroupilha. De volta a Santa Maria a informação foi compartilhada com o grupo, na sala de reuniões da Câmara de Dirigentes Lojistas de Santa Maria, onde aconteceram os primeiros encontros. Conforme Leal:

A TV Santa Maria, ela surge a partir de uma constatação de que a nossa cidade, ela precisava de um canal de televisão em que pudesse abrir espaço para todos os segmentos. [...] Nós precisamos de uma TV com mais tempo pras demandas locais. Nesse sentido, eu comecei a pesquisar até que cheguei a TV comunitária de Caxias do Sul, onde estive visitando e conhecendo o projeto. E, naquele momento eu imaginei que fosse o que nós procurássemos em Santa Maria. Ou seja, uma TV que tivesse compromisso 100% da sua programação voltado para atender a comunidade (LEAL, 2013, p. 1).

O próximo passo foi a composição da Associação TV Santa Maria, uma entidade sem fins lucrativos cujo Estatuto foi logo redigido e assinado em 24 de março do mesmo ano (Anexo C). Foi eleita a primeira diretoria, tendo como presidente, conforme Estatuto da Associação TV Santa Maria, o Sr. Adalberto Meller, cuja ata de fundação foi assinada pelos senhores Ricardo Jobim (advogado), Paulo Ceccim (empresário), Padre Francisco Biancchini, Tarciso Moro (professor UFSM), Afonso Amaral (empresário), Humberto Gabbi Zanata (professor da UFSM), Luiz Gonzaga Binatto (professor da UFSM), Gaspar Miotto (professor da UFSM), Ceura Fernandes (professora do Estado) e Jorge Castegnaro (professor da UFSM). Nas palavras de Meller:

[...] o princípio meu e eu acho que de toda a Associação: de criar alguma coisa para Santa Maria que gerasse bem estar, entretenimento, diversão, tudo que for possível em termos de televisão, mas com coisas voltadas, não querendo ser bairrista, mas sendo bairrista, para Santa Maria. E que essas coisas iam ser feitas por pessoas de Santa Maria (MELLER, 2013, p. 1).

Constituída a Associação TV Santa Maria, o próximo passo é o pedido de outorga do canal e a instalação do mesmo. Conforme Leal (2013), ele seguiu nessa consultoria, procurando entender como se dava todo o processo, que não é só burocrático, mas passa por todo um conhecimento técnico de instalação do canal, que se realiza através da NET Santa Maria. Era preciso levar o sinal da futura sede da TV Santa Maria até a central da NET. Em setembro de 2009 a Net São Paulo concede à Associação TV Santa Maria o uso do canal 19 da Net Sul. Neste momento era preciso definir a sede, com toda a estrutura física da TV Santa Maria. Para isso contratou-se para operacionalizar o canal a SM Produtora, empresa dirigida justamente pelo jornalista e empresários Airton do Amaral Leal, com os sócios André Trevisan e Nicola Chiarelli Garóffalo (o primeiro e o último já deixaram a sociedade da SM Produtora). Conforme o contrato, a SM Produtora passou a ser responsável pela compra de

equipamentos, operação do canal, incluindo a sede com estúdio e os funcionários técnicos necessários para a execução do projeto. Ainda ficou de responsabilidade da SM Produtora a prospecção de apoiadores, visto que as tevês comunitárias não são subsidiadas pelo Governo Federal, portanto devem sobreviver com apoios culturais e institucionais para cobrir suas despesas. Conforme Leal (2013), em algumas cidades as Associações é que adquirem equipamentos, instalam a sede, contratam os funcionários, o que exige um bom investimento financeiro, visto que “a TV comunitária, sob o ponto de vista de equipamentos, ela é igual uma TV convencional, ela precisa de um exibidor igual a TV convencional, ela precisa de uma mesa de corte, mesa de áudio, microfone, câmeras, técnicos que têm piso – um piso de categoria” (LEAL, 2013, p. 3).

O trabalho prosseguiu para a construção do estúdio, na sede da SM Produtora, localizada no 5º andar do prédio Cirilo Costa Beber, sede da Câmara de Comércio, Indústria e Serviços de Santa Maria – Cacism. Ainda mais viagens foram realizadas em busca de equipamentos de adequada tecnologia e elaboração de projeto técnico para uso de links que viabilizassem a nova emissora. Viagens que incluíram Caxias do Sul, Porto Alegre, São Paulo, Brasília e Minas Gerais. O projeto foi coordenado pelo Engenheiro Paulo Serafini, tendo como técnico responsável por sua execução Alvarino Vargas. O grupo buscou implantar o canal com a aprovação da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel, órgão que fiscaliza o setor no Brasil e que desde o início conduziu a Associação para legalizar as operações a serem realizadas. Então em 15 de março de 2010 foi publicado no Diário Oficial da União o Ato nº 1661, e em 20 de abril o Ato nº 2.455, liberando as transmissões ao vivo, criando jurisprudência para os demais canais que operam nas faixas legislativas e universitárias. Vencida essa etapa, foram instalados os transmissores em alguns prédios com localizações estratégicas na cidade, como no prédio da Cacism, no Edifício Rio da Prata e na Central Net Santa Maria, que fica localizada em prédio próprio, junto ao terreno onde está instalada a RBS TV Santa Maria.

O início das transmissões aconteceu, num primeiro momento, de modo experimental, veiculando vídeo com imagens da cidade. Em 16 de agosto de 2010 iniciaram as transmissões ao vivo do telejornal Santa Maria Agora. Mas, somente em oito de dezembro, do mesmo ano, é que foi realizado o ato de inauguração da TV Santa Maria, em evento sediado pela Cacism, que contou com a participação do poder público, empresários, entidades, associações entre outros convidados. A partir dessa data o canal passou a veicular programação variada diariamente, produzindo boa parte do conteúdo em parceria com entidades, associações e empresas locais. A direção, administração e setor comercial da TV Santa Maria ficaram a

cargo do jornalista Airton do Amaral Leal, e a coordenação técnica sob a responsabilidade de seu sócio André Trevisan. Mudanças só vão ocorrer no ano de 2013, com a saída de Airton do Amaral Leal da sociedade da SM Produtora e também da TV Santa Maria no mês de junho/julho, para cuidar de projetos particulares. Assume a diretoria da TV o outro sócio da SM Produtora, André Trevisan, que relata que desde dezembro de 2012 já vinha numa preparação para a troca de função, e que por isso algumas pessoas já estavam sendo treinadas para assumirem a parte técnica da TV, deixando ele liberado para absorver a função administrativa e financeira (TREVISAN, 2013).

A manutenção do canal, para uso dos materiais e equipamentos e contratação dos profissionais, se dá através do patrocínio cultural dos programas de produção própria ou da produção de programas para terceiros. Conforme Leal (2013) algumas entidades e empresas apostam no projeto como um todo, sendo patrocinador da TV Santa Maria. É o caso do Sicredi e da Unimed. Ou então as empresas apoiam os programas específicos, podendo uma mesma empresa apoiar mais de um programa, como é o caso da Pampeiro SA. Essas empresas são de pequeno, médio e grande porte, mas geralmente de âmbito local. Também, segundo Leal (2013), há alguma publicidade do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e já houve alguma verba publicitária da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul para a cobertura de eventos. Leal (2013) salienta que a relação dos veículos comunitários com os órgãos governamentais, principalmente municipal e federal, não têm tido muito efeito prático de investimento financeiro.

Numa preocupação no acesso a recepção por um maior número de pessoas e para ampliar a difusão de sua programação, a TV Santa Maria pode ser vista através do endereço www.santamaria.tv.br, cuja programação é reproduzida ao vivo no site. O principal acesso por esse meio se dá pelos santa-marienses que se encontram longe da cidade e que têm no canal, a partir do site, a oportunidade de acompanhar as notícias da cidade e região de origem. Na fala de Meller (2013) sobre o alcance da transmissão via internet, “eu recebi mais de cem e-mails de todo lugar do mundo, porque eu tenho alunos, professores [...] eu tenho parentes nos Estados Unidos, e assim em todo lugar do mundo” (MELLER, 2013, p. 3).

A SM Produtora contrata os funcionários para colocar no ar a TV Santa Maria, possuindo, conforme Trevisan (2013), no mês de outubro, uma equipe fixa composta por uma pessoa no setor administrativo, dois cinegrafistas, dois editores e quatro pessoas no jornalismo, que são tanto apresentadores dos programas, como repórteres (entre profissionais formados e estagiários dos cursos universitários). Conta com o trabalho de Alvarino Vargas, um prestador de serviços que emite nota fiscal para a empresa. Também compõem a equipe

da SM Produtora o próprio André Trevisan, que desempenha a função de diretor administrativo. Os demais apresentadores dos programas se relacionam como prestadores de serviços, ora da própria produtora, ora da organização responsável. Ainda, segundo Trevisan “existem muitos parceiros como Vicente Bisogno, o André Campos, o Tenente Coronel Vargas, então tem muitas pessoas que fazem parte disso de uma forma não tão empresa” (2013, p. 2),

Todas as ações realizadas na TV Santa Maria possuem acompanhamento, através de reuniões mensais entre os membros da Associação TV Santa Maria e o representante da SM produtora, inclusive para definição de novos programas, viabilidades financeiras, prestação de contas, consultas jurídicas, entre outros assuntos necessários de serem tratados. Conforme Meller (2013) a Associação fiscaliza a SM Produtora, estando consciente de tudo que é feito no canal, sendo necessário que cada ação seja comunicada e autorizada.

1.1.2 O corpus empírico: gestão e programação da TV comunitária

O corpus empírico está composto de três entrevistas e 28 edições entre os programas diários e os semanais, do canal comunitário. A coleta de dados foi realizada em dois momentos. O primeiro a partir da técnica de entrevista em profundidade, com questões semiestruturadas, que deu conta dos envolvidos na gestão da TV Santa Maria. Foi importante fonte para identificação dos sujeitos que se apropriaram do canal comunitário através de conceitos e percepções que possibilitaram identificar como se deu a criação, instalação, viabilização do veículo comunitário e inserção na comunidade local. As entrevistas foram realizadas com o Sr. Adalberto Meller, Presidente da Associação TV Santa Maria, a entidade sem fins lucrativos que possui a concessão de outorga de funcionamento da TV comunitária no canal 19 da NET Sul, na cidade de Santa Maria; com o jornalista Airton do Amaral Leal, primeiro Diretor da TV Santa Maria e ex-sócio proprietário da SM Produtora que possui o contrato de operacionalização do canal comunitário com a Associação; e por último com André Trevisan, ex-sócio de Airton Amaral, atual Diretor da TV Santa Maria e atual proprietário da SM Produtora. Foram realizadas na seguinte ordem: primeiro com Airton do Amaral Leal, na data de 21 de junho de 2013, sem que o mesmo mencionasse a saída da TV Santa Maria ou da SM Produtora (após a entrevista, Airton passou a desempenhar sua atividade profissional em Porto Alegre); segundo com Adalberto Meller, no dia 15 de outubro

de 2013, e por último com André Trevisan, no dia 16 de outubro de 2013. Todas as entrevistas tiveram autorização de gravação e uso das informações (Apêndice F).

O segundo momento diz respeito a seleção do material audiovisual que foi realizado através da disponibilização, por parte da TV Santa Maria, de gravações dos programas, conforme amostragem representativa definida pela pesquisadora, embasada na proposta de Bauer (2002) de construção de um período artificial, quando este referiu-se aos produtos jornalísticos impressos:

Uma estratégia comum de amostras para publicações regulares é a ‘semana artificial’. As datas do calendário são um referencial de amostragem confiável, de onde se pode extrair uma amostra estritamente aleatória. Datas aleatórias, contudo, podem incluir domingos, quando alguns jornais não são publicados, ou os jornais podem fazer publicações em um ciclo, como por exemplo, a página sobre ciência ser publicada às quartas-feiras. Em tais casos, então, a fim de evitar distorções na amostragem de notícias sobre ciência, seria necessário garantir uma distribuição equitativa de quartas-feiras na amostra. Uma semana tem sete dias, desse modo, escolhendo cada terceiro, quarto, sexto, oitavo ou nono, etc., dia, por um longo período, é criada uma amostra sem periodicidade (BAUER, 2012, p. 196-197, destaque do autor).

Em um mês de programação na TV Santa Maria são apresentadas, em média, 21 edições dos programas diários e quatro edições de cada um dos programas semanais (considerando programas inéditos). Na ideia da semana artificial de segunda a sexta-feira (considerando que assim se obteria uma distribuição equitativa da programação, onde se obteria uma representação da semana real da grade de programação da TV, que veicula uma edição de cada um dos programas semanais e cinco edições dos programas diários), se propôs, num primeiro momento, a composição da amostra do material audiovisual através de cinco edições do telejornal Santa Maria Agora e cinco edições do programa de entrevistas Controle Geral, e mais uma edição de cada um dos 22 programas semanais, totalizando 32 edições a serem analisadas. Porém, durante a realização do mapeamento dos programas entendeu-se ser desnecessário (em termos de contribuição para o todo do trabalho) a inclusão de cinco edições do programa diário Controle Geral, visto que o mesmo mantém formato igual dia a dia, mudando as temáticas e convidados. O que não acontece com o telejornal Santa Maria agora que possui quadros específicos para cada dia da semana. Assim, procurou-se adaptar a semana artificial, ficando composta por cinco edições do telejornal diário Santa Maria Agora, uma edição do programa diário Controle Geral, e uma edição de cada um dos outros 22 programas que compunham a grade da TV Santa Maria até o mês de julho de 2013.

Para a definição das edições dos programas diários procurou-se abarcar o período compreendido entre julho de 2012 e julho de 2013, através de uma amostragem que representassem distintos dias da semana, visto os quadros específicos para cada dia. Para os programas semanais o período foi definido conforme disponibilização, por parte da SM Produtora, de cópia das edições, visto que os mesmos são armazenados por período muito curto, tendo sido disponibilizados programas veiculados no período entre janeiro e julho de 2013, não tendo a pesquisadora gerência sobre a data de veiculação dos mesmos.

Sobre a definição das edições do telejornal Santa Maria Agora, a escolha específica das datas se deu de forma que pudéssemos analisar diferentes momentos da cobertura do telejornal diário, conforme acontecimentos locais. A primeira definição veio a partir do entendimento de que a cobertura da tragédia acontecida na cidade era fato extremamente relevante a ser considerado, visto o papel que uma TV comunitária pode desempenhar nesse momento. Definida então a data de **28 de janeiro de 2013**, um dia após o acontecimento da tragédia da Boate Kiss, numa **segunda-feira**. A segunda data definida foi a cobertura dos seis meses da tragédia, já que o assunto mantém-se em pauta e gera grande polêmica na cidade. Esse dia caiu numa **sexta-feira**, dia **26 de julho de 2013**, considerando que não há edição do telejornal no sábado (quando completaria seis meses da data da tragédia). Após, a definição de uma data comemorativa de grande repercussão foi o próximo passo, tendo sido escolhido o “Dia do Gaúcho”, **20 de setembro de 2012**, que caiu numa **quinta-feira**, como evento que aborda um forte aspecto cultural local, considerando o grande número de Centros de Tradições Gaúchas (CTG) existentes na cidade. Na seqüência, entendeu-se, na mesma linha de ampla programação cultural, que as festas de final de ano suscitam grande alteração na rotina da cidade, e por consequência na vida das pessoas. Para fechar a semana artificial proposta, na necessidade de uma terça e uma quarta-feira, foi escolhido o dia **19 de dezembro**, uma **quarta-feira**, por estar há cinco dias da noite de Natal, e para a **terça-feira** a ser preenchida, entendeu-se necessário ser estabelecida uma data que não tivesse acontecimento já pré-definido e que permanecesse dentro de uma lógica de representatividade do período estabelecido (de julho 2012 a julho de 2013), sendo escolhido o dia **10 de julho de 2012**, quando ainda não era período de férias escolares.

Então, a amostra do telejornal ficou composto por: dia **10 de julho de 2012 (terça-feira)**, que consideramos um dia normal de atividade na TV, sem ter especificação de período ou data temática, para que entendêssemos a rotina na estrutura do mesmo; dia **20 de setembro de 2012 (quinta-feira)**, que se justifica por ser data de grande importância cultural no Estado e de grande movimentação na cidade, sendo inclusive feriado do Dia do Gaúcho; dia **19 de**

dezembro de 2012 (quarta-feira), por ser período de festas natalinas, com ampla programação festiva, inclusive com mudança de rotina na cidade, como a alteração do horário do comércio; dia **28 de janeiro de 2013 (segunda-feira)**, considerando que foi a edição do telejornal um dia após a grande tragédia que ocorreu na cidade (incêndio na Boate Kiss), tendo repercussão mundial e de grande impacto na comunidade; e dia **26 de julho de 2013 (sexta-feira)** considerando a referência também ao incêndio na Boate Kiss, visto a cobertura dos desdobramentos dos fatos que ainda estão muito presentes. Entendemos que assim abrangemos os diferentes dias da semana, abarcando uma representatividade no período de um ano, ficando as edições assim distribuídas:

Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira
28.01.2013	10.07.2012	19.12.2012	20.09.2012	26.07.2013
Cobertura da tragédia da Boate Kiss	Dia de rotina do programa (dia comum)	Período de festas natalinas no município	Dia do Gaúcho - feriado estadual – atividades culturais	Cobertura dos seis meses da tragédia da Boate Kiss

Quadro 1 – Corpus do telejornal Santa Maria Agora

Também compõe essa amostra uma edição do programa Controle Geral, o outro programa diário, e uma edição de cada um dos programas semanais que estavam no ar até o mês de julho deste ano, a data limite que impusemos para a coleta de material. Foram disponibilizados pela SM Produtora uma edição dos programas: D Docente; TV Coopaver; Primeira Classe; Elegance Maturidade em Movimento; TV Fisma; Cidadania e Segurança Pública; Royal na TV; Roda Brasil Amigos; Palavra de Fé; Mídia Mix; Santa Maria Frente a Frente; Saúde Qualidade de Vida; Conversando com o Cardiologista; Bancários na TV; Análise – Santa Maria em debate; Semeando Cultura; 26ª Copa Prefeito; Isto é Rio Grande; Estranha vida de Sodaboy; Agora Vai; Janu & Convidados; Estação TV. Entendeu-se necessário manter uma edição de cada um dos programas no corpus, visto as especificidades de objetivos e formato. Também consideramos que, diferente do que sabíamos *a priori*, poucos são os programas que possuem duração de 1 hora, sendo a maioria com duração entre

5, 10, 20 ou 30 minutos, o que facilitou o trabalho de mapeamento dos mesmos e a análise. No total foram 21 horas e 15 minutos de programação analisada.

A definição dessas edições dos programas semanais ficou vinculada à disponibilização por parte da SM Produtora, visto a TV Santa Maria não ter, para esses, acervo de longo tempo, ficando com cópia somente durante o mês em que o programa vai ao ar. Pelo que foi levantado, quase nenhuma das empresas promotoras solicitam o arquivamento ou cópia do material veiculado. Com isso, entendemos ser conveniente mantermos um mesmo padrão de data para os programas semanais e trabalhar com aqueles que estão no ar, com as edições mais atuais possíveis, conforme iam sendo copiados e liberados para nosso acesso. Sobre a edição do programa diário Controle Geral, as opções que se faziam possíveis estavam vinculados às mesmas datas escolhidas para análise do telejornal, visto que o arquivamento das gravações se dá de forma conjunta, na sequência em que vão ao ar (telejornal primeiro e na sequência o Controle Geral). Dentre as datas disponibilizadas optamos pela data próxima ao Natal, dia 19 de dezembro de 2013, por entendermos ser período de vasta programação nas entidades, associações, realização de campanhas, e que poderia mostrar a inserção do programa na vida da comunidade.

Após a definição do objeto e do corpus, a questão que surgiu para o pesquisador foi justamente a metodologia de análise qualitativa dos dados da pesquisa que melhor uso fizesse das informações coletadas. A escolha foi pelo método de análise textual do material audiovisual, complementada pelas entrevistas e análise documental, o que veremos na sequência.

1.2 Análise textual de material audiovisual

Para um primeiro contato com o material audiovisual, entendeu-se necessário um mapeamento de cada um dos programas a serem analisados (Apêndice A), no intuito de conhecer e entender a sistemática que movia os mesmos. Após esse mapeamento, partiu-se para o procedimento metodológico escolhido. A proposta de análise está embasada no trabalho de Casetti e Chio (1999) a partir da análise textual de material televisivo, que para os autores significa:

As análises textuais, igual como nas análises de conteúdo, se aplicam aos programas televisivos e ao conjunto da programação. O que muda é o modo de considerá-los [...] não se trata de medir quantitativamente a presença de determinados temas,

figuras ou ambientes, mas de destacar a arquitetura e o funcionamento dos programas analisados, a estrutura teórica que o sustenta e a estratégia de implementação (CASSETTI e CHIO, 1999, p. 249, tradução nossa).

Os autores avaliam que a análise textual possui uma complexidade que considera o todo do material e não os componentes em partes, analisando-os separadamente. Como exemplo, explicam que para analisar uma novela não basta saber a quantidade de personagens ou de temas, mas é preciso que se estude a relação desses elementos. Porém, numa escolha a ser consciente, os autores salientam que a análise textual ao mesmo tempo em que valoriza a interpretação do significado no sentido global, os temas dos quais se falam e as formas de enunciação do próprio discurso, também despreza os elementos concretos do texto e o modo como esse texto se constrói (CASSETTI e CHIO, 1999). A análise textual pode ter dois usos: a identificação de tendências e estilos do programa, numa função analítica e teórica – que se entende seja o caso desta pesquisa – ou para diagnosticar e corrigir episódios pilotos, numa função operativa (CASSETTI e CHIO, 1999). A análise passa por uma fase descritiva, onde deverá identificar e inventariar os elementos do texto televisivo – a construção do esquema de leitura; e após passa por uma fase interpretativa, onde irá explicar a estrutura e o processo do texto televisivo – a análise em si.

A primeira fase, descritiva, construiu o ‘esquema de leitura’, que guiou a atenção do investigador, conforme apresentado pelos autores. Esse esquema poderia ser realizado a partir de duas propostas – através de uma **listagem dos pontos mais importantes do texto** ou pode adquirir uma forma mais estruturada, como a simulação de entrevista do pesquisador ao texto. A primeira possibilidade **subdivide o programa em segmentos**, os quais são numerados e descritos para comporem um mapa dos sujeitos e de todos os elementos presentes. Já a segunda possibilidade centra a atenção em um único aspecto do texto, porém mais estruturado. Entendemos pertinentes para dar conta dos objetivos de análise dos materiais audiovisuais desta pesquisa a primeira possibilidade, visto ser mais abrangente. Nessa possibilidade a subdivisão aconteceu através da definição de:

1. Sujeitos e interações (no tempo e no espaço; comportamento e função no desenvolvimento do programa);
2. Textos verbais (peso, estilo de linguagem, conteúdo do discurso, tratamento dos discursos e valorações);
3. História (presença de uma ou várias histórias, estrutura temporal das histórias, a narrativa e suas interações com a macrohistória);

4. Encenação (evidência e características da intervenção do autor ideal; controle dos espaços; relação entre as diferentes figuras e traços do autor ideal; estrutura espacial da transmissão).

Para a efetivação da análise desta pesquisa específica, propusemos uma apropriação do método propostos por Cassetti e Chio (1999), mas sob um olhar particularizado à temática e ao corpus analisado, o que resultou numa nova perspectiva de aplicação do estudo das estruturas do texto televisivo. A mesma foi adaptada considerando os objetivos a serem atingidos, assim como as singularidades do que se buscava observar, resultando nas seguintes especificações para cada ponto de texto:

1. Sujeitos e interações como os donos das falas – apresentador (es), repórter(es), convidado(s), apoiadores, produtores, abarcando todos que apresentassem interação com o programa – passando a ser definido como **atores**;
2. Textos verbais como as temáticas tratadas durante o programa – o conteúdo dos discursos abordados durante a realização do programa – passando a ser definido como **temas**;
3. História como a presença de uma ou várias histórias e a forma da narrativa – uma única voz ou pluralidade de vozes – passando a ser definido como **narrativa**;
4. Encenação como o controle dos espaços e a estrutura espacial – se as cenas estavam além do estúdio de gravação do canal e se eram produzidas ou realizadas por outros que não a equipe da TV Santa Maria/SM Produtora, passando a ser definido como **produção**

A construção do ‘esquema de leitura’ proposto por Cassetti e Chio (1999) inicia com a **decomposição do programa em segmentos**, os quais são numerados e descritos para cada ponto de texto, para depois serem categorizados. Para a decomposição do programa, uma das possibilidades é uma escolha por cortes a partir de linhas ou segmentações com base em critérios formais (troca da luz, pausa publicitária) ou de conteúdo (troca de cenário, troca de personagens). Para essa segmentação optou-se pela mudança através de critérios formais, especificamente a **troca de quadro** (a mesma utilizada no mapeamento realizado anteriormente), sendo que possuem mais de um quadro, durante a edição, o telejornal Santa Maria Agora e o programa Mídia Mix. O programa Estranha Vida de Sodaboy é apresentado por episódio, sendo que três episódios constituem um programa. Para os outros programas foram considerados quadros únicos. Não consideramos a quebra da edição em blocos para a segmentação, visto que somente o telejornal Santa Maria Agora apresenta mudanças significativas de um bloco para outro. Os outros programas, mesmo quando apresentam

edições com dois ou três blocos, veiculam no intervalo os vídeos dos apoios culturais e institucionais e retomam o programa na mesma sequência de tema e convidado(s).

O Quadro 2 apresenta o modelo que foi aplicado para a decomposição do texto nas edições dos programas que compõem o corpus empírico, apresentado na íntegra no Apêndice B.

Segmento	Atores	Temas	Narrativa	Produção
Único, com 4 blocos	Saulo Oliveira (apresentador); Delci Taborda (apresentador); Paulo Schuster (repórter) Laranjeira (Regionalista) Paulo Roberto (cantor) Grupo Fundo da Grota (músicos) Cicero Nogueira (Professor UFSM)	Cavalgada Maneco Pedroso; cultura no RS hoje; Energia alternativa; Tributo à Reduzino Malaquia	Várias histórias e vozes plurais	No CTG, na UFSM e imagens da cavalgada Produção Saulo Oliveira

Quadro 2 – Exemplo da decomposição do texto do programa Semeando Cultura⁹

Para a definição das categorias, que reagrupam os dados da desconstrução, assim como para a construção do modelo de referência que seja uma representação esquemática do fenômeno analisado, a teoria foi o ponto de partida. Ressaltam os autores

Na realidade, os diferentes momentos estão entre si, pois quando se decompõe o programa já se tem em mente as categorias que irão ser aplicadas para captar os aspectos relevantes, e essas categorias, por sua vez, só podem se referir a um modelo geral que está pronto ou disposto a ser preparado (CASSETTI e CHIO, 1999, p. 257-258, tradução nossa).

As codificações da construção do modelo de referência e das categorias foram estabelecidas *a priori* da análise, embasadas na teoria da pesquisa, mais especificamente sobre tevês comunitárias no sistema a cabo, apresentada por Peruzzo (2007a).

O canal comunitário numa cidade de grande ou pequeno porte precisa ser plural e refletir a diversidade que a constitui como cidade, ou seja, portadora de uma gama de comunidades, grupos organizados, movimentos sociais e organizações sem fins

⁹ Optamos em trazer os quadros do programa Semeando Cultura tendo em vista que a decomposição resultou em material não muito extenso para ser colocado no corpo do texto. E assim, exemplificamos cada passo com um mesmo referencial.

lucrativos e de interesses social. Requer abertura à pluralidade de visões e perspectivas de ação social, representando quase uma **comunidade de comunidades**. Requer representatividade. [...] Ao canal comunitário não basta ser local. Suas práticas de gestão e sua programação devem traduzir posturas de cunho coletivo, facilitar a participação ampliada do cidadão e das organizações que o representam em todos os níveis, assim como disponibilizar programas voltados para o desenvolvimento da educação, da cultura e da cidadania, sempre colocando o interesse público acima dos interesses particulares e de grupos (2007a, p. 111, grifo nosso).

Nessa teoria, bem especificamente sobre as estratégias de programação dos canais comunitários, identificamos as seguintes características: a) canal produtor de programação (ele mesmo produz os programas) que possui programação com unidade de gêneros e formatos, estilo de linguagem e ritmo de produção, ou canal provedor de programação (abre e organiza o espaço para transmissão de programas de terceiros, numa grade compartilhada); b) programação voltada para geração de cidadania, educação, cultura e desenvolvimento social com base em ampla participação popular, sem se submeter aos padrões das TVs comerciais; não lhe cabe reproduzir um tipo de programação igual ou similar a das grandes redes de televisão; c) canal de expressão para os que sempre foram privados de participar como emissores de conteúdo, movimentos sociais, sindicatos e outras organizações sem fins lucrativos; d) tevê que enfatize o desenvolvimento da cidadania cultural e contribua para o desenvolvimento social e local (PERUZZO, 2007a). Ainda, salienta Peruzzo, que o canal comunitário deverá ter “envolvimento direto de cidadãos, associações, movimentos populares e demais organizações sem fins lucrativos nos seus processos de criação, de administração e de programação” (2007a, p.110).

A partir dessas definições construímos um modelo de referência (Quadro 3) dentro do que se consideraria ideal de tevê comunitária e suas estratégias de programação, utilizando os mesmos pontos do texto que foram empregados.

Atores	Temas	Narrativa	Produção
- canal de expressão para os que sempre foram privados de participar como emissores de conteúdo, movimentos sociais, sindicatos e outras organizações sem fins lucrativos	- programação voltada para geração de cidadania, educação, cultura e desenvolvimento social com base em ampla participação popular, sem se submeter aos padrões das TVs comerciais	- precisa ser plural e refletir a diversidade que a constitui como cidade; abertura a pluralidade de visões e perspectivas de ações sociais	- canal produtor de programação (ele mesmo produz os programas – programação com unidade de gêneros e formatos, estilo de linguagem e ritmo de

nos seus processos de criação, de administração e de programação - ter representatividade	- tevê que enfatize o desenvolvimento da cidadania cultural e contribua para o desenvolvimento social e local		produção) - canal provedor de programação (abre e organiza o espaço para transmissão de programas de terceiros (grade compartilhada)
--	---	--	---

Quadro 3 – Modelo de referência

Esse modelo de referência identifica características claras para os veículos comunitários que, conforme cada ponto do texto trabalhado foi definido numa categoria única:

- para **atores** foi definida a categoria ‘representatividade’ (presença dos diferentes indivíduos representando a composição da comunidade);
- para **temas** a categoria definida foi ‘interesse público’ (abordagem de assuntos que representem os diversos interesses, abrangendo temáticas que tratem de questões presentes no dia a dia);
- para **narrativa** foi definida a categoria ‘pluralidade’ (as diferentes visões dos assuntos abordados, abrindo espaço para as contraposições, as múltiplas perspectivas);
- para **produção** a categoria definida foi o ‘cunho coletivo’ (grade compartilhada com espaço de veiculação de outras produções, com realização de outros formatos e linguagens).

A partir dessas, inferimos as outras categorias, numa complementação pela oposição, do que seria o não comunitário: exclusividade em oposição à representatividade para atores; interesse privado em oposição ao interesse público para os temas; unicidade em oposição à pluralidade para a narrativa, e cunho individual em oposição ao cunho coletivo para a produção. No Quadro 4 compilamos essas categorias:

Atores	Temas	Narrativa	Produção
Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
X	X	X	X

Exclusividade	Interesse privado	Unicidade	Cunho individual
----------------------	--------------------------	------------------	-------------------------

Quadro 4 – Categorias definidas a partir do modelo de referência

Voltando, enfim, à construção do esquema de leitura: para **atores** relacionamos as categorias **representatividade**, quando se tratou de pessoas que estivessem em representação de órgãos públicos, organizações sem fins lucrativos, associações entre outras organizações de cunho coletivo, e **exclusividade**, quando se tratou de pessoas que falavam na sua particularidade; para análise dos **temas** relacionamos as categorias **interesse público** quando o assunto abordado tratou de questões pertinentes à coletividade e **interesse privado** quando se referiu a assunto de interesse de parcela da população; para a **narrativa** relacionamos as categorias **pluralidade** quando identificamos diferentes pontos de vista abordando os assuntos tratados e **unicidade** quando a narração do sujeito se fez sob um ponto de vista; e, finalizando, para **produção** relacionamos as categorias **cunho coletivo** quando aparecia a diversidade dos materiais, cenas e espaços de produções apresentados e **cunho individual** para os materiais apresentados sob um único formato e espaço. O Quadro 5 apresenta a síntese das categorias aplicadas ao esquema de leitura construído para cada edição dos programas analisados.

Atores	Representatividade – (em representações)
	Exclusividade – (fala na particularidade)
Temas	interesse público – (questões da coletividade)
	interesse privado – (interesse de parcela da população)
Narrativa	Pluralidade – (diferentes pontos de vista)
	Unicidade – (um ponto de vista)
Produção	cunho coletivo – (diversidade de formatos e espaços)
	cunho individual – (único formato e espaço)

Quadro 5 – Categorias do esquema de leitura

Ao identificar para cada segmento uma das categorias estabelecidas, conforme o ponto de texto, construindo o esquema de leitura (Apêndice C) que proporcionou uma identificação das estratégias comunicacionais do programa. O Quadro 6 apresenta o modelo de esquema de leitura aplicado nas edições dos programas que compõem o corpus empírico, apresentado na íntegra no Apêndice C.

Segmento	Atores	Temas	Narrativa	Produção
Único, com 4 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo

Quadro 6 – Exemplo de esquema de leitura do programa Semeando Cultura

A análise do corpus empírico, apresentado em sua delimitação, proporcionou a imersão do pesquisador na programação da TV Santa Maria, abarcando todos os programas por eles terem especificidades próprias, mesmo que apresentem formato ou temática repetida. Somente após o mapeamento de cada edição analisada identificamos essas particularidades, muitas vezes ricas na presença do comunitário. Fato esse reforçado a partir da aplicação do esquema de leitura, quer seja devido aos assuntos abordados, às locações de gravação, às participações da população, ou ainda pela inovação na proposta, o que será abordado na interpretação dos dados. Porém, antes dessa etapa entendemos ser necessário apresentar os conceitos bases para o nosso estudo, a partir dos quais construímos o modelo de TV comunitária e as categorias utilizadas, além de identificarmos o processo que levou a TV comunitária, no Brasil, a estar restrita ao sistema de canal a cabo. E é isso que propomos nos próximos dois capítulos.

CAPÍTULO 2 - COMUNIDADE

Neste capítulo está desenvolvido o conceito de comunidade e de comunitário, com as respectivas características que possibilitam a identificação das situações onde se concretizam a evolução do conceito e aplicação do termo, numa ampliação de usos. Ainda, o capítulo abordará questões referentes à participação comunitária, nas suas diferentes possibilidades e os espaços que o comunitário possui na mídia tradicional.

Desenvolvemos o primeiro subtítulo a partir dos conceitos de comunidade e sociedade, apresentados por Ferdinand Tönnies (1973) – no que chamamos de pureza do conceito – passando pelas classificações das formas de existência coletiva na expressão comunitária de Martin Buber (2008). Vamos atualizar o conceito nos trabalhos do próprio Buber (2008), com o que propôs de ideal de comunitário na nova sociedade, no início do século XX, no pensamento mais contemporâneo de Marshall Goldsmith (1999) com as comunidades de escolha, Manuel Castells (1999), com um novo comunitarismo e Raquel Paiva (2003, 2004) abordando o espírito comum, numa proposta nova de sociabilização dos indivíduos frente aos modelos econômicos vigentes, chegando ao conceito de comunicação comunitária. Cicília Peruzzo (2002a) auxilia nessa revisão e atualização do conceito de comunitário num olhar voltado para as múltiplas aplicações atuais.

O segundo subtítulo aborda desde questões sócio-políticas da conformação da sociedade democrática através do estudo de Norberto Bobbio (1986) e Liszt Vieira (2004), passando pelo autoritarismo social presente nos estudos de Evelina Dagnino (1994). Aproximamos o assunto da comunicação comunitária através de Cicília Peruzzo (1995a, 2002b) na classificação que apresenta para a execução dos projetos de comunicação comunitária e na sua visão de educação para cidadania.

O último subtítulo procura apresentar o olhar da mídia hegemônica na representação das comunidades, através do trabalho do grupo de pesquisa da Professora Raquel Paiva (2008), integrado por Cristiano dos Santos (2008), e do jornalismo popular, abordado por Márcia Amaral (2006). Através de Patrick Charaudeau (2012) procuramos entender os processos de construção da notícia, que deixam de fora essa parcela da comunicação. Ainda com Cicília Peruzzo (2002b, 2006a) propomos um olhar crítico aos veículos que se voltam à cobertura do local, em oposição ao global, e se apresentam como sendo comunicação comunitária, descaracterizando o uso do termo. Para finalizar, Álvaro Benevenuto Junior (2002) nos fala da importância da multiplicidade de olhares para construção da realidade.

2.1 Uma revisão epistemológica do conceito de comunidade e comunitário

O uso indiscriminado dos termos comunidade e sociedade, ainda no final do século XIX, instigou Ferdinand Tönnies ao desenvolvimento de longo estudo, centrando-se no aspecto opositor desses dois conceitos. Originalmente publicado em 1887, *Gemeinschaft und Gesellschaft* (Comunidade e Sociedade) buscou a base primária da formação da comunidade, partindo da necessidade dos indivíduos de viverem uns em relação com os outros. O próprio nascimento coloca o ser como dependente completo de um outro indivíduo. Conforme Tönnies (1973), a partir dessa relação de mútua dependência, a vida em comunidade estaria embasada em três relações primárias que a conformariam: a relação mãe e filho, a relação marido e mulher e a relação parental, como entre irmãos e irmãs, que seriam as relações de consanguinidade. Segundo o autor, o estabelecimento dessas relações primárias fortalecem os laços de pertencimento dentro da comunidade, pois além de serem constituídos muito cedo na vida do indivíduo, estão tão estreitamente ligadas que se tornam o embasamento da manutenção e proteção dessa mesma comunidade, para a qual o que lhe é externo pode ser visto como ameaçador.

Tudo que é confiante, íntimo, que vive exclusivamente junto, é compreendido como a vida em *comunidade* (assim pensamos). A *sociedade* é o que é público, é o mundo. Ao contrário, o homem se encontra em comunidade com os seus desde o nascimento, unido a eles tanto no bem como no mal. Entra-se na sociedade como em terra estrangeira (TÖNNIES, 1973, p. 97, destaque do autor).

Na teoria da comunidade, desenvolvida por Tönnies (1973), são abordadas questões referentes à manutenção da ordem, visto que dentro das relações entre indivíduos aparecem as desigualdades, as quais mantêm-se no limite do direito e do dever para com o coletivo. A força da relação com o coletivo é tão forte que o direito individual se torna insignificante, e se por acaso esse direito individual parecer para alguém algo mais forte, esse alguém acaba desvinculando-se do coletivo. Nesse sentido é que o autor considera que quanto menos conviverem os indivíduos dentro da comunidade, mais independentes do grupo estarão estabelecidas as relações de sobrevivência, e quanto mais envolvidos com o grupo, mais dependentes deste estará o indivíduo. Sobre esse aspecto da vida na comunidade o autor traz para a discussão dois conceitos primordiais para entender a vida em comunidade: a compreensão e a concórdia. Sobre a primeira, expressa que “deve-se entender por *compreensão* (consensus) sentimentos recíprocos comuns e associados, enquanto vontade

própria de uma comunidade” (TÖNNIES, 1973, p. 102, grifo do autor). Esse sentimento de compreensão estabeleceria a vida em comum, onde as decisões tomadas pela comunidade estariam representando as vontades individuais, no entendimento de que o que é interesse do coletivo também se estabelece como interesse do indivíduo, numa menção ao conhecimento íntimo entre os pertencentes ao grupo. Essa vontade comum tornada naturalizada é chamada pelo autor de concórdia.

A forma geral da vontade comum determinante, tornada tão natural como a própria língua e que, em consequência, contém compreensões muitas diversas, cujas formas são fixadas por suas regras, eu chamo concórdia (concórdia: como uma aliança cordial e uma harmonia). Compreensão e concórdia, portanto, são a mesma coisa: vontade comum em suas formas elementares, compreendidas como compreensão em suas relações e ações particulares, como concórdia em sua força e natureza gerais (TÖNNIES, 1973, p. 104).

Finalizando a teoria da comunidade, Tönnies (1973) salienta que a compreensão e a concórdia são acordos implícitos, que se estabelecem em ambientes propícios, não podendo ser estabelecidos a priori. O que pode ser estabelecido de forma construída conscientemente entre os indivíduos seria o pacto, acordo comum às partes que as aceitam. Mas somente onde existisse a compreensão e a concórdia estaria instituída uma comunidade. Comunidade que até pode existir em grupamentos maiores, visto que esses podem estar imbuídos de um espírito comum, tendo sempre por base a família. Esses grupamentos maiores formariam as cidades, as regiões e as nações, sempre conformadas por unidades menores de comunidades, como as comunidades religiosas, que, segundo o autor, “é, ao mesmo tempo, a última e mais alta manifestação da qual a ideia de comunidade é capaz” (TÖNNIES, 1973, p. 106), pois indiferente da fé, busca englobar toda a humanidade num mesmo e único princípio da vida.

Entrando na teoria de sociedade, entendida como o lado social da vida dos indivíduos, esta se caracteriza por enxergar o ser nas suas particularidades, dentro de uma convivência sem dependência entre uns e outros, significando momentos passageiros, e não de permanência do sujeito. Para Tönnies:

Segundo a teoria da sociedade, esta é um grupo de homens que, vivendo e permanecendo de maneira pacífica uns ao lado dos outros, como na comunidade, não está organicamente unidos mas organicamente separados; enquanto na comunidade estão unidos, apesar de toda separação, na sociedade estão separados, apesar de toda ligação (TÖNNIES, 1973, p. 106).

Mesmo em estado de paz, para Tönnies (1973), a caracterização da sociedade manifesta-se a partir de uma constante tensão entre os indivíduos, que estão sempre em negociação de poder, em processos constantes de trocas (sejam de serviços ou produtos), as quais devem beneficiar a todos os interessados (cada um deverá ver vantagem na troca

proposta, conforme seus valores pessoais, se não o interesse não se configura). Nesse sentido na sociedade não se estabelece o bem comum como entendido no meio comunitário, porém se estabelece um bem comum no sentido de ambos os indivíduos estarem, no momento de negociação de troca, numa comunhão de vontades de exercê-la. Esse ato é chamado pelo autor de vontade social. E essa vontade social dura enquanto durar a negociação estabelecida pelo acordo mútuo. Na sociedade, o acordo mútuo passa a ser público quando é universalmente válido ao ser considerado, por todos, como equivalente para as partes. Porém pode não haver esse consenso da universalidade dos valores para as partes, visto o entendimento público que um dos valores negociados não pode ser considerado o valor real (justo). Nesse embate há uma instância de julgamento (juiz), que apoiada pelos outros integrantes da sociedade, volta a estabelecer o que é aceitável como valor real e passa a ser por todos reconhecido e aplicado.

Ainda, conforme Tönnies (1973), na sociedade, a vontade comum passa a ser denominada contrato, o qual estabelece uma relação de igualdade entre as partes interessadas. As vontades presentes no contrato podem dizer respeito a ações presentes ou ações futuras, assim como podem estabelecer relações entre coisas concretas (produtos) que podem ser entregues imediatamente, ou entre ações futuras (serviços), que precisam transformar-se em palavras para poderem ser firmadas. Os contratos, nas suas particularidades, são entendidos como vínculos legais entre os indivíduos, os quais geram relações de obrigações de uns para com os outros, sendo estabelecidos os papéis dos credores e dos devedores. Esses contratos podem ser estabelecidos de um para um, entre os indivíduos, ou ainda muitos podem se juntar e estabelecer uma relação de contrato conjunto para determinada ação. Essa junção entre indivíduos com um mesmo fim passa a chamar-se de associação ou sociedade, e deverá ser reconhecida pela coletividade para existir realmente como alguém que também possa usufruir de direitos e deveres (hoje conhecidas como as pessoas jurídicas). Todas essas relações estabelecidas na sociedade, que regula as liberdades individuais e partilhadas, organizadas a partir de necessidades privadas, constroem de forma “artificial e fictícia” uma “vontade social comum” (TÖNNIES, 1973, p. 112), a qual se dá por convenção.

A sociedade, portanto, pela convenção e pelo direito de um agregado, é compreendida como uma soma de indivíduos naturais e artificiais, cujas vontades e domínios se encontram em associações numerosas, mas que permanecem, entretanto, independentes uns dos outros e sem ação interior recíproca (TÖNNIES, 1973, p. 113).

Estaria nessas relações pessoais a maior diferença, e talvez o maior mal, visualizado pelo autor, entre os conceitos de comunidade e sociedade. Contrapondo as ligações profundas

e primárias familiares dos membros da comunidade, nas sociedades as relações se estabeleceriam a partir de interesses e concorrências que fariam com que cada membro procurasse sobressair-se aos outros, e se preciso fosse, levariam às últimas consequências as relações de deslealdade, onde levar vantagens na vida pessoal e nos negócios estabeleceria a norma da sobrevivência social. A sociedade estaria embasada a partir das relações comerciais, podendo ser considerada uma sociedade comercial (TÖNNIES, 1973).

É Martin Buber (2008) quem se debruça nos conceitos de Tönnies (1973) e propõe um novo olhar para a definição de comunidade. Esse novo olhar se apresenta a partir de seu texto *Nova e Antiga Comunidade* (publicado no ano de 1899), onde parte do pressuposto da necessidade própria do homem pela vida, e que as comunidades devem se formar com objetivos próprios de serem comunidades, e não como as antigas comunidades, as quais para Buber (2008) estariam sempre vinculadas a uma função utilitarista. A relação dos indivíduos também é, para o autor, necessária de ser vista como uma relação das contradições em harmonia, e não mais como uma prevalência de pensamento único em comum acordo.

Ao contrário, nós somos unidos por uma necessidade de vida que liga homens de nosso tempo, e a diversidade de opiniões nos é tão cara e valiosa como para as coisas o é a variedade de formas e das cores. Aqueles instituem na comunidade coerção, nós instituímos nela a maior liberdade (BUBER, 2008, p. 36).

A ideia de Buber (2008) foi embasada na existência de uma comunidade formada por homens que partilhassem as mesmas ideias, que se encontrariam e se identificariam nas suas vivências. Não seria a simples vida em comum, a convivência que aproximaria os indivíduos, mas seus pensamentos mais íntimos. A formação comunitária não poderia ser imposta de dentro do grupo para fora, mas estaria tão enraizada no homem, que este ao externalizar seus pensamentos entraria em comunhão com os seus pares. Declara Buber (2008) que a comunidade não pode ser pensada somente possível como algo pré-social, como afirmavam alguns pensadores da época (referindo-se a Tönnies), mas deve ser considerada como pós-social, pois essa nova conformação de comunidade estaria muito além da convivência em sociedade, ultrapassando as relações de necessidades mútuas que se estabelecem entre os indivíduos (quer sejam necessidades primárias de sobrevivência, ou ainda as necessidades comerciais). Para o autor a humanidade “que teve sua origem em uma comunidade primitiva e obscura e sem beleza e passou pela crescente escravidão da “sociedade”, chegará a uma nova comunidade, que diferentemente da primeira, não terá mais como base laços de sangue, mas laços de escolha” (BUBER, 2008, p. 39, destaque do autor).

Essa nova comunidade teria na base a relação entre os indivíduos, denominado por Buber (2008) como o inter-humano, que seriam todas as ações e reações de um homem para com outros homens, cujas interações se daria o nome de sociedade. Essa sociedade estaria formada por indivíduos que possuem características próprias e os quais interagem entre si, e que justamente nessas relações como diferentes geram as estruturas sociais. Cada indivíduo se constitui como parte da sociedade, sendo preservadas suas características, e que por isso mesmo, nessa preservação da diferença, tornam-se semelhantes entre si.

Esse conceito de comunidade, para Buber (2008), parte do princípio da relação intrínseca existente entre o homem e Deus. E por isso mesmo estaria impregnada, em cada homem, a essência da vontade da universalidade da existência. Essa se realizaria, a partir da vontade individual, através da posse da terra, da realização do trabalho, da ajuda mútua, do espírito religioso, que viriam a conformar as comunidades. Conforme Buber:

Se a união entre os homens acontece sob o signo da terra, surge a comunidade de vila que administra o solo comum; se a união acontece sob o signo do trabalho, surge a cooperativa que se dedica à obra comum; se a união acontece sob o signo da ajuda, surge a camaradagem que aspira em comum à realização pela educação mútua; se a união acontece sob o signo do espírito, surge a fraternidade que invoca em comum o Absoluto, o proclama e o celebra. Estas quatro espécies de comunidade e seus tipos correspondentes de liderança podem fundir-se e articular-se de diversas maneiras (BUBER,2008, p. 47-48).

A junção de diversas comunidades formariam, para o autor, os sistemas comunitários, que juntos instituiriam a legítima humanidade. Dentro dessa perspectiva vale ressaltar que nesse pensamento, tanto as comunidades, como o sistema comunitário, se estabelecem a partir da multiplicidade dos seres que os formam. Assim, dentro de uma comunidade está a riqueza da pluralidade de indivíduos, como dentro dos sistemas comunitários está a pluralidade das diferentes comunidades. Porém Buber (2008) mantém, como Tönnies (1973), a diferenciação entre comunidade e sociedade centrada na relação existente entre os homens. Para ele a comunidade se realiza para a existência conjunta, baseada na ajuda mútua, com a liberdade da expressão da individualidade, já a sociedade seria uma junção da massa que se mantém unida por coação, contrato, convenção e opinião pública (BUBER, 2008). Dentro dessa perspectiva é que também faz suas críticas ao sistema socialista que começava a se impor nas sociedades, visto considerar que não adiantava a camada desfavorecida apoderar-se do Estado e apenas substituir as instituições, pois não estariam dessa forma realmente transformando as relações sociais e caminhando para o comunitário. Esse só pode ser realizado pela conquista de autonomia das comunidades, que se estabelecem e fortalecem pela existência concreta e amadurecimento. Ainda, antes disso, é preciso que os indivíduos realmente queiram e se

proponham a efetivarem as mudanças pessoais que levam a realização das comunidades, que se interessem pelo bem comum, e diferente de como agem frente a participação política, onde mantem-se apenas na aparência, a vida em comunidade exige o investimento real e irrestrito.

Para que tudo isso ocorra é preciso que os homens e multidões de homens se despojem de muitas vantagens e privilégios particulares para o bem da comunidade e tomem parte de sua economia comunitária com toda a sua habilidade de trabalho; é necessário o inaudito, a saber, que os homens, as multidões, queiram a comunidade com toda a força de sua alma. É necessário que os homens se interessem pela comunidade às quais pertencem, do mesmo modo pelo qual se interessam por seus assuntos amorosos e suas amizades (BUBER, 2008, p.57-58).

A autoafirmação de cada comunidade assim constituída é que daria a possibilidade de existência de associações de comunidade, e essas realmente estariam representadas por indivíduos conscientes do seu papel dentro do seu círculo comunitário, e as decisões então seriam tomadas comunitariamente. Para começar este processo, mesmo considerando a sociedade de onde Buber falava, no ano de 1924, o autor propõe uma reformulação das relações dos indivíduos com as bases comunitárias, quais sejam a relação com a comunidade família, a comunidade de trabalho e a comunidade da vila (que estaria associada a uma localização do espaço geográfico, como o local, mas que se configuraria menor que a cidade). Para Buber (2008) ao homem é preciso consciência do papel que possui para a concretização das novas comunidades, pois o comunitário não pode mais ser pensado somente como o ter ou ser em comum, mas deve ser pensado como a construção de uma convivência autêntica entre uma multiplicidade de pessoas, sem uma finalidade ou interposição que venha a tolher as suas manifestações, mas muito pelo contrário que venha a dar plena liberdade de expressão a totalidade dos seres.

Mais contestador ao conceito original de Tönnies (1973), está Goldsmith (1999) ao identificar uma tendência da sociedade moderna para agrupar-se no que chamou de comunidade de escolhas, (pensamento já presente em Buber (2008) quando referiu-se a nova comunidade a ser desenvolvida pela humanidade, a qual não terá mais laços de sangue, mas laços de escolha). Essa se formaria unicamente a partir do interesse do indivíduo em pertencer aos grupos, não tendo mais nenhuma obrigatoriedade de manutenção das relações históricas, as quais herdava através da família, do trabalho ou da localização geográfica, que lhe definia a comunidade a qual pertenceria. Conforme Goldsmith (1999), deixar essa comunidade tinha um custo muito alto para o indivíduo, diferente do que será a relação com a comunidade de escolha, “muitas comunidades do futuro terão outro caráter, já que serão de escolha. Um membro desta poderá abandoná-la quase sem aviso e a um custo pessoal muito baixo. [...] A

comunidade deverá demonstrar seu valor aos membros, tanto ou mais que eles a ela” (GOLDSMITH, 1999, p, 141, tradução nossa).

A globalização, no que tem de negativo e positivo, é o marco potencializar da grande mudança de comportamento das pessoas para Goldsmith (1999). A partir da conectividade, estabelecem-se novas possibilidades de existência no mundo – de localização, de comunicação, de religião, de cultura, de serviços – que irão configurar novos grupos sociais abertos a diferentes participações, e por isso mesmo, sob outra forma de relacionamento com os seus membros. O autor apresenta algumas comunidades de escolha que irão surgir:

1. **Comunidades geográficas:** a medida que aumentam os meios de mobilidade e os meios de comunicar-se entre fronteiras, diminui a necessidade percebida de permanecer em uma comunidade geográfica [...]; 2. **Comunidades religiosas:** as comunidades religiosas do futuro serão integradas, em grande parte, por pessoas que farão por escolha pessoal [...]; 3. **Comunidades culturais:** historicamente o pertencimento a uma comunidade cultural transcendia ao lugar e ao tempo, já que dependia da herança étnica e geográfica. No futuro, a cultura será livre para escolha pessoal [...]; 4. **Comunidades organizacionais:** a adesão às comunidades organizacionais também tendem a ser mais fluidas e menos estáveis. Atrair e conservar os mais eficientes será um dos grandes desafios das organizações do futuro. [...]; 5. **Comunidade dos serviços voluntários:** no passado a gama de possibilidades para prestar serviço voluntário era muito mais limitada do que é hoje. O crescimento acelerado do “terceiro setor” criou muitas oportunidades até agora inexistentes [...]; 6. **Comunidade de interesse:** a internet e outras tecnologias da comunicação criam um ambiente que facilita a criação de comunidades de interesse altamente especializadas (GOLDSMITH, 1999, p. 141-143, grifo nosso).

Essas novas comunidades exigirão outro comportamento dos indivíduos, pois potencializam o exercício pleno da tomada de decisão, individualizando as razões de escolha, as quais irão se identificar com esse ou aquele grupo, e que também pode ocorrer apenas por um determinado tempo, visto o baixo comprometimento gerado entre as partes, frente às inúmeras possibilidades que estarão sempre disponíveis. Para o autor, os líderes das comunidades de escolha deverão ter características bem específicas, devendo atentar para o compartilhamento das ideias, garantindo a participação dos membros; clareza nos objetivos para que possam contemplar a todos os interesses; como também devem conseguir valorizar os integrantes, de forma que se sintam em constante crescimento e satisfação pessoal (GOLDSMITH, 1999).

O conceito de comunidade e comunitário, a partir dos autores trabalhados acima, ganhou vários outros olhares, entre autores antigos e modernos. A cada época social adaptou-se aos usos e costumes que ora lhe impunha novo significado, ora ideologia. Para Paiva (2003), não se pode esquecer que o conceito está impregnado de outros conceitos, como “povo, nação, estado e sociedade. Mas é preciso não deixar de explicitar, [...] que apesar de referir-se a sentimentos, afetos à ordem tradicional, falar de comunidade pode significar

também aportar na temática da sociedade presente” (PAIVA, 2003, p.65) mencionando os tempos atuais, de base tecnológica e virtualidades. Um dos primeiros pontos a serem considerados, para atualizar o conceito a partir do final do século XX e início do século XXI, é a desterritorialização do conceito de comunidade, e ainda, quem sabe, a oposição que traça com a sociedade.

Antes de entrar nas questões mais prementes da atualidade, entende-se importante abordar as duas noções básicas sobre significados e definições do conceito apresentado por Paiva (2003): no âmbito da psicologia considera comunidade centrada no indivíduo, nas suas relações de solidariedade, identidade, integração; já para a ecologia está plenamente ligada às questões territoriais, ao local onde se situa o grupo. Mas ambos os significados fazem relação ao grupamento humano que sempre esteve na base do conceito, desde Tönnies a Buber – a família (grupo e território). Porém, a autora mesmo considera que essa identificação, familiar, de contiguidade territorial, já não está na premissa da sociedade atual, visto que as identificações nos grupos não prescindem mais da proximidade física, a tecnologia possibilitou outras formas de contato, o que fomentou a organização dos grupos por identificação ideológicas, culturais, de gênero, etc.

Assim, o homem torna-se livre para solidarizar-se, cooperar, amar uma pessoa escolhida por critérios diversos daquele de sangue – no caso dos parentes – e de solo – os vizinhos e conterrâneos. A escolha de amigos e colegas pode ser dirigida então por fatores como afinidade de interesses, ideias, valores ou até mesmo vantagens de cooperação. E, uma vez que o interesse comum é aceito como elemento agregador, é possível admitir que, dentro duma mesma família ou vilarejo possam formar-se “subcomunidades”, tendo como base a idade, o sexo; ao passo que nas comunidades urbanas mais complexas e pluralísticas possam emergir “subcomunidades” de língua, raça, classe, ideologia, religião. Neste esquema inscrevem-se então, “a comunidade dos artistas”, “a comunidade científica”, “a comunidade internacional”, ou seja, sempre norteada por interesses e valores comuns (PAIVA, 2003, p. 73, destaques do autor).

Nesse sentido, o termo comunidade passa a significar uma diversidade de possibilidades de agrupamentos, mas tendo, pelo menos, como uma certeza, objetivos ou interesses específicos. Paiva (2004) considera que justamente essa relação de interesses comuns que agrega pessoas para algumas situações específicas está vinculada ao fato que o Estado, nas suas responsabilidades de políticas públicas nas mais diferentes áreas – saúde, educação, segurança, transporte, etc. – tem se eximido de forma cada vez mais evidente. É a política do estado mínimo, no liberalismo econômico, deixando nas mãos da sociedade a busca de soluções para a manutenção básica de condições de vida. A autora entende que “o antagonismo é realmente entre o ‘liberal’ e o ‘comunitário’” (PAIVA, 2004, p. 62, destaque do autor).

Mas o que vem a significar o comunitário? E liberal? Para o conceito de liberal podemos partir da ideia de emancipação, essa vinculando o indivíduo em relação ao social, familiar, territorial. Já comunitário estaria vinculado ao interesse do bem comum, a força do grupo, das ligações sociais, vinculando o indivíduo aos laços de fraternidade e projeto único (PAIVA, 2004). Porém sobre essa formação de comunitário não podemos deixar de mencionar o risco de cair no radicalismo das ideias, onde o grupo fecha-se de tal forma a sua ideia de pensamento único levando ao comunitarismo, o qual apresenta um quadro de exclusivismo, racismo, autoritarismo, banindo da essência do bem comum a pluralidade e diversidade de ideias.

Neste momento, faz-se necessário um olhar voltado para as proposições dos indivíduos que estão agrupando-se no intuito de resolver questões sejam de ordem pessoal, de identidade, de pertencimento, ou ainda buscando alternativas às formas sociais, políticas e econômicas que se apresentam neste nosso século. E é justamente nesse contexto, de capitalismo liberal e globalização, que Castells (1999) identifica que os movimentos urbanos tiveram papel de destaque como resistência às imposições políticas, econômicas e culturais, visto que o cenário não deixava alternativa às pessoas. E a base primeira para essa reação só podia ser o território local: “subitamente indefesas diante de um turbilhão global, as pessoas agarram-se a si mesmas: qualquer coisa que possuíssem, e o que quer que fossem, transformou-se em sua identidade” (CASTELLS, 1999, p. 80). Quanto mais o global ia se disseminando, mais os indivíduos se agarravam ao local: “minha vizinhança, minha comunidade, minha cidade, minha escola, minha árvore, meu rio, minha praia, minha capela, minha paz, meu ambiente” (CASTELLS, 1999. P. 80).

Foram muitos os movimentos que se estabeleceram nesse período, porém ao longo do tempo, tomaram rumos distintos: 1. alguns passaram a compor junto aos governos, através de diferentes formas de participação; 2. outros constituíram grupos reativos, porém centrados em interesse pelos seus próprios espaços, num individualismo coletivo; 3. outros, ainda, organizaram-se em busca de um bem estar próprio, a partir de solidariedade e compartilhamento (geralmente tinham por trás uma instituição religiosa), sendo considerados os grupos que mais se aproximam das comunidades conceituais; 4. e, também tiveram os que, presentes em áreas urbanas segregadas, formaram os grupos mais radicais, como as gangues (CASTELLS, 1999).

A aproximação dos indivíduos e posterior organização em movimentos sociais supre a necessidade de pertencimento que é nata ao homem, visto que cada integrante do grupo reforça e é reforçado na sua identidade. Conforme Castells,

As comunidades locais, construídas por meio da ação coletiva e preservada pela memória coletiva, constituem fontes específicas de identidade. Essas identidades, no entanto, consistem em reações defensivas contra as condições impostas pela desordem global e pelas transformações, incontroláveis e em ritmo acelerado. Elas constroem abrigos, mas não paraísos (CASTELLS, 1999, p. 84).

Esse retorno às comunidades traz intrínseca a desestruturação vivenciada pelos indivíduos, a qual está marcada pela quebra das barreiras da temporalidade e espacialidade, além de estar centrada na individuação da sociedade. Para Castells (1999) a era da informação potencializou a existência do que nominou de comunas culturais, as quais podem ser caracterizadas por serem reativas a essa sociedade hegemônica, construindo, como proteção, códigos culturais específicos com valores próprios. E nessa particularidade é que o autor vislumbra a possibilidade de haver um fechamento dos grupos em comunas culturais que se limitam às suas fronteiras. E assim nos depararíamos com o comunitarismo e não com o comunitário.

Paiva (2004) apresenta uma alternativa para esse cenário do comunitário, que tanto está em pauta na ânsia de buscar soluções às problemáticas da atualidade – pobreza radical, desigualdade excessiva, degradação do meio ambiente, desterritorialização, desculturalização, governabilidade – que nominou de Comunidade Gerativa: “trata-se do conjunto de ações norteadas pela preocupação pelo bem comum, especialmente no momento em que se detecta a falência dos projetos políticos” (PAIVA, 2004, p. 57). Estaria fortemente vinculada a área da comunicação, visto estabelecer uma premência pela prática de ações a partir das vivências locais e diárias, estabelecendo novas formas de relacionamento entre os indivíduos.

Por comunidade gerativa, queremos designar o conjunto de ações (norteada pelo propósito do bem comum) passíveis de serem executadas por um grupo e/ou conjunto de cidadãos. A proposição parte da evidência de que o horizonte que caracteriza a sociedade contemporânea – a falência da “política de projetos”, a descentralização do poder, a forte tônica individualista e cosmopolita – produz a busca de alternativas. E, dentre elas, a de atuação de uma política gerativa, ou seja a **ênfase nas ações práticas do cotidiano e da localidade** (PAIVA, 2004, 58-59, destaque do autor, grifo nosso).

Entendemos que é, ainda, necessário abordarmos o termo comunidade, na perspectiva de Peruzzo (2002a), onde o mesmo está servindo para identificar os mais diferentes fenômenos atuais, como as comunidades virtuais. Estaria relacionado aos segmentos sociais, sistema social, agrupamentos sociais ou ainda formas de organização social, o que deixa clara a multiplicidade de relações estabelecidas entre os indivíduos. Para a autora “as mudanças vividas na sociedade e que têm contribuído para constituir novas formas de organização social e de sociabilidade, alteram determinados paradigmas e indicam a necessidade de revisitar e repensar os conceitos de comunidade” (PERUZZO, 2002a, p. 277). A aplicação do termo nas

realidades com as quais convivemos no século XXI precisa manter uma coerência conceitual mínima, conforme os aspectos destacados por Peruzzo (2002a, p. 281) quais sejam a “integração, participação, confluência em torno de interesses, algumas identidades, sentimento de pertença, caráter cooperativo”, porém o olhar deverá estar aberto às realidades concretas, sejam elas nos moldes tradicionais ou nas novas conformações.

As redes virtuais talvez sejam uma das configurações de comunitário que mais têm causado impacto no conceito, visto mexer com questões como territorialidade, espaço, convivência, presença, constância:

O novo modo de comunicação, ao transformar radicalmente as dimensões do espaço e do tempo, também possibilitou a vivência de eventos simultâneos sem a necessidade de se estar num mesmo lugar. Estão nesse processo os mecanismos que aceleram possibilidade de surgimento de novos tipos de comunidades ou a transformação de elementos básicos até então exigidos para a caracterização de uma comunidade (PERUZZO, 2002a, p. 282).

Ao mesmo tempo, a autora reforça questões já abordadas quanto à manutenção mínima de características do que vem a ser o comunitário, lembrando também que virtual não quer dizer imaginativo, “estaremos entendendo aqui, virtual no sentido filosófico” (PERUZZO, 2002a, p. 284). Nesse sentido, cabe o entendimento que as relações que se estabelecem via rede mundial de computadores, mesmo que muitas vezes ligando os diferentes cantos do mundo, não necessariamente irão formar comunidades virtuais, dependendo para isso do objetivo da conexão que os mesmos se propõem. Não é a conexão em si que estabelece as relações, mas talvez possamos pensar que as relações é que estabelecem conexões, visto que a proposição de qualquer tipo de ordenamento de uma comunidade irá passar por uma vontade individual de ligação entre as pessoas, e a tecnologia propiciou a ampliação desses contatos. Ainda, conforme Peruzzo “para uma rede configurar-se enquanto uma comunidade virtual há necessidade de portar características que condizem com os conceitos de comunidade, o que descartaria aquelas de relacionamentos ocasionais, dispersos e de pouca organicidade” (2002a, p. 288).

Na tentativa de definir o que poderíamos considerar como essencial ao comunitário hoje, Peruzzo (2002a) compila algumas características que dariam o caráter ao que seja comunidade, propondo os seguintes tópicos: participação efetiva, inclusive na tomada de decisões; sentimento de pertencer ao grupo e por isso mesmo estar comprometido com o processo; compromisso com o cooperativo; vivência no coletivo, com aceite das regras; identidade coletiva; reconhecimento individual como parte do todo; busca comum de questões essenciais ao grupo; proposição de novas formas, uma nova sociedade; comunicação e

interação entre os membros integrando o virtual e o territorial; linguagem comum e partilhada. Todas essas especificidades, mas não necessariamente na emergência de se estabelecerem integralmente, dizem respeito às diferentes formas de comunidade, visto que a ligação é o ponto chave para as relações, pois a virtualidade e a territorialidade podem passar a fazer parte, simplesmente, do processo comunicacional na conformação dos meios.

Quem sabe é chegada a hora de o foco das atenções estarem mais centradas nas questões referentes ao propósito dessas novas formas de comunitário que estão se estabelecendo, deixando de lado a pureza do conceito, ou a questão da importância maior ou menor, em saber se o uso está em conformidade com as bases epistemológicas. Também mais do que identificar essas comunidades, é premente entender o que instiga os indivíduos a participarem das mesmas, quais suas motivações para que passem do encontro em grupo para ações concretas, ou justamente o que falta para que interfiram nas suas realidades de forma mais dinâmica. A participação comunitária será o tópico a ser abordado na sequência.

2.2 Participação comunitária e cidadania

Para falarmos de participação comunitária, partimos das questões inerentes à participação popular e dos espaços que se configuram para que haja essa participação. Então, é preciso falar dos espaços democráticos, de direitos e deveres, de cidadania. Para uma definição mínima de democracia, conforme tratado por Bobbio (1986), podemos contrapor os diferentes tipos de regimes políticos, principalmente no que diz respeito à tomada de decisão. Assim, democracia estaria na configuração de um regime onde há uma partilha do poder de decisão, contrapondo aos regimes totalitaristas cuja decisão fica concentrada. Para a democracia, visto a decisão estar distribuída, há uma necessidade que sejam estabelecidas regras mínimas (legislação) que irão definir os limites da tomada de decisão, sempre no intuito de primar pelo coletivo ao individual:

[...] caracterizada por um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e com quais procedimentos. Todo grupo social está obrigado a tomar decisões vinculatórias para todos os seus membros com o objetivo de prover a própria sobrevivência, tanto interna como externamente. Mas até mesmo as decisões de grupo são tomadas por indivíduos (o grupo como tal não decide). Por isto, para que uma decisão tomada por indivíduos (um, poucos, muitos, todos) possa ser aceita como decisão coletiva é preciso que seja tomada com base em regras (não importa se escritas ou consuetudinárias) que estabeleçam quais são os indivíduos autorizados a tomar as

decisões vinculatórias para todos os membros do grupo, e à base de quais procedimentos (BOBBIO, 1986, p. 18).

Como estamos inseridos num meio social, mesmo numa democracia temos que considerar a necessidade de se adotar uma condição para a tomada de decisão, que venha a contemplar ao todo, porém que reduza em quantidade o número de pessoas que irão participar ativamente do processo decisório nas suas diferentes instâncias. Para isso, conforme Bobbio (1986), se fez necessário atribuir mais uma premissa à democracia: qual seja a de que a pessoa escolhida para a tomada de decisão tenha garantido a sua liberdade de escolha frente às opções que se apresentam. A garantia das liberdades individuais está vinculada com “os direitos à base dos quais nasceu o estado liberal e foi construída a doutrina do estado de direito em sentido forte” (Bobbio, 1986, p.20). Temos que considerar que garantidas as liberdades individuais, então a escolha dos sujeitos tomadores de decisão se fará a partir do reconhecimento de determinado grupo na identificação desse sujeito e suas respectivas escolhas. Assim, não mais os sujeitos são os atores diretos da democracia, mas os grupos, que escolhem suas posições e seus representantes, e com isso estabelecem uma democracia representativa:

Os grupos e não os indivíduos são os protagonistas da vida política numa sociedade democrática, na qual não existe mais um soberano, o povo ou a nação, composto por indivíduos que adquiriram o direito de participar direta ou indiretamente do governo, na qual não existe mais o povo como unidade ideal (ou mística), mas apenas o povo dividido de fato em grupos contrapostos e concorrentes, com a sua relativa autonomia diante do governo central (autonomia que os indivíduos singulares perderam ou só tiveram num modelo ideal de governo democrático sempre desmentido pelos fatos) (BOBBIO, 1986, p.23).

Ao estabelecermos uma relação de representatividade entre grupos e indivíduos imbuídos da tomada de decisão, entra em reflexão questões referentes à defesa, em todos os graus, de interesses particularizados, visto que mesmo representativos de grupos, os indivíduos escolhidos não necessariamente estariam considerando a totalidade do Estado. Para Bobbio (1986), muito pelo contrário, os grupos passam a defender os seus interesses como do Estado. Surge a discussão sobre democracia representativa ou ainda a democracia direta, entre tantos outros contrapontos que nos levam a certeza de que estamos em processo de desenvolvimento democrático, o qual ainda tem muito a crescer e ser experimentado.

Ficamos então com questão relativas aos espaços possíveis de participação dos indivíduos, representados ou de forma direta, os quais se fazem cada vez mais urgentes que sejam ampliados, mesmo dentro das democracias:

[...] já que a democracia moderna nasceu como método de legitimação e de controle das decisões políticas em sentido estrito, ou do "governo" propriamente dito (seja ele nacional ou local), no qual o indivíduo é considerado em seu papel geral de cidadão

e não na multiplicidade de seus papéis específicos de fiel de uma igreja, de trabalhador, de estudante, de soldado, de consumidor, de doente, etc. Após a conquista do sufrágio universal, se ainda é possível falar de uma extensão do processo de democratização, esta deveria revelar-se não tanto na passagem da democracia representativa para a democracia direta, como habitualmente se afirma, quanto na passagem da democracia política para a democracia social — não tanto na resposta à pergunta "Quem vota?", mas na resposta a esta outra pergunta: "Onde se vota?" (BOBBIO, 1986, p. 27-28, destaque do autor).

Nessa perspectiva temos uma multiplicidade de espaços que fisicamente ocupamos, nos quais temos personalidades próprias e específicas – como pais, profissionais, pacientes, clientes – e a possibilidade de participação ativa em cada um desses ambientes, considerando que estamos imbuídos de poder de influencia na tomada de decisão (ao termos o poder de escolha dos nossos representantes), o que potencializaria o acesso das pessoas à discussão e encaminhamento de soluções às causas sociais, econômicas, culturais, etc. Porém, antes mesmo de buscarmos ampliar os espaços participativos, se faz urgente tratarmos de uma questão que está inerente à participação sociopolítica da população: a cidadania.

Para Vieira “a cidadania tem assumido historicamente várias formas em função dos diferentes contextos culturais. O conceito de cidadania, enquanto direito a ter direitos, tem se prestado a diversas interpretações” (2004, p. 22). Conquistados no século XVIII, os direitos individuais – à vida, liberdade, igualdade, de ir e vir – considerados direitos civis, foram classificados como os direitos de primeira geração, que contemplava também os direitos políticos, conquistados somente no século XIX – votar, ser votado, organizar-se política e sindicalmente – chamados de direitos individuais exercidos coletivamente. Os direitos de segunda geração foram alcançados no século XX, quando a humanidade avançou na conquista dos direitos considerados sociais, como o direito ao trabalho, saúde, educação, bem estar social. Os direitos de terceira geração, considerados os direitos difusos, dizem respeito aos direitos do homem enquanto coletividade, e estariam relacionados ao meio ambiente, às minorias, ao consumidor. E já se fala dos de quarta geração, relacionados à bioética, que trata dos limites de uso da engenharia genética (VIEIRA, 2004, p. 23).

Identificando um contrassenso entre as duas primeiras gerações de direitos, Vieira considera que “enquanto o direito de primeira geração – civis e políticos – exigia, para sua plena realização um Estado mínimo, os direitos de segunda geração – direitos sociais – demandariam uma presença mais forte do Estado para serem realizados” (2004, p. 23). E essa situação, na análise do autor, reflete na forte presença do liberalismo econômico (que prega o Estado mínimo) nas democracias, durante os últimos anos. Por consequência, há uma valorização dos direitos civis e políticos, em detrimento dos direitos sociais. A saída para essa

situação está na organização da sociedade, que através de associações, movimentos sindicais e partidos podem pressionar o Estado para o cumprimento e ampliação dos direitos.

A cidadania, definida pelos princípios da democracia, constitui-se na criação de espaços sociais de luta (movimentos sociais) e na definição de instituições permanentes para a expressão política (partidos, órgãos públicos), significando necessariamente conquista e consolidação social e política (VIEIRA, 2004, p. 40).

Bobbio (1986) apresenta capítulo específico sobre o tema, considerando que a educação para a cidadania é mais uma promessa do capitalismo que não se configurou ao longo do tempo. Na ideia que a própria democracia ensinaria a participação popular, o que se estabeleceu nos países democráticos, segundo o autor, foi a apatia política, ou ainda, quando existe uma participação mais expressiva, tem como objetivo os interesses próprios (BOBBIO, 1986). Então o que configuraria a cidadania? Para Peruzzo “em direito internacional a cidadania diz respeito à nacionalidade: o direito de pertencer a uma nação” (2002b, p. 2), porém indo além do simplismo dessa definição acrescenta “cidadania incorpora a garantia de se ter: a) proteção legal – na perspectiva de igualdade, como a de que todos são iguais perante a lei; b) o direito de locomover-se – ir de um lugar a outro livremente; c) participação política – votar e ser votado [...]; d) direito de expressão” (PERUZZO, 2002b, p. 2). Considera que na influência do pensamento liberal o conceito de cidadania estaria vinculado aos direitos dos indivíduos, porém se considerarmos os princípios de igualdade e liberdade, assegurados por lei, estaria vinculada aos direitos e deveres do indivíduo em relação à sociedade.

Mais um conceito que se faz presente na sociedade atual, cidadania pode ser entendida em diferentes interesses. Dagnino (1994) avalia que tem um lado positivo o termo cidadania ter ganhado espaço corrente nas discussões da atualidade, porém o uso do termo em demasia, sem ações efetivas de aplicação, causa desgaste e descrédito. Para a autora questões ligadas à cidadania estão vinculadas aos movimentos sociais e suas constantes buscas por direitos. Então, a cidadania:

[...] organiza uma estratégia de construção democrática, de transformação social, que afirma um nexos constitutivo entre as dimensões da cultura e da política. Incorporando características da sociedade contemporânea, como o papel das subjetividades, a emergência de sujeitos sociais de novo tipo e de direitos de novo tipo, a ampliação do espaço da política, essa é uma estratégia que reconhece e enfatiza o caráter intrínseco e constitutivo da transformação cultural para a construção democrática (DAGNINO, 1994, p.1).

Na América Latina, e num país como o Brasil, a miséria e a fome são apenas a parte visível de questões muito mais amplas da desigualdade social, que a autora chama de “autoritarismo social” (DAGNINO, 1994, p.1), o qual estabelece lugares para os indivíduos conforme sua classe, raça e gênero. E em repúdio a isso é que a cidadania deve passar pela

busca de transformações culturais, tanto quanto políticas, econômicas e sociais, visto ser necessária uma mudança que contemple a abertura de espaço para a diversidade de povos, raças, ideologias, onde cada indivíduo seja respeitado na sua diferença, pois é justamente a possibilidade de ser diferente que coloca a população num nível de igualdade. Para Vieira (2004) essas questões (fome, miséria, exploração de capital, saúde, etc.) já deixaram de ser nacionais, e devem ser consideradas numa amplitude maior, “é nesse contexto que nasce hoje o conceito de cidadão do mundo, de cidadania planetária, que vem sendo paulatinamente construída pela sociedade civil de todos os países, em contraposição ao poder político do Estado e ao poder econômico do mercado” (VIEIRA, 2004, p. 32).

Para a realização de ações concretas, oriundas dos direitos e da cidadania, Dagnino (1994) aborda a ideia de cidadania como estratégia política, salientando que não é um conceito universal nos usos e aplicações, muito pelo contrário, se constitui justamente a partir das constantes lutas, nos diferentes momentos históricos. É nesse sentido que propõe a noção de uma nova cidadania, que estaria calcada em: uma noção do direito de se ter direitos, que abarcaria a noção de se ter o direito de ser diferente dentro da igualdade; uma constituição de sujeitos que buscam ser reconhecidos, os não-cidadãos; na busca de igualdade nas relações sociais; numa proposta de mudança cultural; na participação efetiva de construção de uma nova proposta de sociedade onde se queira realmente estar inserido; e na abertura à diversidade nas suas múltiplas composições. Essa nova cidadania requer uma postura participativa dos grupos e indivíduos e, claro, a existência de espaços abertos pelo Estado, mesmo que instigados sob pressão dos movimentos populares, para a realização dessa participação. Dagnino (1994) traz como exemplo o orçamento participativo, os conselhos municipais, os fóruns de discussão:

O que essas experiências apontam é exatamente que essa redefinição não é apenas dos modos de tomada de decisões no interior do Estado como também dos modos como se dão as relações Estado-sociedade. Além disso, não parece haver dúvida quanto ao fato de que elas expressam - e contribuem para reforçar - a existência de sujeitos-cidadãos e de uma cultura de direitos que inclui o direito de ser co-partícipe da gestão da cidade. As dificuldades comumente apontadas para que os setores populares venham efetivamente a desempenhar esse papel, dificuldades que são reais e extremamente complexas, como as assimetrias de informação, de uso da linguagem, de saber técnico, não estão servindo de pretexto para que se descarte essa possibilidade, mas estão sendo enfrentadas na prática (DAGNINO, 1994, p.5).

Não podemos falar, então, de cidadania sem falar em participação popular e em comunicação. Com um dos direitos da cidadania, o direito à comunicação está articulado à educação para cidadania, tanto no processo de desenvolvimento de capacidades cognitivas para a expressão e uso da linguagem, passando pela busca de acesso à informação, como

também no acesso ao uso dos meios. Para Peruzzo “a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania [...] a pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura” (2002b, p. 8). O acesso à comunicação traz implícito o que, principalmente hoje, é tão caro aos grupos sociais, que é o domínio da informação, e com ele o poder de escolha por uma ou outra versão dos fatos a serem divulgados para a população. Aí está o mote para a luta constante para a democratização da comunicação no país e no mundo. A educação para a cidadania e o acesso aos meios de comunicação estão diretamente vinculados à participação popular, seja como resultado justamente da movimentação dos grupos sociais, ou ainda como premissa para que a participação popular se estabeleça como articuladora das mudanças necessárias às realidades sociais.

Nesse contexto é que entra a comunicação comunitária, visto que a um veículo de comunicação comunitária não basta que fale de problemas locais, é preciso que se abra a diversidade de uma programação produzida localmente cujos assuntos sejam reflexos de interesse da comunidade onde o veículo está situado. A esse rol de interesses podemos considerar as questões de infraestrutura, a produção cultural, o esporte amador, os direitos do consumidor, campanhas educativas e preventivas, entre outros assuntos situados nas esferas política, econômica, social, ligados à cidadania. No que diz respeito ao processo de democratização da comunicação, em nosso país, devemos nos ater não somente na questão de acesso à informação – que com o fim da censura no país é amplamente disponibilizada através dos inúmeros jornais, rádios e tevês, (excetuando alguma dificuldade de acesso ainda existente para populações paupérrimas, considerando condições geográficas e econômicas) – mas principalmente nas questões que digam respeito ao acesso da população para participar da produção e da emissão da informação, além da gestão dos veículos comunitários. Podemos classificar essa participação dos indivíduos, conforme Peruzzo, da seguinte forma:

1º) Participação ao *nível das mensagens*: compreende a divulgação de entrevistas, depoimentos, denúncias, avisos, pedido de música, o envio de sugestões, o concorrer em concursos, etc.; 2º) Participação ao *nível da produção de mensagens*: compreende a elaboração sistemática, periódica ou ocasional de notícias, desenhos, poesias, etc., os quais são transmitidos pelo meio de comunicação. Implica acesso a conhecimentos técnicos.; 3º) Participação ao *nível de produção de programas, de boletins informativos, etc.*: compreende a participação no processo de planejamento [...] de produção (redação, montagem, locução, etc.) e edição (seleção, cortes, complementos, etc.) Implica acesso aos conhecimentos e recursos técnicos e partilha na tomada de decisão; 4º) *Participação ao nível de planejamento global do meio de comunicação*: compreende a participação popular na definição da política editorial, na estrutura da programação global, [...]. Implica partilha na tomada de decisões; 5º) Participação ao *nível de gestão global do meio de comunicação*: compreende a participação popular no processo de administração e controle do veículo [...] Implica no exercício partilhado do poder; e 6º) Participação ao *nível do planejamento global*

dos meios de comunicação locais, regionais e nacionais: compreende o acesso à definição das políticas e planos globais de comunicação (PERUZZO, 1995a, p.147-148, destaque da autora) .

Aos níveis de participação, apresentados conforme a ordem acima, podemos acrescentar uma ampliação crescente, que vai desde a apropriação de uso, podendo chegar, idealizadamente, ao último nível, o que consideraremos a real democratização da comunicação no país. Porém, a democratização dos meios exige maturidade política da população, fato que é reiterado por Peruzzo quando diz “chamamos a atenção, também, no sentido de lembrar que os níveis mais avançados de participação popular requerem a permeação de critérios de representatividade e de co-responsabilidade, já que se trata do exercício do poder de forma democrática ou partilhada” (1995a, p. 148).

O comprometimento dos indivíduos, no que considerarmos os atos individualizados de cada cidadão frente às questões de interesse comum, e que é a base para a constituição das associações que poderão solicitar a outorga de veículos de comunicação comunitária (tanto rádios como tevês só poderão ser autorizados para associações sem fins lucrativos), irá refletir no caráter comunitário que esse apresentará. Para Peruzzo “as três modalidades de participação são: não-participação, participação controlada e participação-poder, porém não necessariamente são cronológicas nem excludentes entre si porque podem ser concretizadas dialeticamente” (1995a, p. 151).

Nos veículos comunitários, a não-participação da comunidade relega o mesmo a um fechamento em interesse próprio, pois as decisões e produções seriam tomadas a revelia de um interesse coletivo maior. Neste caso, mesmo que a gestão tenha interesse na partilha das responsabilidades, sem o interesse dos indivíduos, nada será concretizado. A participação controlada, por outro lado, também desvirtuaria o objetivo comunitário do veículo, visto que partiria da gestão o controle sobre os indivíduos. Esse controle poderia ser realizado de forma explícita, no regramento de uso dos equipamentos ou da grade de horário da programação, por exemplo, sendo chamada de “participação limitada” por Peruzzo (1995a, p. 152). Ou poderia ser realizada de forma dissimulada, chamada de “participação manipulada” (PERUZZO, 1995a, p. 153), onde os gestores influenciariam a tomada de decisão coletiva, já que possuem o domínio do conhecimento técnico e global do veículo. A terceira forma de participação, a participação-poder, seria o ideal de comprometimento dos indivíduos frente aos veículos de comunicação comunitária, visto que os mesmos se apropriariam, de forma coletiva, de todo o processo de gestão e manutenção do canal. Essa participação, conforme Peruzzo “é constituída com base em processos que favorecem a participação democrática, autêntica e

com autonomia, possibilitando melhor o crescimento da pessoa, ou da organização coletiva enquanto sujeito” (1995a, p. 154). E somente a essa última forma de participação popular é que deveria ser referida qualquer proposta de veículo de comunicação comunitária para que realmente seja canal de visibilidade às questões locais no âmbito da cultura, da educação, do meio ambiente, da política, do esporte, entre outras áreas de interesse.

Os canais comunitários, nas suas perspectivas teóricas de pleno funcionamento, são os meios possíveis de visibilidade dos fazeres e dizeres de boa parcela da população que fica aquém das coberturas midiáticas, visto que esses grupos só são de interesse da mídia hegemônica quando são pautas da criminalidade, pobreza, entre outros estigmas, como veremos no subtítulo a seguir.

2.3 A comunidade e o comunitário na mídia

Com a mudança política no país, nos anos 80, levando ao fim da ditadura e a passagem para um regime democrático, com eleições diretas no ano de 1989, há uma grande transformação nas políticas públicas e na sociedade como um todo. A comunicação comunitária, além de tratar de assuntos de interesse das comunidades locais, serve de veículo de conscientização política e formação cidadã, incentivando a população para que lute, cada vez mais, pelos seus direitos. Também as organizações civis se modificam, e o papel que era exercido, principalmente, pelos movimentos sindicais, ganha amplitude e é absorvido por diferentes movimentos organizados da sociedade civil, representados pelas ONGs, grupos religiosos, partidos políticos, minorias organizadas, associações de bairros, associações de classe e associações empresariais, entre tantos outros grupos representados. Segundo Peruzzo:

Os movimentos sociais têm passado por transformações em consonância com as mudanças ocorridas no contexto onde se inserem. Em primeiro lugar, passam de uma fase de manifestações públicas para uma outra em que se preocupam em constituir-se enquanto organizações legal e solidamente estruturadas. Depois, sentem a necessidade de uma articulação, a que alguns chamam de “unificação” dos movimentos. É a articulação de entidades e movimentos visando a ações conjuntas, em nível setorial, municipal, estadual e nacional. Por fim, passam a aceitar participar de parcerias com o setor público e também com instituições privadas, como forma de somar forças e atender às demandas crescentes da sociedade. (PERUZZO, 2002b, p. 5).

Esses atores sociais, além de serem mais organizados e com representatividade reconhecida, passam a conquistar espaços de manifestação em canais de comunicação

oficiais. Os grandes veículos de comunicação de massa obrigam-se a abrir espaço para assuntos que estão em discussão na sociedade, como as reportagens investigativas, as matérias que denunciam mau uso dos recursos públicos, desperdícios e grandes escândalos políticos e empresariais. Porém, esses mesmos veículos é que pautam suas coberturas, ficando a população à deriva de um maior ou menor comprometimento político e econômico que estão intrínsecos às relações empresariais já previamente estabelecidas (entre os veículos e as organizações, ou ainda entre os veículos e o governo).

Ampliando o público de interesse, que é cada vez mais disputado por uma concorrência acirrada, as comunidades ganham espaço de manifestação em programas que trazem em pauta assuntos da cidade, a partir das redes retransmissoras dos sinais que possuem equipes locais de telejornalismo, e que se fazem presentes nos bairros para discutir problemas de saúde, de saneamento, de infraestrutura, entre outros assuntos da pauta cidadã da grande mídia. Os grandes veículos de comunicação tiveram que rever suas práticas, conforme nos diz Peruzzo:

[...] até os grandes meios de comunicação de massa, que historicamente sempre deram mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional e internacional, passam a regionalizar parte de seus conteúdos. Por que ocorre esse novo interesse pelo local? Justamente pela percepção de que as pessoas também se interessam pelo que está mais próximo ou pelo que mais diretamente afeta as suas vidas e não apenas pelos grandes temas da política, da economia e assim por diante. Elas curtem as benesses trazidas pela globalização, mas não vivem só do global, que em última instância é uma abstração. Elas buscam suas raízes e demonstram interesses em valorizar as “coisas” da comunidade, o patrimônio histórico local e querem saber dos acontecimentos que ocorrem ao seu redor. (PERUZZO, 2006a, p. 5)

Nesse ínterim, porém, há que se ter a preocupação em entender quais espaços, e em que proporções, os assuntos comunitários e locais estão ocupando a produção jornalística na mídia hegemônica. E ainda, dentro de que contexto as minorias servem de fonte para a cobertura dos acontecimentos. Para Paiva “a tirania do tema único é, sobretudo, a tirania do personagem sem movimento, paralisado num enredo único e pobre: nasce, vive um pouco, mata um pouco e morre. O mundo fica achando que é só isso” (2008, p.14). A relação da cobertura midiática dos fatos com a realidade vivida pela população constrói mais do que uma relação de comunicação entre uns e outros, visto que por trás do que é veiculado e da forma como são definidos os lugares ocupados pelos indivíduos no material, está implícita toda uma construção de sentidos que estabelece valores e gera relacionamentos no contexto social. Para Paiva “a história de uma comunidade pode, por vezes, ser contada a partir da história de um traficante” (2008, p. 15), o que vem a reduzir em estigmas toda uma parte da população local, sem dar espaço de fala para que os moradores das comunidades populares, chamadas pela

mídia de comunidade, também possam mostrar que a marginalidade convive com os bons cidadãos, como em qualquer outro espaço social. Não há espaços possíveis de serem ocupados por essas populações em editorias outras, para além do noticiário policial, como cultura, educação ou que atraiam outras pautas, como empreendedorismo, desenvolvimento social, etc.

Nessa mesma perspectiva, mas numa análise dos programas televisivos, entre eles os de entretenimento e jornalismo, é que Santos (2008) apresenta algumas tipologias de representação dos pobres na mídia:

- 1) pobreza e criminalidade;
- 2) pobreza e consumo cultural;
- 3) pobreza e honestidade;
- 4) pobreza e tenacidade;
- 5) pobreza e descaso/omissão do Estado;
- 6) pobreza e atuação de ONG/ engajamento na sociedade civil;
- 7) pobreza e o exemplo da caridade;
- 8) pobreza e exploração religiosa;
- 9) pobreza como caricatura/o comportamento risível;
- 10) pobreza e a valorização do mérito de fazer-se a si próprio;
- 11) pobreza e a visibilidade conquistada (SANTOS, 2008, p. 37).

Para o autor, todas essas representações que são apropriadas pela mídia acabam por espetacularizar a pobreza, estabelecendo um novo sentido ao pobre, dando outra dimensão aos processos sociais que a estabelece. Não está mais em pauta para os veículos de comunicação os processos que levaram as pessoas para a linha da pobreza, muito menos se estabelece alguma relação entre as condições dessas e a falta de políticas públicas, mau uso dos recursos da união, o não atendimento das condições básicas de existência que faz parte da Constituição Federal do país. Santos (2008) entende que acaba ficando de fora de qualquer processo de divulgação as alternativas que são encontradas por essa parcela da população para a manutenção de sua sobrevivência – as estratégias de organização, busca de sentido na própria realidade, arranjos produtivos locais, o saber oriundo dos grupos, entre outros temas como cultura, educação, etc.

Essa falta de espaço de manifestação das comunidades na mídia, ou ainda, a falta de outro olhar para as comunidades, estaria relacionada aos critérios de cobertura dos fatos que, conforme Charaudeau (2012), orientam a escolha do que e de quem poderia ser “considerado digno de se tornar visível” na sociedade (CHARAUDEAU, 2012, p. 144). Para o autor há quatro critérios a serem observados: o primeiro seria o critério de notoriedade, que abriria espaço para aqueles que estão em foco na sociedade, o que justamente deixa de lado as minorias e os anônimos; o segundo critério seria o de representatividade, vinculando o espaço da mídia àqueles que detêm o poder ou contrapoder; o terceiro seria o critério de expressão, definindo que fala à mídia quem bem sabe se expressar, com clareza e domínio da linguagem, refutando a fala coloquial; e o quarto critério seria o da polêmica, que busca justamente o

enfrentamento entre as partes, de forma que possa repercutir em outros espaços sociais (CHARAUDEAU, 2012). Nesse último critério, talvez, é que possamos achar o espaço de fala das comunidades pobres e minorias como atores da história pré-construída, que já delimita o papel e a participação desses sujeitos, indiferente ao que têm para contribuir a partir de suas vivências, conhecimentos, ou mesmo importância frente ao fato em questão.

Para Charaudeau

As mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público [...]. A informação é essencialmente uma questão de linguagem, e a linguagem não é transparente ao mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo. Mesmo a imagem, que se acreditava ser mais apta a refletir o mundo como ele é, tem sua própria opacidade, que se descobre de forma patente quando produz efeitos perversos (imagens espetaculares da miséria humana) ou se coloca a serviço de notícias falsas [...]. A ideologia do “mostrar a qualquer preço”, do “tornar visível o invisível” e do “selecionar o que é o mais surpreendente” (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos da mídia, mas bem afastada de um reflexo fiel (CHARAUDEAU, 2012, p. 19-20, destaque do autor).

Para além da violência e da pobreza, o comunitário na mídia ganha espaço, muitas vezes, no jornalismo popular. Voltados à população de mais baixa renda, procuram adequar seus conteúdos ao público a que se destinam, mudando a abordagem das matérias, mas não necessariamente alternando o discurso hegemônico, visto que as pautadas são exclusividades dos próprios veículos. Amaral (2006) define que “são jornais baratos, com baixa paginação, vendidos em bancas, que abrigam publicidades de produtos destinados ao público de baixa renda”. A estratégia é cobrir os fatos a partir do interesse da população (naquilo que *a priori* os veículos entendem que seja o interesse desse público), como “a cobertura da inoperância do poder público, da vida das celebridades e do cotidiano das pessoas do povo” (AMARAL, 2006, p. 9). Conhecidos por beirar o sensacionalismo, utilizando-se, muitas vezes, de palavras chulas, fotos chamativas na capa, apelando para o grotesco e a dramatização dos acontecimentos, hoje possuem nova perspectiva:

No lugar da linguagem chula, da escatologia e das matérias inventadas, os jornais buscam a linguagem simples, o didatismo, a prestação de serviços e, pasmem, a credibilidade. São Jornais que atendem às regiões metropolitanas, apostam nas editoriais de Cidades e dificilmente se tornarão nacionais. A temática política, até há bem pouco tempo ausente, hoje ocupa um lugar mais expressivo (AMARAL, 2006, p. 10).

Mesmo que se configure nessa nova proposta, ainda o jornalismo popular está muito longe de contribuir na democratização da comunicação no país, pois não assegura os espaços de fala aos indivíduos como produtores de notícia, e menos ainda se abrem para o partilhamento da gestão. A participação se mantém no mesmo patamar da mídia comercial,

inclusive tendo os mesmos interesses publicitários, mudando apenas os produtos/serviços ofertados. Num exemplo do que é considerado interatividade, Amaral (2006, p. 119) explica que “todos os jornais populares recebem muitas pautas e reclamações de seus leitores e dispõem de inúmeras seções em que os leitores podem dar sua opinião, fazer sua reclamação, publicar suas fotos ou tirar suas dúvidas”.

Sem alternativa na mídia hegemônica, os espaços que realmente se abrem para as manifestações da população estão nos projetos de comunicação comunitária, que vêm ganhando atenção de uma parcela cada vez maior de indivíduos, no país. A esses projetos agrega-se o acesso, também crescente, à rede mundial de computadores, visto ser uma alternativa financeiramente mais viável, frente mesmo aos projetos dos veículos de comunicação comunitária, como as rádios e TVs. O que não pode ser deixado de lado é a certeza que cada vez mais a comunicação precisa se estabelecer numa construção coletiva e colaborativa, agregando diferentes olhares para as mais variadas possibilidades de conteúdo informativo. Para Benevenuto Junior:

A tradição da individualidade na interpretação do mundo, que nos tempos modernos fica mais complexa a partir da alfabetização, passa a ser coletiva. A ampla abrangência de uma cobertura jornalística por meio dos veículos de comunicação de massa e os indivíduos virtuais que participam ativamente dos sistemas de conversação, por meio da rede mundial de computadores, colaboram diretamente no processo de *coletivização dos olhares* sobre os fatos (BENEVENUTO JUNIOR, 2002, p. 136, destaque do autor).

Essa coletivização dos olhares sobre os fatos é que deve ser a premissa da comunicação comunitária, indo mais além ao disponibilizar espaço para a multiplicidade de fatos. A história e os processos dessa comunicação comunitária é o tema do segundo capítulo desta pesquisa.

CAPÍTULO 3 – COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

O capítulo parte, no primeiro subtítulo, de uma abordagem embasada no trabalho de Regina Festa (1986, 1995), Vera da Silva Telles (1994) e Luiz Roberto Alves (1986, 1995) procurando contextualizar o período de surgimento desses veículos no âmbito sócio-político brasileiro. Traz o histórico do conceito de comunicação popular, alternativa e comunitária através das pesquisas de Cicilia Peruzzo (1995b, 2005, 2006b) e Christa Berger (1995), apresentando o diferencial de aplicação dos conceitos e o que seriam os ideais de cada uma dessas comunicações.

A história e desenvolvimento dos veículos de comunicação comunitária, nas suas múltiplas possibilidades, está no segundo subtítulo. Utilizamos as pesquisas de Regina Festa (1986), Cicília Peruzzo (1998, 2007a, 2008), Adilson Cabral (2011), Hélio Etges (1996) e Alvaro Benevenuto Junior. (2002, 2005a, 2005b) para traçar um caminho sobre o desenvolvimento do mercado da comunicação no país, na chegada do sistema a cabo de televisão, até chegar na legislação das TVs comunitárias no sistema a cabo.

O terceiro subtítulo procura conceituar as estratégias, apresentando a trajetória da teoria, até chegar na atualização do conceito, já voltado ao campo comunicacional, através de Rafael Perez (2004, 2011, 2012a, 2012b). Com Adriano Rodrigues (1997) estabelecemos a ligação entre os processos comunicacionais e as relações que engendram no âmbito institucional, para se chegar às estratégias comunicacionais necessárias ao desenvolvimento de projetos na área de comunicação comunitária, conforme Cicilia Peruzzo (1998, 2007a). Para finalizar apresentamos o conceito de jornalismo cívico de Nelson Traquina e Mário Mesquita (2003) e de relações públicas comunitária, a partir de Cicilia Peruzzo (2007b) e Margarida Kunsch (2007), e suas contribuições às mudanças necessárias ao fazer comunicação comunitária.

3.1 Comunicação comunitária: caracterização conceitual

Os estudos na área abordam, entre os anos 70 e 80, a existência de outra forma de comunicação, que não tivesse relação com os veículos hegemônicos (as empresas de jornais e as emissoras de rádio e televisão), a qual seria alternativa às informações, notícias e opiniões

veiculadas pela grande imprensa (BERGER, 1995). No país, e na América Latina, os estados democráticos estavam de volta, após anos de regime ditatorial, o que representava conquistas políticas para a população e grande efervescência das agremiações partidárias. Os movimentos sindicais e sociais ganhavam espaço e adesão de uma parcela da população cada vez maior. Conforme explica Festa:

[...] para os anos 80, os latino-americanos construíram experiências inéditas: governos eleitos democraticamente em quase todos os países da região, conquista de direitos civis e políticos como em nenhum outro momento da história do Continente, capacidade de organização social e de ousadia cívica, fazendo emergir novos atores e sujeitos sociais nos diversos cenários da região, e ainda a construção de uma vasta rede de processos comunicativos dentro e fora das organizações sociais (FESTA, 1995, p. 125-126).

Os novos atores sociais, fortalecidos em grupos e movimentos, buscavam um ordenamento da sociedade civil, pautando discussões sobre as minorias (mulheres, negros, índios, etc.), o meio ambiente, os direitos humanos, entre outros assuntos emergenciais como direitos trabalhistas, desemprego, custo de vida, infraestrutura, saúde e educação, “os direitos fundamentais de cidadão, teoricamente expressos nas leis e regimentos oficiais, mas sufocados na prática social, vieram à tona e foram exigidos nas ruas, por enormes grupos organizados” (ALVES, 1986, p. 138). Eram assuntos que encabeçavam as reuniões internas dos sindicatos e associações, levadas às mesas de negociação, não sendo considerados, apenas “um item a mais numa agenda de reivindicações” (TELLES, 1994, p. 99), muito pelo contrário, estavam tão presentes na vida das comunidades afetadas por empresas poluidoras, que se buscava “uma negociação possível entre poderes públicos, empresas, sindicatos e entidades civis” (TELLES, 1994, p. 99). Essas pautas eram movimentadas através dos diferentes meios de comunicação que estavam ao alcance dos sindicatos, ONGs, partidos, como os panfletos, carros de som, jornais, algumas rádios livres¹⁰, vídeos, etc. Essa comunicação é que se prestava a levar outro olhar, para a população, sobre os acontecimentos na vida do país, principalmente no âmbito político, econômico e social.

[...] em vez de contentarem-se com o esquema massivo frio, de relações indiretas e instalado sob o princípio da centralização de informações, essa gente propõe a *tomada do fogo aos deuses do olimpo* e, conseqüentemente, o uso do gravador, do microfone, da câmera e do aparelho de TV com uma programação desenvolvida a partir de sugestões próprias. A interação do instrumento massivo com as propostas grupais e a realização comunitária do processo de comunicação demonstram a polaridade do popular massivo como receptor e das cadeias emissoras como organismo privilegiado de criação (ALVES, 1986, p. 121, destaque do autor).

¹⁰ Rádios livres eram rádios que iam ao ar de forma ilegal, sem autorização do governo, a partir do trabalho de voluntários com equipamentos amadores.

Nesse mesmo período a tecnologia potencializava cada vez mais os meios de comunicação que se estabeleciam como oficiais, visto o alcance de público (veículos de massa), pois eram os únicos a falarem, ao mesmo tempo, abrangendo uma grande parcela da população. Situação que se ampliava, pois as empresas comerciais de rádio, jornal e televisão expandiam seus horizontes, dando espaço aos grandes conglomerados, às grandes redes (através das associadas, afilhadas, retransmissoras). Ainda, a expansão tecnológica propiciou a baixa do custo dos aparelhos eletrônicos, ampliando o consumo da mídia hegemônica, a qual tomava para si o papel de divulgadora da vida política, social e econômica brasileira. Apresentava pontos de vista e análises através de comentaristas, os quais eram instituídos pelos próprios veículos, embora algumas vezes fossem abertos espaços para alguns representantes de esquerda (FESTA, 1995).

Para a outra comunicação, que vinha das bases da sociedade civil, coube a Fernando Reyes Matta¹¹, o uso do termo de comunicação ‘alternativa’ pela primeira vez. Nessa categorização não há padrões de publicações, visto que são veículos que tanto podem estar associados às bases populares, aos sindicatos, ou ainda a grupos cujo objetivo é proporcionar espaço de opinião para os intelectuais que não possuem entrada nos grupos hegemônicos. Essa comunicação que primeiramente foi chamada alternativa, também foi chamada de participativa, horizontal, comunicação popular e que, conforme Peruzzo (1995b) eram nomenclaturas utilizadas como sinônimos. Mas há que se fazer algumas distinções:

Pelos estudos realizados, podemos concluir que a imprensa alternativa compreende a imprensa operária, sindical e partidária popular, mas que estas formas não a esgotam. Nestas há uma clara opção pelas classes subalternas, mas há outros jornais em que a opção é ser “outra” em relação a grande imprensa, chamando a atenção para o que nela está ausente, representando um setor que, conjuntamente, encontra-se excluído. Estes se caracterizam pelo conteúdo complementar, opinativo, inovador, analítico, produzido por intelectuais e dirigidos às lideranças multiplicadoras de opinião e quadros médios (BERGER, 1995, p. 19).

Comunicação alternativa, então, estaria vinculada mais aos conteúdos de oposição ao governo, sistema econômico, sistema político, do que necessariamente a uma relação intrínseca com as minorias ou grupos populares, não sendo uma obrigatoriedade a preocupação em abrir espaços para esses se manifestarem. Mantinham, muitas vezes, a mesma postura hegemônica da mídia, porém sob outro ponto de vista. A partir dessas experiências podemos pensar que houve uma abertura de caminho para que os sindicatos, as associações e grupos populares também buscassem veículos próprios de manifestação,

¹¹ Autor do livro “Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas, publicado no ano de 1983, no México e citado pela autora Regina Festa (1995, p.132).

instituindo uma comunicação popular. Especificamente sobre o conceito de comunicação popular há que se salientarem alguns aspectos apresentados por Peruzzo:

No campo da comunicação, o popular, para uns abarcaria o universo do nacional-popular cuja expressão estaria nas manifestações culturais tradicionais do povo com suas danças, festas, crenças, objetos, costumes, etc., expressas no folclore, no cordel, etc. Para outros popular diz respeito à aceitação, acesso ou penetração ampliada de veículos de comunicação de massa junto às camadas populares. Neste caso a televisão, o rádio e/ou alguns de seus programas são entendidos como eminentemente populares. Uma terceira corrente se dedica ao estudo da Comunicação Popular inserida na conjuntura sócio-econômica, política e cultural, ou seja àquela comunicação de ‘resistência’ às condições concretas de existência, ligada aos movimentos e organizações populares de setores das classes subalternas, vinculadas as lutas pela melhoria das condições de existência, numa palavra, em defesa da vida (PERUZZO, 1995b, p. 30, destaque da autora)

Focando nesse último conceito, é que a comunicação popular ganhou peso na sua identidade, se diferenciando da comunicação alternativa, visto que estava mais vinculada ao tipo de conteúdo, representando o interesse das classes populares. Não ficou vinculada apenas aos veículos de comunicação, mas manifestava-se pelo teatro, cinema, literatura, cineclubes, “[...] a cultura foi revalorada e um novo discurso emergiu, privilegiando também o imaginário, o humor, a música, as expressões populares, as festas, etc” (FESTA, 1986, p. 28). Emergente do povo, tinha o intuito de discutir questões ligadas ao que é popular, podendo ser caracterizada, a partir dos estudos teóricos desenvolvidos, seja na academia ou no âmbito dos próprios movimentos sociais. Conforme Peruzzo:

a) Ela se desenvolve “ligada à luta do povo”, articulada e no bojo da educação popular libertadora e de lutas sociais contra a degradação das condições de existência e pela defesa da vida [...]; b) Sua mensagem está repleta de um conteúdo crítico-emancipador [...]; c) É um espaço de comunicação democrática vinculada aos interesses dos segmentos subalternos da população tanto em sua metodologia como em sua forma e conteúdo [...]; d) Os protagonistas da Comunicação Popular são identificados como sendo o próprio povo e/ou organizadores e pessoas ligadas a ele organicamente. Neste sentido povo é tomado como antagônico às classes dominantes, e concebido como conjunto de classes subalternas [...] (PERUZZO, 1995b, p.36-40, destaque da autora).

Com o interesse voltado ao que está mais próximo da população, mas num ponto de vista que valoriza a produção de conteúdo, mais do que o acesso, a comunicação popular ganha uma nova perspectiva. O termo ‘comunicação comunitária’ tem uso mais recente e vem mostrar a evolução por que passou o campo, indo de manifestações de protesto e reivindicações até uma comunicação mais centrada em conteúdos abrangentes ligados às comunidades. Esta comunicação foi ganhando força ao longo das décadas ao agregar “os meios massivos, principalmente de radiodifusão, e, portanto, de novos conteúdos e linguagens” (PERUZZO, 2006b, p. 5). Também agregou novos setores da sociedade, como o envolvimento dos jovens em projetos de rádios, a partir das escolas, voltados à educação e

valorização das diferentes culturas. Incentivando a participação dos diferentes movimentos sociais, demonstrou a importância da existência de canais de comunicação comprometidos com os interesses locais e que se utilizam da população como fontes de informação, tornando-se mais próximos da comunidade ao retratar suas realidades. Para Peruzzo:

Entre as principais características desse processo comunicacional estão: opção política de colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares; transmissão de conteúdos a partir de novas fontes de informação (do cidadão comum e de suas organizações comunitárias); a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo (PERUZZO, 2005, p. 1).

A partir dessa relação intrínseca com a comunidade, a comunicação comunitária está diretamente relacionada às questões da cidadania, visto que estabelece um resgate da valorização cultural e da construção da identidade dos indivíduos. Os veículos de comunicação comunitária possuem um papel preponderante de darem vez e voz à cultura popular, enquanto manifestação das vontades, saberes, interesses e discussões oriundas da própria comunidade. Conforme Peruzzo (2005) de pequeno alcance, tem múltiplas formas de expressão e está espalhada por todo o país. Vai ganhando espaço e credibilidade junto à população por ser gestada nas comunidades a partir de interesses comuns. Tem a capacidade de identificação com as discussões locais e a participação dos seus membros. É veículo sem fins lucrativos e por isso mesmo não deverá estar comprometido com interesses particulares. Nesse sentido, nem tudo que está sob o rótulo de ‘comunitário’ pode ser considerado como tal, se nas suas bases não estiverem a pluralidade de ideias e a participação popular.

Cada vez mais a comunicação comunitária vai se revelando numa pluralidade de formas e mostrando sua validade no contexto das comunidades, mesmo que não expressem mecanismos puros de autogestão. Contudo, há que se distinguir o que é aceitável e válido em matéria de comunicação local, daquilo que é simplesmente apropriação de um espaço garantido legalmente às práticas associativas comunitárias, para uso individualizado com finalidades comerciais ou para o proselitismo político partidário e religioso. (PERUZZO, 2005, p. 3).

Conforme a autora, ao canal comunitário não basta que trate de assuntos locais para ser considerado de comunicação comunitária; é preciso que represente o pensamento da comunidade, que dê acesso às manifestações, tenha uma programação plural voltada para o desenvolvimento da educação, cultura e cidadania. Também é preciso que o canal comunitário esteja aberto a campanhas sociais e assuntos voltados ao interesse público; cumpra seu papel de dar visibilidade a questões para as quais não existem espaços na mídia de massa, indo muito além do que apresenta uma mídia local.

Como canal local, Santa Maria é contemplada com o canal local da NET, Canal 20, com a TV Campus, que ocupa o canal universitário da NET, e com a TV Câmara, que ocupa o canal da NET destinado às Assembleias e Câmara de Vereadores, (conforme obrigatoriedade da legislação). Como já abordado, são canais com fins específicos, mas que fazem a cobertura dos acontecimentos locais, conforme as respectivas grades de programação. O Canal 20 abre espaço para as produções independentes, comercializando a grade de horário. A TV Campus foca sua programação a partir das produções e atividades do meio acadêmico da Universidade Federal de Santa Maria. Já a TV Câmara, além de transmitir ao vivo as sessões realizadas pelos parlamentares, nas diferentes situações, também se propõe a fazer cobertura dos eventos culturais que acontecem na cidade para transmissão nos intervalos de sua programação. São três canais locais que veiculam conteúdo informativo, porém limitados nas suas especificidades.

Mais do que o acesso à informação, a comunicação comunitária tem por premissa o acesso ao conteúdo, através da educação das populações para o domínio da tecnologia dos meios, mas principalmente pela apropriação dos veículos, oportunizando às comunidades o protagonismo de serem produtoras de conteúdo e gestoras da programação. Para Peruzzo (2006b) há que se considerar dois momentos da comunicação comunitária nesse sentido, sendo o primeiro quando há uma instrumentalização para a comunicação dirigida, através da difusão de jornais, panfletos, slides, etc., e o outro momento quando há a absorção das tecnologias, através da utilização de videocassetes e apropriação de canais de rádio e de televisão comunitária (que no país se estabelecem legalmente a partir de legislação específica, numa negociação do governo com os movimentos sociais, a ser tratado no próximo subtítulo).

Essa perspectiva de apropriação dos veículos de comunicação comunitária está inserida numa disputa de poder, oriunda da dominação de grande parte dos canais de comunicação por poucas corporações, as quais constituem conglomerados de rádios, jornais e canais de televisão, em diferentes regiões do país, servindo um mesmo ideal corporativo. A difusão da comunicação se estabelece para as partes mais longínquas do país, porém numa mesma hegemonia de pensamento, desconsiderando a multiplicidade que compõem a cultura brasileira no que tem de mais local. A produção é centrada nas grandes capitais (Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília) e reproduzida nos outros estados. No Rio Grande do Sul é o caso da Rede Brasil Sul de Telecomunicações, RBS, afiliada à Rede Globo de Televisão, detentora de diversos outros veículos de comunicação, como rádios, jornais e TVs, espalhados pelas diferentes regiões do Estado (assunto que abordaremos de forma mais detalhada no próximo subcapítulo). Atentos a essa realidade, não só no Brasil, mas em boa parte de outros

países, os movimentos sociais levantam a bandeira da necessidade de democratização da comunicação como premissa para o desenvolvimento social e cidadão. Há uma ampliação do que se entende do direito à comunicação:

A nosso ver, tal concepção vem sendo renovada ao incluir a dimensão do direito à comunicação enquanto acesso ao poder de comunicar. As liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas no direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago, mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdo. Trata-se pois de democratizar o poder de comunicar (PERUZZO, 2005, p. 5, destaque do autor).

A comunicação nos movimentos sociais volta-se para a busca pela liberação de canais de comunicação massiva (de grande alcance, como as rádios e as tevês) – que no país são de concessão do poder público – para uso dos grupos de representação da população, no interesse de poderem difundir a multiplicidade de ideias e culturas num mesmo patamar de alcance da mídia hegemônica. Surge, no início dos anos 80, o movimento Frente Nacional de Luta por Políticas Democráticas de Comunicação¹², que em 1987 transforma-se no Movimento Nacional pela Democratização da Comunicação (MNDC) no intuito de participar da promulgação da Constituição Federal de 1988, contribuindo para a definição do capítulo que trata do assunto da comunicação. Participavam do Movimento estudantes e profissionais da comunicação. Porém, na Constituição, a participação dos empresários do setor, com outras propostas, foi de maior peso.

O Movimento buscou fortalecer-se através do apoio de profissionais liberais e outros segmentos da sociedade, como as Associações que já trabalhavam com rádios comunitárias – as rádios livres – dentro de um contexto de ilegalidade (o que acarretava, muitas vezes, o fechamento dessas e a apreensão dos equipamentos). Em 1991 foi constituído o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que em 1995 passou a ser uma associação civil, formada por instituições que representam segmentos da sociedade. O Fórum participou e participa das pautas de discussões que digam respeito à comunicação no Brasil, tendo grande influência na legalização das rádios comunitárias e na conquista de canais de comunicação comunitária no sistema de TV a cabo. Hoje é composto por 12 Comitês regionais, presentes em oito estados nacionais, que lutam por uma causa em comum: a reformulação da regulamentação da área de comunicação na busca por uma comunicação mais emancipadora, voltado para a construção da democracia e da cidadania brasileira. Uma

¹² Histórico e dados retirados da cartilha “Democratização da Comunicação: como domar essa tal mídia?” que é produzida e distribuída pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação.

comunicação que seja realmente comunitária e que tenha instrumentos de controle público para democratizar a mídia comercial.

Tendo a legislação das rádios e tevês comunitárias como ação efetiva do Fórum junto ao Governo Federal – visto a legalização das rádios livres e o acesso a um canal de televisão – é na restrição da difusão desses veículos comunitários que se perde boa parte do alcance real da conquista. Ou ainda nas indefinições de conceitos como comunitário, associação sem fins lucrativos, apoio cultural, que compõem os artigos que regulamentam as leis, os quais deixam brechas para múltiplas interpretações, muitas vezes desvirtuando o caráter do veículo. Assunto a ser abordado nos próximo subtítulo.

3.2 Do panfleto à TV no sistema a cabo

Emergente dos movimentos sociais, a comunicação popular, no Brasil, nasceu contestatória da ordem de poder vigente no país, no início nos anos 70 e 80, em final do regime de governo militar. Com forte vínculo com os movimentos sindicalistas, que se opunham às injustiças sociais percebidas nas práticas trabalhistas e nas políticas públicas, os meios de comunicação tidos como alternativos, num primeiro momento, e popular, num segundo momento, caracterizaram-se pela necessidade de manifestação das reivindicações para o maior número possível de pessoas. Sindicatos, ONGs, grupos religiosos, através de seus líderes, estavam impossibilitados de expressarem suas opiniões na grande mídia, visto esta estar restrita a poucos grupos donos de conglomerados de rádios, TVs e jornais, que representavam e eram dominados por uma elite empresarial, comprometida e envolvida na engrenagem que movia o regime político ditatorial e a sociedade capitalista. Esses veículos de massa voltavam seus interesses às empresas patrocinadoras, grandes negócios e notícias internacionais, além da preocupação em estabelecer boas relações com os governantes para usufruírem das concessões e verbas públicas.

Grande parcela da população, que estava sempre aquém do poder de consumo, ou ainda fora do mercado de trabalho, ficava desprestigiada no que diz respeito aos conteúdos e espaços editoriais desses grandes veículos de comunicação de massa, tendo apenas na comunicação popular o espaço de identificação com sua realidade.

Para se contrapor às mensagens massificadas, à informação padronizada e à brutal invasão de produtos e costumes estranhos nas sociedades locais, as reações nacionalistas, regionais e étnicas se esboçam como forma de manutenção da

identidade e das culturas. [...] Também vêm à tona questões sobre o bem-estar para uns e exclusão para muitos, apresentando múltiplas opções de acesso a instrumentos e símbolos de conforto num mercado cada vez mais rico em ofertas, convivendo ao lado do crescente desemprego e rejeição social, atingindo velhos, excluídos do processo de produtividade, e jovens, que não têm perspectiva de conseguir entrar no mercado de trabalho (BENEVENUTO JUNIOR, 2002, p.143-144).

Com objetivo de atingir um público cada vez maior, algumas ações foram se disseminando, principalmente nas grandes cidades, buscando uma comunicação do povo para o povo, que realmente tratasse dos seus interesses. Panfletagens, comícios, carros de som, vídeo populares, sessões de slides, TV de rua, rádios livres, entre outros meios, foram as alternativas encontradas para dar voz à população. Para Festa (1986) a comunicação alternativa e popular, no Brasil, passou por três períodos que podem ser assim identificados: um primeiro momento com os teores voltados para denúncias e resistência, localizado do período do AI5 ao início da abertura política (entre 1968 a 1978); o segundo momento já se identifica uma comunicação com teor reivindicatório, que vem das bases populares (entre 1978 e 1982), e o terceiro momento, pós 1982, já com amplo processo de comunicação popular instalado e diversificado, embora não tenha resultado em mudanças políticas concretas.

Tais meios tratavam de assuntos de interesse coletivo, além de servir de veículo de conscientização política e formação cidadã, buscando a desacomodação da população para que, cada vez mais, lutasse pelos seus direitos para transformar uma sociedade que se apresentava tão desestabilizada por um regime ditatorial.

Na dinâmica de atuação no conjunto da sociedade, os movimentos populares e outras organizações foram criando canais próprios de expressão nos quais pudessem transmitir suas reivindicações e suas críticas à “ordem” estabelecida e assim divulgar o seu modo de ver o mundo e contribuir para a efetivação de mudanças que a sociedade requeria. A comunicação advinda desse contexto configurou-se, teoricamente, enquanto “ligada a luta do povo”, crítica da realidade, reivindicativa, democrática, que tinha o “povo” como protagonista e como instrumento das classes subalternas na defesa de seus interesses (PERUZZO, 1998, p. 153, destaque da autora).

A imprensa alternativa, formada praticamente por meios impressos, como jornais e revistas, contava com profissionais de imprensa que buscavam novas abordagens para noticiar o país, através de projetos que não tivessem comprometimento ideológico e nem dependência econômica dos patrocinadores privados. Conforme Festa “a democracia interna, a formação de conselhos editoriais com a participação dos representantes dos movimentos sociais foi a tônica dessas experiências quer fossem de grupos, frentes ou através das cooperativas de jornalistas” (1986, p.17). Muitos foram os jornais que circularam pelo país, principalmente

nos anos de maior censura, pois justamente com a abertura política essas frentes de resistência foram se desmobilizando, além de terem sido duramente combatidos pelos órgãos de repressão com invasão das redações, apreensão de tiragens inteiras, até a realização de atentados em bancas que vendiam os exemplares (FESTA, 1986).

Numa nova fase política, a comunicação agora considerada popular, por vir realmente das bases dos movimentos populares, é que tomam para si o papel de contestatória, numa perspectiva mais de reivindicações variadas. Uma das vertentes pode ser identificada pelos movimentos que tinham nas suas bases o apoio da Igreja Católica com as Pastorais, as quais atuavam principalmente em ações de subsistência e educação das comunidades populares em todo o país. Nesse contexto houve um trabalho intenso de comunicação e conforme Festa houve “toda uma produção de folhetos, cadernos de estudos, material para reflexão, cartazes, volantes, audiovisuais, filmes, programas de rádios, etc., material para grupos de mães, favelados, operários, comissões de direitos humanos, alfabetização, etc.” (1986, p. 18). Outros movimentos apoiavam-se também em expressões culturais, como o teatro, a música, a literatura, as feiras, as manifestações de rua, etc. O movimento sindical apoiava-se nos jornais impressos, os quais traziam algumas contribuições de chargistas e cartunistas. O cinema e os cineclubes também deram sua contribuição. Na onda do desenvolvimento tecnológico, com o passar dos anos, os movimentos foram se apropriando dos vídeos, do computador e iniciaram os movimentos pela democratização de acesso aos meios de comunicação no país (FESTA, 1986).

Bem significativo dessa fase é a disseminação de projetos de rádios livres, realizadas em diferentes partes do país, organizadas ora de forma individualizadas, por interesses focados no entretenimento, ora organizadas por comunidades, através de grupo de moradores, com objetivo de ser o espaço de discussão para questões locais, manifestação, entretenimento, etc. Essas iam ao ar de forma improvisada, consideradas ilegais, visto o serviço de radiodifusão no Brasil ser de concessão pública, precisando de autorização do Governo Federal para entrar em funcionamento. Por isso, estavam permanentemente em risco de serem fechadas pelos órgãos do governo, com implicações legais para os seus responsáveis. Ao mesmo tempo, conforme Peruzzo:

[...] as rádios livres, mesmo que algumas possam ter sido decorrência de aventuras sem maiores pretensões políticas, são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço. Elas contribuíram para o debate sobre a estrutura dos meios de comunicação no Brasil, que também teria lugar na Assembleia Constituinte, mas nunca veio a empolgar setores representativos da sociedade e nem conseguiu grandes avanços no texto da nova Lei Magna promulgada em 1988 (PERUZZO, 1998, p. 245).

Dava-se início à luta pela democratização da comunicação no Brasil, a qual buscava a possibilidade de posse dos meios de comunicação, nesse caso em específico, através da regulamentação das rádios comunitárias, termo que, conforme Peruzzo (1998) foi definido no I Encontro Nacional de Rádios Livres, realizado no ano de 1995, e que caracterizava os veículos “que têm gestão pública, operam sem fins lucrativos e têm programação plural” (PERUZZO, 1998, p. 252). Através da Lei 9612/98 foram regulamentadas as rádios comunitárias, que precisam ter outorga de funcionamento do Governo Federal (a partir de algumas exigências) e só operavam em potência máxima de 25Watts, restringindo a difusão para 30 metros de cobertura. No mês de julho, deste ano, através da Portaria nº 197/2013, o Governo Federal autorizou a ampliação dessa potência, conforme as características geográfica e urbanísticas do município sede (sem maiores definições). A Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – ABRAÇO, criada no ano de 1996, reúne representantes das rádios comunitárias no país e mantém reivindicação constante para a revisão da legislação e ampliação do acesso das comunidades.

No ano de 1991, surge o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, conforme já abordado no subtítulo anterior, com objetivo de participar das grandes discussões da área, como a criação do Conselho de Comunicação Social (órgão para ser auxiliar do Congresso Nacional em matérias sobre o assunto), a regulamentação das TV a cabo, que estava em implementação no país; entre outras pautas de interesse nacional. Em específico sobre a implantação do sistema a cabo de televisão no Brasil, há algumas considerações a serem feitas, conforme Etges:

Passaram-se, na verdade, 24 anos desde a primeira vez que se falou em Tv a Cabo no Brasil até sua legalização. Isto representa quase um quarto de século de discussões em torno do tema. Em algumas ocasiões os debates foram mais acirrados, principalmente nos períodos de 1974, 1979, 1991-1995. Mesmo já existindo *de fato* sistemas de cabo estabelecidos em algumas cidades brasileiras, a luta pela legalização prosseguiu. O fato foi inédito em termos de Brasil, pois os meios de comunicação eletrônicos foram estabelecidos à revelia da população e à frente da lei. Nunca houve um debate em torno de uma tecnologia, de maneira tão acirrada e organizada, como no caso da Tv a Cabo. Apesar do processo ter passado por várias etapas, existiu uma continuidade devido à persistência de alguns setores da sociedade que acreditaram na possibilidade de ser estabelecida uma política para este sistema de televisão, sem intimidar-se frente a pressões de grupos econômicos e políticos acostumados a ganhar todas as batalhas. Os representantes da sociedade tiveram papel decisivo para que se chegasse a uma legislação de TV a Cabo. (ETGES, 1996, p. 205, destaque do autor).

E foi com a participação efetiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação que, ao regulamentar o sistema de difusão a cabo, conquistou-se espaço para a existência de projetos de TVs Comunitárias como veículo de massa. Conforme Jacks e

Capparelli “a intervenção do recém-criado Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação foi decisiva para iniciar um processo democrático de discussão sobre o conteúdo da lei que definiria a exploração do serviço de TV a cabo” (2006, p. 81-82). Embora, nesse sistema estabeleceu-se uma incoerência, visto que a TV comunitária realizava-se numa perspectiva de alcance restrito e elitista. Anterior a essa conquista no sistema a cabo, TV comunitária no Brasil existia em quatro outras perspectivas, conforme Peruzzo (2007a):

- TV Comunitária em UHF, que são repetidoras não simultâneas de televisões educativas e que funcionavam em nível local. Retransmitem parte da programação de alguma Televisão Educativa mediante convênio. São chamadas de comunitárias, mas de fato são Tvs locais educativas. São canais preferencialmente destinados às prefeituras, universidades e fundações;

- Televisão de baixa potência (VHF) são transmissões televisivas que atingem comunidades específicas, numa amplitude restrita a aproximadamente de 1,5 km. Não é regulamentada e, portanto, é clandestina;

- TV de rua, que é realizada a partir de vídeos produzidos com a participação popular e transmitida em espaços públicos abertos (praças e ruas) ou fechados (creches, escolas, centros comunitários, hospitais, etc.), destinados à recepção coletiva;

- TV móvel e itinerante, uma espécie de TV móvel, mais exatamente vídeo móvel. Um vídeo cassete, um telão ou monitor, amplificador de som e microfone, sobre um meio de transporte, exibem produções em vídeo em diferentes locais públicos. O veículo passa ou estaciona em local de grande fluxo de público e a população é convidada a assistir e debater a programação apresentada.

No sistema UHF, no Rio Grande do Sul, e denominada como comunitária, conforme Benevenuto Junior (2005b), temos a presença da TV Com, desde o ano de 1995, do Grupo RBS¹³. Operando no canal 36 UHF, uma frequência concedida para um modelo misto de funcionamento, no sistema aberto e no sistema a cabo de difusão. Porém, conforme Benevenuto Junior “modalidade que não é efetivada, pois o conglomerado opera no cabo, destinando os programas da TVCom para esse segmento” (2005b, p. 91). Produz conteúdo

¹³ Grupo que iniciou suas atividades no estado no ano de 1962 através da TV Gaúcha – empreendimento de Maurício Sirotsky Sobrinho, em parceria com Arnaldo Ballvé e Nestor Rizzo, que já eram proprietários da Rádio Gaúcha. No ano de 1967 fechou contrato com a Rede Globo de Televisão para transmissão em rede da programação. Em 1969 comprou a TV Caxias e montou a primeira rede regional de comunicação do país. O ano de 1970 foi o ano da aquisição do diário Zero Hora, transformando-se em Rede Brasil Sul de Telecomunicações – RBS. Também nesse ano entrou no sistema de rádio FM e no Estado de Santa Catarina. Em 1992 entra no negócio de TVs por assinatura, através da NET Sul (conforme já mencionado em capítulo anterior), e em 1995 no setor de TVs locais, com a TV Com, em Porto Alegre. Opera também no setor de música, com a Orbeat Music, desde 2001 e no setor de editoração, com a RBS Publicações, desde 2002 (BENVENUTO JR, 2005b).

voltado à cobertura local (Porto Alegre), tendo total liberdade para a composição da grade de horário e programação, trabalhando com profissionais dos outros veículos do Grupo RBS – jornais, rádios e TV (BENEVENUTO JUNIOR, 2005b). A TV Com, apesar de nominar-se como comunitária, não possui prerrogativas de participação que realmente lhe qualifiquem com veículo que é aberto à participação das comunidades locais.

Nesse contexto, a TV Comunitária no sistema a cabo é a que ainda, até o momento, melhor representa a possibilidade de uma real apropriação, por parte da comunidade, de um meio de comunicação de grande alcance, que entra na casa do telespectador, mesmo que, como informado anteriormente, o cabo esteja restrito a assinantes.

Um estranhamento não tardou a se manifestar: canais comunitários num sistema de televisão por assinatura, portanto tão elitista? Esse assunto gerou debates e controvérsias que, longe de estarem encerrados, se transformaram em bandeira de luta visando levar esses canais aos sistema aberto de televisão (PERUZZO, 2008, p. 178).

A televisão a cabo consiste na transmissão de sinais por meio do cabo, meio físico, e é a forma de transmissão da chamada tevê por assinatura. E as operadoras de TV a cabo, a partir da Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995, regulamentada pelo Decreto-Lei 2.206 de 14 de abril de 1997, foram obrigadas a conceder canais para, nas suas áreas de prestação de serviço, disponibilizar utilização gratuita, no sentido de acesso público. Pelo Artigo 23, a obrigatoriedade compreendia três canais legislativos (destinados ao Senado Federal, à Câmara dos Deputados e à Assembleia Legislativa/Câmara de Vereadores); um canal universitário para uso compartilhado pelas instituições de ensino superior; um canal educativo/cultural reservado aos órgãos que tratem de educação e cultura do governo federal, estadual ou municipal; e um canal comunitário para livre uso de entidades não governamentais sem fins lucrativos. Essa mesma lei foi atualizada no ano de 2002, através da Lei 10.461/02 que ampliou em mais um canal gratuito para uso do Poder Judiciário. Segundo Peruzzo (2007a), ainda podemos considerar que o número de canais gratuitos amplia para 8 contando com a TV Nacional Brasil (TV NBR) que seria o canal do Poder Executivo.

Conforme Jacks e Capparelli, a lei do cabo “traz como objetivo a promoção da cultura, da diversidade de fontes informativas, do lazer e entretenimento e do desenvolvimento social e econômico do Brasil” (2006, p.82). Também no texto está prevista a reserva para o mercado nacional de produção de conteúdo, sendo obrigatório que as operadoras reproduzam os mesmos. Porém a abertura à entrada de capital estrangeiro (através das operadoras) abriu espaço para os consórcios americanos e europeus que dominavam a programação. “Isto significa que o espaço local internacionalizou-se, uma vez que a oferta da programação

televisiva refletiu o espaço do mundo” (JACKS; CAPPARELLI, 2006, p. 84). Essa situação foi modificada no ano de 2011¹⁴, através da Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011 (ainda em implementação), que prevê 3 horas e 30 minutos semanais, de horário nobre, à veiculação de conteúdo brasileiro, produzidos por produtora brasileira independente (pelo menos metade desse material), nos canais chamados de espaço qualificado (aqueles que exibem predominantemente filmes, séries, animações, documentários), entre outros dispositivos que beneficiam a produção audiovisual brasileira.

Dos canais de acesso público e utilização gratuita, os canais comunitários são os que se abrem a produção local e programação variada. Esses são viabilizados por recursos próprios, sendo obrigatório que sejam geridos por grupos que componham uma organização sem fins lucrativos da sociedade civil. Esses grupos devem partilhar a grade de programação e obter apoios culturais para os programas. Também é por suas expensas a montagem de estrutura, equipamento e equipe operacional para colocar o canal no ar. Daí a grande dificuldade de manutenção de um canal de comunicação comunitária dentro do ideal de gestão coletiva e participação direta do cidadão. Principalmente para as TVs Comunitárias, é preciso um mínimo de condições para a produção audiovisual, o que acarreta a baixa produção popular ou ainda a produção de baixa qualidade. Para a superação dessas dificuldades, foi criada uma associação das TVs Comunitárias, a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM), no ano de 2001, que mantém permanente mobilização para buscar alternativas de resolução dessas questões. Cabral analisa:

Nesse contexto, podemos concluir que o espaço que cabe às organizações populares será conquistado na medida de suas lutas, não no apoio à elaboração de uma lei, pois a concessão possível é sempre aquém do que se pode esperar de um sistema de comunicação democrática. Compartilhar um canal apenas em mais de 100 possíveis, de acordo com a abrangência das novas tecnologias, é reduzir a importância do trabalho e a quantidade de usos e benefícios possíveis para as comunidades. Além de uma maior ampliação do espaço, é necessária uma garantia de ocupação efetiva desses canais por parte dos movimentos. Como resultado da mobilização em prol da democratização da comunicação em nosso país, é bastante significativa a necessidade que os movimentos sociais precisam ter em se dar conta que existem espaços a se conquistar, pois de outra forma as conquistas serão aquém das necessidades reais. (CABRAL, 2011, p. 3)

O Rio Grande do Sul foi o estado que primeiro conseguiu se organizar para a implantação de um canal de comunicação comunitária via transmissão à cabo. Porto Alegre foi a cidade pioneira, com o POA TV, veiculado a partir do canal 14 da NET Sul. Foi fundada em 23 de outubro de 1996, tendo como mantenedora a Associação das Entidades Usuárias de

¹⁴ Conforme informações disponíveis no site da Ancine <http://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga>

Canal Comunitário de Porto Alegre¹⁵. O pioneirismo da cidade se deu a partir da existência de um Conselho Municipal de Comunicação (CMC), implementado na cidade em 1994 que, entre outras ações, promoveu atividades de capacitação e mobilização sobre mídia comunitária, além do fomento à criação da Associação que veio dar existência à TV Comunitária de Porto Alegre, conforme informa Benevenuto Junior.:

As atividades do conselho envolveram também a tarefa política de coordenar a criação e implantação do canal, dando suporte à articulação com as entidades sociais, apoio logístico às reuniões e viabilizando a publicação de convites e editais de convocação da primeira assembleia. (BENEVENUTO JUNIOR, 2005a, p.124)

Pelotas foi a segunda cidade, no Estado, a ocupar espaço comunitário no canal de TV a cabo, contando com duas organizações gestoras, visto a cidade possuir duas operadoras a explorar os serviços de TV a cabo. A ComTV, fundada em 1999, exibindo sua programação a partir do canal 14 da NET, e a TV Comunitária, fundada no ano de 2000, exibindo sua programação no canal 15 da Via Cabo (BENEVENUTO JUNIOR, 2005a, p. 130). Em Caxias do Sul, o canal 14 da NET exibe a programação da TV Caxias, desde 2005, sendo gerido pela Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Caxias do Sul¹⁶ (BENEVENUTO JUNIOR, 2005a, p. 130). A TV Farroupilha, canal 14 da NET, foi ao ar em 2008, sendo gerida pela Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Farroupilha¹⁷. Ainda em 2008, a TV Cidade, de Bento Gonçalves, foi ao ar pelo canal 14 da NET¹⁸. Em Novo Hamburgo, a TV Mais, no ar desde maio de 2009, operando pelo canal 19 da NET, é gerida pela Associação dos Usuários do Canal Comunitário de Novo Hamburgo¹⁹. E, no mesmo ano, em dezembro, vai ao ar a TV Santa Maria, transmitida pelo canal 19 da NET, cuja gestão é realizada pela Associação TV Santa Maria²⁰. Também já está no ar a TV Comunitária na cidade de Santa Cruz do Sul, que é gerida pela Associação das Entidades Usuárias da TV Comunitária de Santa Cruz do Sul (a qual não possui site, somente telefone de contato).

Dos nove canais que foram outorgados pelo Ministério das Comunicações, apenas os canais comunitários de Porto Alegre, Caxias do Sul, Novo Hamburgo, Santa Maria e Farroupilha são associados à Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCom). Além de passarem suas programações via cabo, os canais comunitários das cidades de Santa

¹⁵Informações retiradas do portal da POA TV, disponível em <http://www.poatv.net/> acesso em 31 de março de 2012.

¹⁶Informações retiradas do endereço <http://www.tvcaxias.com.br/> acesso em 31 de março de 2012.

¹⁷Informações retiradas do endereço <http://www.tvfarroupilha.com.br/> acesso em 1º de abril de 2012.

¹⁸Informações retiradas do endereço <http://www.atvc.com.br/> acesso em 1º de abril de 2012.

¹⁹Informações retiradas do endereço <http://tvmaisnh.blogspot.com.br/> acesso em 1º de abril de 2012.

²⁰Informações retiradas do endereço <http://santamaria.tv.br/> acesso em 28 de março de 2012.

Maria, Caxias do Sul, Porto Alegre e Farroupilha possuem site que transmitem a programação ao vivo, via internet.

No Estado do Rio Grande do Sul, até o mês de julho deste ano, estão em funcionamento 403 rádios comunitárias e nove TVs comunitárias com outorga de funcionamento. Operadoras de TV por assinatura são sete no sistema TVC, MMDS e TVA (no sistema a cabo) e cinco no sistema TDH (via satélite), conforme informa o Relatório Estadual 2010-2013 dos Dados do Setor de Comunicações, disponível no site do Ministério das Comunicações²¹. Ainda no relatório podemos identificar que as operadoras de TV por assinatura no sistema TVC, MMDS e TVA atendem 26 municípios, abrangendo 466.719 assinantes, e no sistema TDH chega a 496 municípios, abrangendo 673.185 assinantes.

3.3 Estratégias comunicacionais no contexto comunitário

Abordar questões pertinentes às estratégias comunicacionais requer, num primeiro momento, lembrar que a conceituação de estratégia se configurou a partir do campo militar, no intuito de surpreender o inimigo e não ser surpreendido por ele. Perez (2004) apresenta um mapa sobre o desenvolvimento da teoria estratégica, onde considera “o ano 1944 como o nascimento da teoria estratégica como ciência” (2004, p.4, tradução nossa). Na sequência o autor divide o desenvolvimento da teoria estratégica em quatro fases. A primeira, do ano 1944 a 1954, diz respeito ao momento que a teoria estratégica emerge como ciência, a partir da teoria dos jogos – “a teoria dos jogos começou sendo uma orientação revolucionária dos problemas seculares de decisões. Em um primeiro momento não era somente a orientação que era revolucionária, mas os próprios resultados poderiam ser considerados revolucionários” (PEREZ, 2004, p. 4 - 5, tradução nossa). Surge a teoria geral para a tomada de decisões frente a qualquer objetivo. A Economia foi a ciência que primeiro adotou a teoria estratégica, porém, em seguida foi absorvida por várias outras áreas, como biologia, antropologia, psiquiatria, ciências políticas, etc. (PEREZ, 2004).

A segunda fase, que vai do ano de 1954 a 1979, é marcada pela inserção da teoria estratégica na gestão operacional. A terceira fase, de 1979 a 1994, também focada na gestão, foi momento de grande profusão de bibliografia, porém de pouca prática. Há troca de foco,

21 Dados extraídos do Relatório Estadual 2010-2013, disponível em <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>, acessado dia 01/07/2013 e atualizado em 15/10/2013.

visto que a teoria estratégica passa a ser produzido a partir da gestão, em duas linhas: dentro do paradigma dominante ou como proposta de rupturas significativas. Para Perez (2004),

Os chamados experts em estratégia – consultores, acadêmicos – se envolveram em discussões, opacidade e técnicas próprias. Pretendiam e buscavam novos enfoques, diferenciações e inovações, ao invés de tratar sobre o valor real que a estratégia possuía para quem realmente necessitava. O resultado é que para muitos diretores “estratégia” começou a parecer uma palavra sem sentido ou desesperadamente acadêmica” (PEREZ, 2004, p.7, destaque do autor, tradução nossa).

A quarta fase, de 1994 a 1999, foi momento de questionamento do paradigma vigente, levando a discussão sobre o surgimento de uma nova teoria estratégica. De 1999 em diante, o autor entende que podemos considerar uma quinta fase, ainda não acabada, onde surgem as propostas inovadoras, não mais a partir da gestão, mas também da política, dos governos, dos comunicadores e da academia, e não mais na economia, e sim nas ciências humanas – antropologia cultural, psicologia, filosofia e comunicação. E os questionamentos para essa nova teoria diz respeito sobre a validade da teoria frente aos novos problemas do Século XXI, com ênfase sobre “seu caráter reativo (e às vezes contestatório) ou proativo, seu planejamento micro ou macro, na busca de soluções a problemas específicos ou de formulas mais abstratas e mais gerais” (PEREZ, 2004, p. 9, tradução nossa).

Na comunicação foi a partir de 1980 que a teoria dos jogos foi proposta como paradigma da comunicação estratégica. Num primeiro momento, esteve vinculada especificamente a área da publicidade, e era entendida “como uma ideia guia que dá sentido ao conjunto de ações e desta forma potencializa o poder da comunicação” (PEREZ, 2011, p. 45). Conforme o autor, depois foi a vez de ser absorvida pelas Relações Públicas, no entendimento que a comunicação deveria ser gerenciada estrategicamente para construir relações de longo prazo (PEREZ, 2011). A partir das relações públicas, a comunicação como um todo foi rebatizada de estratégica, fortalecendo-se nesse século.

[...] para ser estratégica, a comunicação deixa de ser instrumental para tornar-se constituinte da própria organização, da sua cultura e de sua reputação [...]. Palavras como conectividade, imaginação, inovação, emergência, complexidade, co-evolução, etc., tomam agora seu pleno sentido e isso faz com que a comunicação não fique no ar e seja ligada com as metas e estratégias corporativas” (PEREZ, 2011, p. 49).

Aplicada na comunicação, foca no desenvolvimento das organizações e suas relações com os seus públicos de interesse. São as estratégias adotadas, seja pelas associações, instituições ou organizações, que irão promover os vínculos entre essas e os campos com os quais interagem, quer sejam econômico, político, social, midiático, etc. Também nesse sentido as estratégias adotadas no contexto comunitário irão aproximar as organizações, entre

elas os veículos comunitários, da consecução de objetivos e aproximação com a comunidade de interesse.

Mas antes de entrarmos nas questões pertinentes ao contexto comunitário, vamos procurar conceituar estratégias, porém buscando uma atualização do conceito, já voltado ao campo organizacional. Também Perez (2012a) nos apresenta novas formas de se pensar as estratégias, justamente considerando que se hoje vivemos momento de mudanças de paradigmas, considerando as relações complexas que se estabelecem na sociedade – quer seja pelo advento da globalização, as tecnologias, a virtualidade das relações – e com isso estamos mudando nossas visões de mundo, nossas percepções da realidade, sem dúvida, também devemos mudar as nossas estratégias. Nas palavras de Perez:

Entendemos por estratégia a disciplina que nos ensina a articularmo-nos com os demais seres humanos em busca de uma melhor configuração de nossa trama relacional que nos permita aproveitar melhor as oportunidades que a vida nos apresenta e alcançar as metas que assumimos como próprias [...] A Estratégia tem sido concebida historicamente como ciência do conflito e se reformula como ciência da articulação humana. E faz por que essa abordagem: (1) tem um menor custo energético e nesse sentido é mais eficiente; (2) sintoniza mais com a fase de nossa civilização em que vivemos preferindo a paz à violência; (3) sintoniza também com os esforços teóricos e sociais em direção a um novo humanismo (PEREZ, 2012a, p. 217, tradução nossa).

Assim, estratégias podem ser consideradas como ações pensadas, que estabelecem uma melhor forma de relação entre as pessoas, entre as organizações, entre as organizações e as pessoas, no intuito de ter o melhor aproveitamento possível, com o fim de se atingir algum objetivo previamente proposto. Perez (2012a) define estratégias como o planejamento que fazemos frente ao que está por vir, mas de forma refletida, que nos leve ao melhor caminho para a consecução das metas, “assim concebidas as estratégias são interfaces entre o ser humano e um mundo povoado de outros seres humanos” (2012a, p.218, tradução nossa). O autor apresenta, também, sete funções relevantes para as estratégias: 1. Fazer com que estejamos atentos às mudanças, sempre nos perguntando sobre o amanhã e como estão hoje nossas relações com todos de nosso interesse; 2. Definir públicos de interesse e prioritários, frente aos objetivos estabelecidos; 3. Estabelecer ações de reconhecimento e aproximação com nossos públicos de interesse para que possamos atingir nossas missões, metas e objetivos; 4. Definir a linha diretriz para o nosso futuro; 5. Estabelecer padrões de objetivos para nos mantermos em melhoria constante; 6. Dar coerência e concentrar esforços, o que facilita a tomada de decisão e põe ordem e 7. Ajuda a antecipar e administrar o futuro (PEREZ, 2012a).

Alguns autores consideram que as estratégias de comunicação podem desempenhar um papel articulador da ruptura social, engendrando mudanças a partir da comunicação do próprio grupo social (PEREZ, 2012b). Nessa perspectiva, as estratégias comunicativas podem auxiliar os veículos de comunicação comunitária na busca de maior participação das comunidades, e por consequência, ser a linha guia para o planejamento futuro, pensando justamente na ampliação de ações e manutenção desses veículos. A programação e a gestão constituem-se em dois focos para a comunicação estratégica, buscando alcançar o público de interesse, assim como estabelecendo metas de desenvolvimento a curto, médio e longo prazo. Na TV Santa Maria, especificamente, podemos considerar que a própria veiculação da programação da TV, ao vivo, pela internet, é estratégia de comunicação para ampliação de alcance de público, considerando que o canal está restrito ao sistema cabo, sendo liberado o sinal apenas aos assinantes. Também, nas palavras de Meller (2013) podemos identificar o planejamento a longo prazo, quando salienta que após três anos, com a TV mais consolidada, já se pode pensar no investimento para aquisição de novas aparelhagens e de um prédio próprio para o veículo.

No âmbito da comunicação, as estratégias comunicacionais dizem respeito às ações empreendidas para a consecução de objetivos que tenham como pressuposto o estabelecimento de relação, ou melhoria desta, entre as organizações (de qualquer espécie) e seus públicos de interesse, tendo como base a comunicação e suas múltiplas faces: desde as relações pessoais e presenciais (reuniões, encontros, eventos, etc.), englobando materiais produzidos (informativos, publicidades, manuais, correspondências, etc.), até as atividades desenvolvidas no meio digital (sites, redes sociais, e-mails, etc.). Sempre considerando que essas relações estão ambientadas em sistemas sociais complexos, conforme nos diz Pérsigo “as escolhas estratégicas ocorrem em meio a relações complexas, multidirecionais, em contextos marcados pelas diversidades, em que um grande esforço é necessário para compatibilizar interesses em direções razoavelmente convergentes” (2009, p.21). Também é Pérsigo que salienta a importância de estarmos atentos aos cenários externos à organização:

[...] nem sempre as estratégias comunicacionais se utilizam apenas de insumos internos à organização. A própria observação do cenário em que a empresa se encontra, a transformação no perfil dos públicos e as mudanças ocorridas diariamente na sociedade podem se constituir como conhecimento necessário à elaboração dessas mesmas estratégias (PERSIGO, 2009, p. 23).

Na comunicação, devemos considerar o processo comunicacional e sua abrangência através de atos discursivos, silêncios, gestos, comportamentos, olhares, posturas, ações e omissões, que podem ter por objetivo simplesmente a expressão ou ainda a transformação do

mundo que nos rodeia, conforme aborda Rodrigues (1997). A qualquer ato de comunicação, de forma implícita, estão as regras que ditam o sentido e regulam a comunicação, e para além dessas regras também a instância institucional “que vigia, normaliza e sanciona o dizer e o fazer dos protagonistas das expressões e ações trocadas” (RODRIGUES, 1997, p. 69). Essa instância institucional é que remete os interlocutores para uma “reflexidade metacomunicacional, como para os modelos de natureza essencialmente cultural que lhes ditam as regras de enunciação, os papéis, as normas de ação, os esquemas de percepção e de classificação do mundo” (RODRIGUES, 1997, p. 69), proporcionando o entendimento entre as pessoas. E justamente esse regramento implícito é a metacomunicação que diferencia a comunicação de uma simples troca de sinais, sendo, conforme Rodrigues “o processo de gestão do sentido, da instituição da sua legitimidade” (1997, p. 70). A metacomunicação traz os traços dos interlocutores para a conversa, promove o relacionamento desses, que através de suas particularidades, lugares, tempos, deixam marcados seus espaços. E durante o processo de comunicação, nos espaços abertos pela metacomunicação, que tem lugar as estratégias comunicacionais:

Este trabalho metacomunicacional, tanto verbal como o não verbal, é fundamentalmente de natureza estratégica, visto ser uma espécie de distribuição de dispositivos destinados a suspender provisoriamente o diferimento interminável do lugar da enunciação em relação aos enunciados produzidos, a delimitar o seu horizonte ilimitado, a dispor de um ponto de fuga que permita ancorar a perspectiva enunciativa, a parar esta deriva indefinida a que qualquer processo comunicacional está incontornavelmente voltado (RODRIGUES, 1997, p.73).

As estratégias comunicacionais vêm então dar o contorno às comunicações que se fazem possíveis entre os indivíduos e entre esses e as instituições, ou vice-versa. E não menos diferente se faz necessário nos meios de comunicação comunitária, como já vimos. Talvez imprescindíveis, diríamos até, visto que são veículos que possuem razão de existência e objetivos bem específicos. Peruzzo (1998) caracteriza a mídia comunitária através dos seguintes aspectos:

a) estar aberta a participação ativa dos cidadãos e suas entidades representativas; b) as pessoas da própria comunidade se revezam enquanto produtoras e receptoras dos processos comunicacionais; c) desenvolvimento do processo de interatividade na comunicação; d) ser autogerida pelas entidades representativas da própria comunidade; e) autonomia e livre de ingerências em relação aos órgãos do Governo, grande mídia, partidos políticos e seus afiliados; f) não tem interesses comerciais; g) oferece possibilidade ilimitada de inovação de linguagem e formatos de programas; h) programação sintonizada com a realidade local, temas e interesse local; i) dirigida a segmentos específicos da população; j) alcance limitado em termos de cobertura, audiência ou número de leitores; k) as ações se desenvolvem em torno de interesses comuns e l) envolve um processo de aprendizado no exercício da democracia e cidadania (PERUZZO, 1998, p. 160-161)

A essas características junta-se a desobrigação que tem um canal comunitário de seguir os padrões vigentes dos veículos comerciais, o que muitas vezes é difícil de ser entendido, visto que o fazer e oferecer programas de televisão fica vinculado nos modelos legitimados (PERUZZO, 2007a). Há um padrão a ser respeitado nas emissoras comerciais, onde os blocos de programação estão encadeados considerando o tempo e os anúncios, numa lógica de mercado. Nas TVs comunitárias, e em específico na TV Santa Maria, longe dessa lógica comercial, a grade de programação vai sendo preenchida conforme as produções audiovisuais vão sendo disponibilizadas, trabalhando o veículo com muitas reprises e vídeos institucionais. Também a duração dos programas não se faz em tempo rígido, podendo, a duração dos episódios, de um mesmo programa, ter uma variação de tempo conforme a temática abordada ou situação específica²². Porém a formatação dos programas, em geral, estão influenciadas pelos modelos vigentes (entrevistas, debates, bancada, blocos, etc.).

Às características apresentadas há uma infinidade de contrapontos que limitam, e muito, a realização de projetos de veículos de comunicação comunitária. Principalmente as TVS comunitárias, que se vêm com maior dificuldade, visto o custo do investimento para a aquisição de equipamentos mínimos que ponham o canal no ar. Peruzzo (2007a) aponta algumas limitações, que podem ser assim resumidas:

1º) [...] falta de recursos. O problema financeiro prejudica o avanço de qualquer canal em todos os sentidos, desde a aquisição de equipamentos até a contratação de mão-de-obra e a produção de conteúdos; 2º) [...] a impossibilidade de contratação de funcionários por canais estruturados, pelo menos até que se resolvam os problemas de captação de recursos e ou incorporação de trabalho voluntário mais bem administrado [...]; 3º) [...] não existência de um centro de produção coletiva aberto às comunidades e às organizações sem fins lucrativos [...]; 4º) Restrição ao acesso do cidadão. [...]; 5º) Subutilização (por entidades e cidadãos) dos espaços abertos para a veiculação de programas e para a participação na programação de livre acesso, produzidos pelos canais. [...]; 6º) [...] Veiculação de conteúdos de baixa relevância social [...]; 7º) [...] Pouca diversidade de gênero e formato.[...]; 8º) Conflito de interesses existentes no âmbito interno [...]; 9º) Cobrança de taxas – mesmo na forma de rateio de custos – para veiculação e programação é lesiva aos sentido público das TVs comunitárias. [...]; 10º) Falta de planejamento sistemático do canal como um todo, mas principalmente no que se refere à sua comunicação e às formas mais profissionalizadas de captação de recursos; 11º) Transmissão restrita ao sistema a cabo de televisão. (PERUZZO, 2007a, p. 112-115).

²² Para ilustrar, trazemos o exemplo da cobertura do telejornal Santa Maria Agora no dia posterior a tragédia da Boate Kiss, quando absorveu 2 horas de programação, tirando do ar o programa Controle Geral, que é apresentado na sequência, a menção aos apoiadores culturais e uma nova divisão de intervalo entre os blocos. As emissoras comerciais também ampliaram suas coberturas, porém não sem cumprir a grade de anunciantes e manter boa parte da programação, mesmo que essa voltada ao assunto em questão. Também na edição que foi ao ar no Dia do Gaúcho podemos observar a condução de todo o programa voltado para a temática específica, sem cobertura de acontecimentos que não estivesse vinculado especificamente ao dia.

A autora também apresenta alguns indicativos para ações pro-ativas que poderiam trazer soluções para as imposições e limitações dos projetos de comunicação comunitária como hoje se constituem no país. Também de forma resumida, apresentamos:

4.1 Mobilização social para o empoderamento da mídia comunitária [...]; 4.2 Criação de centros coletivos de produção audiovisual [...]; 4.3 Estúdios montados pelas operadoras [...]; 4.4 Fundo público [...]; 4.5 Acesso popular [...]; 4.6 Capacitação de jovens e lideranças populares [...]; 4.7 Planejamento e visibilidade pública [...]; 4.8 Qualidade da programação [...]; 4.9 Montagem da grade de programação por gêneros e temas [...]; 4.10 Ampliação da representatividade [...] (PERUZZO, 2007a, p. 121-141).

Centrados nesses indicativos, os canais comunitários, e em específico a TV comunitária, estaria abrindo mais perspectivas de manutenção de seu projeto, alcançando da melhor forma os seus objetivos. A realização dessas ações passa pelo planejamento de estratégias de comunicação que venham dar suporte ao que pode ser considerado a base para mudanças junto aos veículos comunitários, como a relação com os órgãos governamentais e com a comunidade (pessoas, organizações, prefeituras, secretarias de estado, ministérios e ate outros veículos de comunicação). Na fala de Leal (2013) “[...] hoje, aqui no Rio Grande do Sul, nós temos uma boa relação, as TVs comunitárias têm uma boa relação com o Governo do Estado, com a Assembleia Legislativa, independente do partido que esteja ocupando a cadeira da presidência [...]” (LEAL, 2013, p. 6). Sobre o Governo do Estado, Leal (2013) reitera que também recebe apoio através de valores pequenos, mas que ajudam na manutenção do canal. Já sobre as prefeituras:

As prefeituras deveriam ter no canal comunitário um braço para o exercício da cidadania. Por quê? Porque é o canal que está falando para a cidade, ele tem 24 horas à disposição. Ele fala diretamente para a cidade. E os valores de um canal comunitário são valores muito diferenciados da mídia convencional (LEAL, 2013, p. 7).

Ainda abordando as estratégias comunicacionais dentro do contexto comunitário, não podemos deixar de trazer à tona as questões referentes ao jornalismo cívico (TRAQUINAS e MESQUITA, 2003) que propõe uma nova identidade ao jornalismo. Esse deverá buscar engajar-se aos acontecimentos da comunidade, indo além da cobertura dos fatos, mas trazendo para a discussão o entendimento das questões abordadas, sejam elas de âmbito nacional ou local, caracterizando histórica e criticamente as situações, contribuindo para uma análise concreta por parte do público, fomentando os posicionamentos a serem tomados. Esse novo papel do profissional e da prática do jornalismo precisa estar comprometido com o local, sendo questionador do *status quo*, com responsabilidade e com interesses que venham a

contribuir no desenvolvimento político, econômico e social das comunidades (TRAQUINAS e MESQUITA, 2003).

Dentro da TV Santa Maria, o jornalismo cívico poderia ter espaço junto ao telejornal diário, veiculado de segunda a sexta-feira, através de matérias que buscassem pautas para além do que já está em circulação pela mídia comercial. Também a cobertura dos fatos poderia se desvincular do tempo televisivo considerado padrão (duração das matérias, intervalos de blocos, etc.), abrindo espaço para um aprofundamento do conteúdo, sempre acompanhado do contraponto e olhar crítico. Na programação analisada já identificamos alguns passos nesse sentido, mas ainda restrito a busca de atores e espaços alternativos aos que estão sempre em evidência, porém sem mudança no foco dos discursos. Um exemplo é a edição comemorativa do Dia do Gaúcho que buscou apresentar a vivência das pessoas que moram na área rural do município (Passo da Capivara, na Chácara Sete Cantos), ou ainda com programas como Isto é Rio Grande que fez a cobertura de uma festa nativista no interior de Santa Maria, Distrito de Boca do Monte (localidade de Passo do Tigre), trazendo para a fala representantes do Piquete de Laçadores Nico Quinto, pessoas comuns, da comunidade.

Também as Relações Públicas possuem um papel de destaque no campo da comunicação comunitária, que conforme Peruzzo é “facilitar o processo de ação coletiva, no que diz respeito tanto ao relacionamento interno quanto às relações com os públicos de interesse externo, visando conquistar aliados e dar visibilidade pública às novas formas de realização” (2007, p. 149). Denominada Relações Públicas Comunitárias, especializam-se na aplicação de seus conhecimentos na busca do desenvolvimento de segmentos da população, atuando diretamente na e com a comunidade. Mas que fique claro que não basta a instrumentalização das pessoas para que as relações públicas comunitária cumpram o seu papel, é preciso a inserção do profissional na comunidade para que possa conhecer o seu espaço de atuação.

Deixemos claro, desde o início, que relações públicas comunitárias autêntica são muito mais do que um trabalho “para” a comunidade, nos moldes tradicionais, por meio de ações sociais paternalistas. Elas pressupõem uma atuação interativa, em que o profissional é, antes, um articulador e um incentivador, mais do que um simples transmissor de saberes e aplicador de técnicas aprendidas na universidade. Ele não deve ser um mero “consultor”, que não vivencia as necessidades da comunidade. As relações públicas comunitárias implicam sua participação “na” comunidade, dentro dela e em função dela. Melhor ainda será se ele for um “agente orgânico” surgido no seio da própria comunidade (KUNSCH, 2007, p. 172, destaques da autora)

A autora, através de um olhar focado no meio comunitário, apresenta metodologia própria para o desenvolvimento das ações de relações públicas que estejam em consonância com os respectivos públicos: moradores, movimentos sociais, organizações populares, Ongs,

entidades, e quem mais fizer parte desse contexto. E é no desenvolvimento do planejamento da comunicação (base para as ações de profissionais de relações públicas nas suas diferentes áreas de atuação) voltado para a área comunitária que estará o diferencial a ser trabalhado nas e para as comunidades. Para Kusch (2007) as comunidades precisam estabelecer uma comunicação em sintonia com o restante da sociedade, “abrindo caminho para sua efetiva mobilização e articulação. A comunicação deve constituir-se em uma estratégia nessa direção, agregando valores, facilitando processos interativos e viabilizando as necessárias mediações” (KUNSCH, 2007, p. 295-296). A abordagem desse planejamento voltado às comunidades está na abertura às participações plurais e construção coletiva das ações de relações públicas, “o enfoque participativo do planejamento só será respeitado se os planos, projetos e programas de comunicação forem desenvolvidos dentro de um processo em que há troca de informações e ideias, [...] com vista à transformação da realidade situacional” (KUNSCH, 2007, p. 303).

Nas TVs comunitárias, as relações públicas comunitárias possuem amplo campo de atuação, estabelecendo a relação do veículo junto à comunidade onde está inserido e buscando a mobilização que tanto é necessária para a ocupação da grade de programação, assim como para a participação na gestão. Peruzzo (2007a), ao abordar a questão da subutilização da grade de programação das TVs comunitárias, considerava “cabe a estes dar mais visibilidade à existência dessas oportunidades participativas e motivar as organizações da sociedade civil para que ocupem tais espaços. Um trabalho de relações públicas certamente contribuiria para mudar esse quadro” (PERUZZO, 2007a, p, 113). Não menos importante é o estabelecimento de canais de relacionamento das TVs com outros órgãos de comunicação para realização de parcerias²³ ou mesmo busca de apoio. É um profissional que poderá potencializar a comunicação dialética que deverá ser intrínseca aos projetos comunitários, numa abertura às contribuições, reivindicações e sugestões que venham dos diferentes segmentos da comunidade.

A viabilização de veículos comunitários, a prática do jornalismo cívico e das relações públicas comunitárias poderão ser os horizontes para a democratização da comunicação nas sociedades, numa complementaridade de ações. Além de veículos capacitados e gestados no meio das comunidades, viria dar o fechamento necessário que levem à formação de indivíduos críticos e atores na construção de uma mudança social.

²³ Nesse sentido o Jornal A Razão (jornal diário da cidade de Santa Maria) é um dos apoiadores culturais da TV Santa Maria, assim como a TV mantém um link de sua página na internet direto na página do Portal Bei (portal de informações de notícias da cidade e região, acessado pelo endereço www.portalbei.com.br) o qual aparece como apoiador cultural da programação da TV.

CAPÍTULO 4 – AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS E A PRESENÇA DO COMUNITÁRIO NA TV SANTA MARIA

Todos os passos percorridos até aqui deram subsídios para a fase interpretativa dos dados que levanta inferências buscando identificar como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria. Mas ainda antes de entrar na interpretação, propriamente dita, se faz necessária uma apresentação da programação analisada.

A programação da TV Santa Maria, até o mês de julho de 2013 (período definido como limite de observação da grade de programação e dos programas), estava composta de dois programas diários: o telejornal Santa Maria Agora e o programa de variedade Controle Geral, ambos produzidos pela SM Produtora, apoiados por empresas da cidade. Semanalmente estavam sendo veiculados 22 programas de diferentes temáticas, produzidos por organizações da sociedade local, os quais iam ao ar de forma inédita em dia específico, de segunda a sexta-feira, com mais dois reprises para cada programa ao longo da semana (considerando de segunda a domingo). A partir do mapeamento das edições analisadas, do acompanhamento como telespectadora do canal e das informações disponíveis no site da TV Santa Maria (www.santamaria.tv.br), observamos, *a priori*, algumas especificidades de cada programa:

- D Docente – programa produzido e realizado pela Seção Sindical dos Docentes da Universidade Federal de Santa Maria – Sedufsm, tem por objetivo aproximar a categoria da comunidade local. O programa aborda diversos temas com a proposta de trazer um novo olhar sobre os fatos de interesse dos professores sindicalizados e público em geral. É gravado na própria sede do realizador e traz para fala os integrantes do movimento sindical e diretoria da entidade. Não possui nenhum tipo de apoio cultural e tem duração média de 30 minutos;

- TV Coopaver – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pela Cooperativa dos Condutores Autônomos de Veículos de Rodagem – Coopaver. Tem por objetivo tratar de assuntos diversos que sejam de interesse da comunidade, como reaproveitamento do uso da água para lavagem do carro, cuidados com o veículo para economia de combustível, etc. É gravado na própria sede da Cooperativa, que se localiza junto ao Auto Posto e à Rádio Táxi Coopaver, e traz para fala os funcionários ou taxistas associados. Não possuindo nenhum tipo de apoio cultural e tem duração média de 30 minutos;

- Primeira Classe – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo Sindicato dos Professores Municipais de Santa Maria - Sinprosm. Tem por objetivo a aproximação com o público formado pelos professores municipais, abordando

assuntos que vão desde a luta salarial da categoria às questões de saúde física e mental dos docentes. É gravado na própria sede do realizador; com narrador oculto, apresentando na abertura imagens de manifestações públicas de reivindicações da categoria. Não possui nenhum tipo de apoio cultural e tem duração média de 10 minutos;

- Elegance Maturidade em Movimento – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, com apoio cultural de empresas locais. Tem por objetivo abordar assuntos referentes ao público da terceira idade. É apresentado no estúdio e traz para entrevista pessoas envolvidas na vida social da cidade. Faz constante chamamento para um curso de manequim e modelo oferecido para pessoas maduras. Tem duração média de 10 minutos;

- TV Fisma – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelas Faculdades Integrada de Santa Maria – Fisma. Tem por objetivo divulgar os cursos e ações da instituição e seu quadro de professores, através de entrevistas e informações. É apresentado por repórter da própria TV que deixa visível a lapela do microfone com logomarca da TV Santa Maria. Aborda tema único a cada edição, não tem apoiadores culturais e tem duração média de 20 minutos;

- Cidadania e Segurança Pública – programa realizado pela TV Santa Maria/SM Produtora, com apoio institucional do Poder Judiciário, Brigada Militar, Ministério Público e Polícia Civil, e apoio cultural de empresas locais. Tem por objetivo abordar assuntos referentes a questões locais de segurança pública. É apresentado por um ex-comandante do BOE e um ex-delegado de polícia, aborda tema único a cada edição que vai sendo desenvolvido ao mesmo tempo em que surgem outras informações e avisos, com duração média de 1 hora;

- Royal na TV – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, realizado pela empresa Royal Plaza Shopping. Aborda assuntos de variedade, através de entrevistas com empresários donos de lojas do estabelecimento, com interação com público local, sendo apresentado a partir do próprio ambiente do shopping. Não possui apoios culturais e tem duração média de 10 minutos;

- Roda Brasil Amigos – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo apresentador Marion Mello, com apoio cultural de empresas locais. Apresenta entrevistas e cobre a realização de eventos com ênfase para o meio cultural e esportivo local, destacando a prática esportiva tanto amadora como profissional, nas mais variadas modalidades. É programa produzido em estúdio, mas também faz a cobertura de eventos, apresenta músicos iniciantes no cenário local, empresas locais de pequeno porte como apoio

cultural (Restaurante do Vitor) entre outras empresas já com tradição de investimento em mídia (Pampeiro, Falk Tintas, etc.). Tem duração média de 30 minutos;

- Palavra de Fé – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pela Comunidade Batista Vida Nova. Apresenta momentos de oração, de leitura e discussão do evangelho. É gravado em estúdio, apresentado por um pastor da Comunidade Batista Vida Nova. Traz nos intervalos de leitura da bíblia clips musicais religiosos. Não apresenta apoios culturais e tem duração média de 45 minutos;

- Mídia Mix – programa produzido pelo próprio apresentador Vilceu Godoy, conta com apoio cultural das empresas locais. Aborda assuntos de variedade, na área de cultura, música, entretenimento, fazendo a cobertura dos maiores eventos sociais da cidade e entrevistando pessoas que estão em evidência. Migrou da TV Pampa para a TV Santa Maria, tem duração média de 30 minutos;

- Santa Maria Frente a Frente – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo advogado Ricardo Jobim (Diretor Jurídico da TV Santa Maria e Diretor do Portal Bei). No formato de mesa redonda, com a presença de debatedores convidados entre profissionais dos mais diversos segmentos, trata de assuntos polêmicos da cidade. É gravado em estúdio, geralmente mantém boa parte dos integrantes (compreendidos entre pessoas que já possuem espaço na mídia – debatedores de outros programas, jornalistas, advogados, etc.). Tem duração média de 1 hora;

- Saúde Qualidade de Vida – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo médico Renor Beltrame (apresentador e debatedor também de um programa de rádio em veículo local). Traz temas relacionados à saúde e qualidade de vida através de entrevistas e dicas de profissionais como médicos, dentistas, farmacêuticos, químicos, fonoaudiólogos, psicólogos, etc, tem duração média de 1 hora;

- Conversando com o Cardiologista – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, realizado pela empresa Icor. Aborda temas relacionados à saúde cardiovascular através de entrevistas com médicos especialistas na área, tem duração média de 30 minutos;

- Bancários na TV – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo Sindicato dos Bancários. Apresenta os principais temas em discussão nas agências locais, ações realizadas pela categoria, além de cobertura de eventos na área e assuntos diversos. Primeiro programa de sindicato a ir ao ar, possui apresentador/repórter próprio. Às vezes grava em estúdio, outras vezes possui matérias externas. As temáticas não ficam só no âmbito das questões próprias do Sindicato. Não possui apoio cultural, tem duração média de 10 minutos;

- Análise Santa Maria em Debate – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pela Câmara de Comércio Indústria e Serviços de Santa Maria – Cacism. Tem por objetivo discutir assuntos de repercussão na sociedade local através de mesa redonda com a participação de convidados da comunidade, conforme o tema abordado. Um dos primeiros programas a ir ao ar. É gravado no auditório da entidade, tem duração média de 1 hora e 30 minutos, sendo o programa de maior duração;

- Semeando Cultura – programa produzido e realizado por Saulo Oliveira, conta com a parceria de Delci Taborda na apresentação. Destaca aspectos do tradicionalismo e do nativismo, colocando em evidência a produção cultural do município e região. Gravado direto de um Centro de Tradições Gaúchas – CTG (que não é identificado). Entrevista artistas conhecidos no meio nativista ou ainda sem grande inserção no cenário musical, tem como apoiadores culturais empresas locais de médio e pequeno porte (Dafrigo Matadouro e Embutido, Magiarte, Nessa Brigadeiro) e duração média de 30 minutos;

- 26ª Copa Prefeito – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, faz a cobertura do futebol amador da cidade, realizando transmissões de jogos e entrevista. Possui 18 apoiadores culturais (empresas de grande, médio e pequeno porte) e tem duração média de 45 minutos;

- Isto é Rio Grande – programa produzido por José Luiz Produções e Megami Produtora. Voltado ao tradicionalismo, traz a cultura gaúcha representada com músicas e histórias, combinando a apresentação de artistas consagrados e revelações do cenário musical gaúcho. Apresentado por José Luiz, que é apresentador conhecido no meio tradicionalista, é um dos mais antigos programas locais, visto que já veiculou em outros canais (rádios, TV Pampa e canal local da NET). Entrevista pessoas ligadas à música gaúcha ou movimento nativista e cobre a realização de eventos sem grande expressão na cidade (de pequenos grupos ou ainda voltados para o público tradicionalista, como o 5º Gaitaço do Piquete de Laçador Nico Quinto), indo ao evento em diferentes locais (como o Passo do Tigre no Distrito de Boca do Monte). Apresenta como apoiadores culturais empresas de pequeno porte do âmbito local (Açougue e Mercearia Flores; Mercado Italiano; Mercado Pampa; Agroveterinária Tarumã) e tem duração média de 30 minutos;

- Estranha vida de Sodaboy – programa produzido pela Pastel Store, apresenta a primeira série ficcional de Santa Maria. Conta, de forma humorada, a trama que envolve a vida do publicitário Sodaboy, tendo como pano de fundo a cidade de Santa Maria. Programa de formato mais inovador; apresenta um cenário real (a praça, o shopping, os prédios). O elenco é composto de artistas (amadores e profissionais) locais, e a cada edição são veiculados

três novos episódios com tem duração média de 3 minutos por episódio, que são apresentados na sequência um do outro;

- Agora Vai – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo curso preparatório Agora EAD. Apresenta dicas, informações e tudo o que há de mais atual nos conteúdos recorrente nos concursos públicos. Programa com proposta diferenciada de vídeo aulas preparatórias para concursos; apresenta conteúdo dos mesmos e exercícios, com duração média de 1 hora;

- Janu & Convidados – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pelo músico local Janu Uberti. Recebe convidados do cenário musical local para uma conversa e apresentação, abordando questões sobre histórias de vida e debates sobre a área cultural na cidade e região. Possui o nome de um show musical organizado na cidade pelo apresentador, é gravado no estúdio e tem duração média de 30 minutos;

- Estação TV – programa produzido pela TV Santa Maria/SM Produtora, é realizado pela Estação Rodoviária de Santa Maria. Propõe contar a história da Estação Rodoviária a partir da história de vida da diretoria e dos funcionários, traz para fala funcionários de diferentes setores, Não possui apoiadores culturais e tem duração média de 10 minutos;

- Controle Geral – programa realizado e apresentado pelo radialista Vicente Paulo Bisogno (possui há muitos anos programa de rádio com o mesmo nome em veículo local, já tendo passado por mais de uma emissora com esse programa), de temática variada, com foco nos acontecimentos locais, estaduais e nacionais. Apresenta reportagens externas, entrevistas no estúdio e enquete com a população, tem duração média de 1 hora e vai ao ar após o telejornal Santa Maria Agora;

- Santa Maria Agora – telejornal diário, é apresentado no mesmo formato de telejornalismo das outras emissoras, com o apresentador a partir da bancada. Aborda temática variada, sendo boa parte voltada para o local, mas com cobertura regional, estadual e nacional. Traz matérias externas com entrevistas de pessoas representativas da comunidade (secretários de município, representantes de entidades, etc.) e também da população. Muda sua configuração conforme o interesse ou necessidade (Dia do Gaúcho foi especial com temática única e na cobertura da tragédia da Boate Kiss teve duas horas de duração), tendo duração média de 1 hora.

Além dos programas citados, podemos destacar algumas campanhas educativas e de utilidade pública que são veiculadas pela TV Santa Maria no intervalo de sua programação, como a Campanha do Trânsito e Campanha do Agasalho, e vídeos institucionais, como da Associação de Pais, Familiares e Amigos do Down – Associação Bem Viver e da Associação

dos Portadores de Esclerose Múltipla de Santa Maria e Região – APEMSMAR. Ainda, alguns outros programas que já foram veiculados na TV Santa Maria: Mão Amiga (programa realizado pelo Hospital de Caridade Astrogildo de Azevedo); Ao Pé da Letra (programa realizado pela Fundação Casas Eny); Pauta Cultura (programa da própria SM Produtora), Canis & Feliz (programa realizado por uma Petshop com o mesmo nome), AISM TV (programa realizado pela Associação Italiana de Santa Maria). Também, ao longo do ano, a TV veicula a realização de eventos culturais, educativos e sociais que aconteçam na cidade e cuja cobertura em vídeo seja disponibilizada ou realizada ao vivo por parte da equipe da TV Santa Maria. Durante os intervalos na grade de programação, que não está preenchida com produção local em sua totalidade das 24 horas, a TV Santa Maria também reproduz clássicos do cinema que não mais possuem espaço de veiculação nas redes de TV comercial.

Identificados os programas, o passo seguinte foi a construção do esquemas de leitura das 28 edições analisadas, do qual tratamos no capítulo metodológico. A esse esquema de leitura, para a inferência, juntamos, numa complementação para a análise, as entrevistas em profundidade realizadas e a análise dos documentos pesquisados – Relatório do Grupo de Trabalho TVs Comunitárias – Seminário Comunicação em Pauta, do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (Anexo A); Estatuto da TV Santa Maria (Anexo C) e a Legislação da área. Para seguir uma lógica da análise proposta, partimos dos pontos de texto já utilizados:

Atores – se fazem presentes na programação através dos apresentadores, repórteres, convidados, apoiadores e produtores. Os apresentadores são jornalistas da cidade ou pessoas que tenham atuação na temática do programa (Airton Amaral, do Santa Maria Agora é jornalista; Maiquel Rosauero, do Bancários na TV é Jornalista; Léa Winter, do Elegance Maturidade Ativa é atuante nos movimentos da terceira idade, José Luiz é conhecido tradicionalista na cidade). Os repórteres, quase sempre vinculados ao Santa Maria Agora, são estudantes de jornalismo ou jornalistas formados (Janini Appel, Camila Cunha são estudantes, Aline Dalmolin é jornalista formada).

Os entrevistados, em sua maioria, são pessoas representativas da comunidade, nos seus diversos papéis, como podemos observar nos programas: Elegance Maturidade Ativa, com a entrevista a uma professora aposentada; Cidadania e Segurança Pública com a condução do programa sendo realizada por um ex-delegado e ex-comandante do BOE; Roda Brasil Amigos com a entrevista a cantora iniciante no cenário musical; Saúde e Qualidade de Vida ao entrevistar um psicólogo para falar sobre luto; Bancários na TV que entrevistou um representante do Comitê Santa-mariense pelo Direito à Memória e à Verdade; Semeando Cultura ao fazer matéria com um professor da UFSM; Copa Prefeito transmitindo o

campeonato de esporte amador local; Estranha Vida de Sodaboy apresentando atores locais numa série ficcional; Isto é Rio Grande com a presença de tradicionalistas moradores do Passo do Tigre, Distrito de Boca do Monte; Controle Geral ao apresentar trabalho de chargista local; Santa Maria Agora, nas suas edições diárias, ao trazer para cena entrevistas realizadas com o público, com dono de supermercado, com delegado, com voluntário, com membros de Centros de Tradições Gaúchas, vendedora de loja, entre outros entrevistados e outros programas.

Também se fazem presentes na grade de programação os apoiadores culturais, sejam grandes empresas da cidade que também anunciam nos veículos comerciais – como Unimed Santa Maria, Sicredi, Pampeiro, Uglione, Rodoauto Pneus, CFC Dirija – como pequenas empresas ou entidades locais que não anunciam em outro espaço televisivo – como Associação de Pais, familiares e Amigos do Down – Associação Bem Viver, Associação dos Portadores de Esclerose Múltipla de Santa Maria e Região – APEMSMAR, Restaurante Maxxi Pan, Restaurante do Vitor, Nessa Brigadeiro, Madereira Lencina, Gota Limpa Produtos de Limpeza, JA Surdinas, Lazaro's Clínicas Veterinária Pet Shop, Borracharia e Vulcanizadora Miguel Machado, entre outros. O Poder Judiciário, a Brigada Militar, o Ministério Público e a Polícia Civil aparecem como apoiadores institucionais. A Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul e o Governo do Estado do Rio Grande do Sul se fazem presentes através de campanhas institucionais. Também há, na programação, uma presença significativa de pessoas identificadas a partir de um segmento específico da sociedade, de forma particularizada, como o Pastor da Igreja Batista, a diretoria e sócios da Cooperativa dos Condutores Autônomos de Veículos de Rodagem de Santa Maria- Coopaver, diretoria da Seção Sindical dos Docentes da Universidade Federal de Santa Maria – Sedufsm, diretoria do Sindicato dos Professores Municipais de Santa Maria – Simprosm, professores das Faculdades Integradas de Santa Maria – Fisma, lojistas do Royal Plaza Shopping, diretoria e funcionários da Estação Rodoviária.

A programação da TV Santa Maria se realiza com a participação de uma pluralidade de sujeitos, representativos ou não da comunidade, porém numa abrangência que abarca diferentes ideais. Abre espaço de fala para pessoas que não possuem espaço de manifestação na mídia comercial, embora também abarque pessoas que possuem outros canais de manifestação (Renor Beltrame é apresentador e comentarista em rádio local, Vicente Paulo Bisogno é radialista de rádio local, Candido de Azambuja Ribeiro é comentarista em rádio local, além dos empresários, do prefeito e outras pessoas que são fontes também da mídia comercial). Abrange sindicatos (D Docentes, Primeira Classe Simprosm, Bancários na TV),

empresas privadas (TV Fisma, Royal na TV, Agora Vai, Estação TV, Conversando com Cardiologista), cooperativa (TV Coopaver), entidade (Análise Santa Maria em Debate) e instituição religiosa (Palavras de Fé). Abre espaço para programas independentes, embora produza boa parte deles (Elegance Maturidade Ativa, Cidadania e Segurança Pública, Roda Brasil Amigos, Mídia Míx, SM Frente a Frente, Saúde e Qualidade de Vida, Semeando Cultura, Isto é Rio Grande, Janú e Convidados e Controle Geral) e para produções inovadoras (Estranha Vida de Sodaboy). Produz por conta própria o telejornal Santa Maria Agora e a cobertura do futebol amador (20ª Copa Prefeito).

Ainda, quanto aos atores presentes na administração do canal, a TV Santa Maria, conforme o Estatuto, deve ser composta por entidades sem fins lucrativos e não governamentais, podendo possuir como associado colaborador pessoas físicas e pessoas jurídicas. Até o momento sua diretoria conta com pessoas físicas na composição do Conselho Diretor e Conselho Fiscal. Na fala do Presidente da Associação TV Santa Maria, Adalberto Meller (2013, p. 2) “a Associação em si, ela é ampla, da liberdade a que outras entidades participem conosco [...], hoje se tu me perguntar, nós estamos só nós, são os que fundaram a Associação”. O primeiro diretor da TV Santa Maria, Airton do Amaral Leal (2013) reitera, “as entidades, elas têm algumas pessoas pontuais em suas categorias [...] e parece que não sobra tempo daqui um pouquinho para você se envolver com uma TV comunitária, [...] mas faz falta, eu gostaria de ver outras entidades também na TV Santa Maria” (LEAL, 2013, p. 10).

Fica clara a baixa mobilização da cidade para a participação na gestão da TV comunitária, o que irá refletir também em outros aspectos que serão analisados. Questionado sobre a participação financeira dos membros da Associação, Meller (2013) esclarece que não há contribuições a serem realizadas pelos associados, assim como também os membros não respondem subsidiária ou solidariamente em nome da Associação (o que não implica em responsabilidade financeira legal e que poderia afastar algum interesse). Mas Meller (2013) salienta “se pensou realmente em entidades que pudessem agregar, mas para isso nós queremos entidades que venham realmente e participe, com fôlego, porque se não, não adianta [...] é querer realizar uma coisa só por ter um monte de nomes” (MELLER, 2013, p. 2). Os novos membros, conforme o estatuto, devem ser aprovados pela Assembléia Geral e devem encaminhar pedido junto com documentação específica, definida no Capítulo II, Seção I, Artigo 5º, Parágrafo Primeiro. A legislação da TV a cabo, Lei 8.977/95, apenas define que o canal comunitário é aberto para utilização livre de entidade sem fins lucrativos, não tendo gerência em sua composição.

O trabalho das relações públicas comunitárias poderia estar, justamente, possibilitando a ampliação de participação das pessoas, seja na gestão ou mesmo na programação, visto a possibilidade de realização de planejamento específico para a mobilização da comunidade (ou pelo menos tentativa de mobilização). Peruzzo (2007), ao apresentar indicativos para a viabilização das TVs comunitárias, considera como um dos passos a mobilização da sociedade para o “empoderamento da mídia” (PERUZZO, 2007, p. 121). Uma divulgação do projeto da TV comunitária como um todo, explicando sua função social, objetivos, características e oportunidades, poderia proporcionar um olhar diferenciado ao veículo, abrindo novas formas de interação com a comunidade.

Temas– possuem temáticas variadas, sendo em sua grande maioria sobre acontecimentos locais, considerados de interesse público por tratarem de assuntos que venham a contribuir no esclarecimento de questões, divulgações ou informações para a população. Abre espaço para abordagens sobre a cultura e o esporte local, educação, cidadania e desenvolvimento social. Também se faz presente, a partir dos textos, os interesses privados comerciais (Royal na TV) ou institucionais (D Docentes, Simprosm, TV Fisma, TV Coopaver, Palavra de Fé, Estação TV). Mas, numa especificidade de acontecimento de grande repercussão nacional, sob assunto local, como a tragédia da Boate Kiss, prestou seu papel de veículo local e comunitário ao fazer ampla cobertura (foram duas horas só no telejornal no dia seguinte ao fato, mudando a programação, sem ficar preso aos apoiadores ou contratos outros), trazendo diferentes pontos de vista (entrevista com Provedor do Hospital onde estavam sendo atendidos os feridos, médico pneumologista, psicólogo sobre comportamentos futuros e atenção aos sobreviventes, bombeiros, prefeito, voluntários, vítima, entre outras abordagens). Também outros programas da grade se voltaram à temática da tragédia, como o programa Saúde e Qualidade de Vida que dedicou uma edição inteira para abordar a questão do luto.

A cobertura cultural local é realizada pelos programas Janu & Convidados através de entrevista com músicos locais já consagrados na cidade, abordando desde lançamento de CD autoral, panorama do cenário musical e apoio cultural para os artistas na cidade; Roda Brasil Amigos, trazendo entrevistas com artistas em carreiras iniciantes, lançamento de CD, as dificuldades, os festivais nativistas, a participação dos compositores, a troca de trabalho entre artistas; Midia Mix e o Santa Maria Agora com a cobertura de eventos, como Lançamento do Mês da Cultura, Festival de Inverno da UFSM, aniversário de clube social, divulgação da Feira do Cooperativismo. O Santa Maria Agora, através do quadro Música, nas sextas-feiras, para apresentação de músico local, que encerra a edição do programa. Na temática

tradicionalista os programas Isto é Rio Grande e Semeando Cultura apresentam cantores e grupos locais, além de entrevistas com pessoas ligadas ao Movimento Tradicionalista Gaúcho (CTGs e Piquetes), trazendo informações sobre acontecimentos e histórias da cidade e região. O Santa Maria Agora, em caráter especial, apresentou a edição do dia 20 de setembro totalmente voltada para o tradicionalismo gaúcho, trazendo entrevistas sobre a indumentária, a alimentação, os hábitos do gaúcho, além da cobertura do Desfile Tradicionalista na cidade.

A área esportiva tem destaque na programação do canal, visto possuir um quadro específico no telejornal diário e programa específico como o Roda Brasil Amigos (que também aborda assuntos relacionados à cultura). Cobre a atuação dos dois times profissionais da cidade (Inter de Santa Maria e Riograndense Futebol Clube), traz a cobertura do futebol estadual e nacional, além de dar espaço para divulgação do time de vôlei feminino de Santa Maria e o esporte amador (programação, ações sociais). Também a TV Santa Maria se propõe a fazer a transmissão ao vivo do campeonato Copa Prefeito que reúne times locais de jogadores amadores veteranos.

Outros programas estão inseridos no contexto da educação, cidadania e desenvolvimento social, abordando temáticas como a entrevista sobre o Comitê Santamariense pelo Direito à Memória e a Verdade realizado pelo programa Bancários na TV; o Análise Santa Maria em Debate, com a temática sobre a queda de Santa Maria no índice IDH; a enquete do Controle Geral sobre a opinião da população na questão polêmica de proibir a realização de rodeios; entrevista sobre divórcio e separação no Controle Geral; o SM Frente a Frente numa análise sobre o comportamento do Supremo Tribunal Federal; e o Santa Maria Agora com reportagens sobre a Gripe A, Defesa Civil e os temporais na região, regularização fundiária, investigação de servidor público sobre desvio de verba na PM, paralização dos médicos e programa Mais Médicos do Governo Federal. Ainda, o programa Agora Vai, que transmite vídeo aulas para interessados em realizar concursos públicos, pode ser considerado no âmbito educacional, visto prestar um serviço de ensino à distância.

A Estranha Vida de Sodaboy apresenta temática do cotidiano, numa produção local de série ficcional que tem como pano de fundo a cidade de Santa Maria e seus acontecimentos (um dos episódios aconteceu durante a realização da Feira do Livro de Santa Maria, que serviu de cenário para as gravações). São personagens vividos por artistas locais que abordam assuntos como trabalho, romance, comportamento. Também salientamos o programa Elegance Maturidade Ativa visto trazer assuntos referentes ao envolvimento de público da terceira idade. Mesmo que a abordagem fique restrita a grupos específicos (como as senhoras

representantes da Casa da Amizade), proporciona espaço para divulgação de ações voltadas a esse público, como o curso de manequim e modelo.

Para Meller, a programação carrega o que há de mais comunitário na TV Santa Maria, “eu o comunitário enxergo na programação que é dirigida diretamente ao público, eu acho que praticamente todos os nossos programas são comunitários, né. Agora vai entrar no ar um programa gaúcho, não tem coisa mais comunitária do que a base cultural” (MELLER, 2013, p. 4). O Estatuto da Associação apresenta na Seção II, no Artigo 3, como finalidades e objetivos, assegurar o exercício do direito de expressão, de geração de informação e de produção cultural a todos os segmentos sociais. Para Leal “hoje nos temos de fato, nós temos diferentes ideologias convivendo harmonicamente numa mesma programação. Então, nós temos ali a UAC²⁴ que iniciou conosco [...] temos o Ministério Público, a Brigada Militar, a Polícia Civil, só para citar alguns dos participantes” (2013, p. 7).

A TV tem procurado diversificar a grade de programação, abrindo espaços para temáticas e ideologias variadas, porém ainda há uma lacuna não preenchida por vários segmentos da comunidade que não se fazem presentes na TV e não são contemplados com a programação (culturas outras como hip hop, fank, skatistas, cultura negra, crianças, adolescentes, pré-vestibulandos, cultura clássica, etc.). Ao mesmo tempo sabemos das dificuldades que envolvem a produção de material audiovisual e os custos mínimos de veiculação, mesmo numa TV comunitária (ainda que va contra o ideal de modelo comunitário, os veículos precisam sobreviver através de arrecadação financeira para a manutenção dos profissionais, estrutura e equipamentos).

Bom, a gente sempre diz, a TV Santa Maria está aberta para novos projetos, então se você quer ter um programa na TV Santa Maria o que você precisa: precisa ter uma ideia desse projeto e entregar o projeto ali. Esse projeto sob o ponto de vista do conteúdo e da viabilização também financeira. Como esse projeto, ele vai se sustentar. Como ele vai se manter, esse projeto. Onde estão as fontes justamente para que nós possamos custear o técnico, o editor, daqui um pouquinho o jornalista, o estagiário. Então, nós temos um Estatuto, a TV Santa Maria tem um Estatuto, se você vê, tem a ideia e ela fecha com o Estatuto, e geralmente, olha em 100% de quase todas as ideias elas fecham com o Estatuto, ok. Se nós conseguimos viabilizar sobre o ponto de vista financeiro para custear as despesas, o programa entra para a grade (LEAL, 2013, p. 7).

A fala de Airton já foi assunto abordado por Peruzzo (2007, p.112) “o problema financeiro prejudica o avanço de qualquer canal em todos os sentidos, desde a aquisição de equipamentos até a contratação de mão-de-obra e a produção de conteúdo”. Também são

²⁴ UAC é a União das Associações Comunitárias que possui um quadro no telejornal Santa Maria Agora, nas segundas-feiras, e que justamente na edição analisada não foi ao ar visto a cobertura especial da tragédia da Boate Kiss que mudou toda a programação do dia.

essas reivindicações que estão presentes no Relatório do Grupo de Trabalho TVs Comunitárias, entregues ao Governo do Estado, durante a realização do Seminário Comunicação em Pauta, quando, no Eixo 1, propõe a criação de um Fundo de Apoio e Financiamento das Rádios e TVs Comunitárias do Estado do Rio Grande do Sul; no Eixo 3 solicita destinação de emendas para a produção cultural audiovisual para as TVs Comunitárias e no Eixo 4 ao propor a criação de uma rede de produção das TVs Comunitárias do Brasil para a produção de conteúdo conjuntamente. Todas essas manifestações têm interferência direta no conteúdo dos canais comunitários e na ampliação e democratização das suas grades de programação. Não seria diferente com a TV Santa Maria.

Narrativa – a variada grade de programação, que até julho de 2013 contava com 22 programas semanais e dois programas diários, oportuniza a diferentes pessoas que essas possam ter contato com a produção de material audiovisual. No papel de apresentador, entrevistado ou apoiador, abriu-se, com a TV Santa Maria, novas possibilidades de participação da comunidade na mídia local. Da grade da TV são contabilizados 19 programas que proporcionam espaço de manifestação para pessoas da cidade, as quais apresentam suas histórias, opiniões, trabalhos, trajetória, projetos, negócios, etc.

A pluralidade de vozes aparece, algumas vezes, dentro dos próprios programas, através da participação de pessoas com diferentes pontos de vista. Podemos exemplificar com programas de debates como o SM Frente a Frente, onde participam quatro convidados, além do apresentador, para abordar assunto específico para o dia. Nessa mesma linha o Análise Santa Maria em Debate propõe uma discussão de tema para quatro participantes, geralmente representando órgãos e instituições locais. Salientamos que os diferentes pontos de vista dos participantes desses programas não necessariamente representam as opiniões antagônicas presentes na sociedade ou que sejam contra hegemônicas. Programas de entrevistas também oportunizam uma participação diversificada de pessoas, como o Controle Geral, Cidadania e Segurança Pública, Roda Brasil Amigos, Midia Mix, Janu & Convidados, Saúde e Qualidade de Vida, Bancários na TV, Semeando Cultura e Isto é Rio Grande. A pluralidade de ideias ora aparece com a participação de diferentes pessoas numa mesma edição sobre uma mesma temática (como os programas tradicionalistas Semeando Cultura e Isto é Rio Grande), ou com a participação de uma pessoa diferente em cada edição do programa (como o programa Saúde e Qualidade de Vida, Controle Geral e Cidadania e Segurança Pública).

Porém, ainda há uma presença forte de programas onde um mesmo ponto de vista é reforçado pelos diferentes participantes, num fechamento em nicho específico, como podemos notar nos programas D Docentes, da Seção Sindical dos Docentes da Universidade Federal

e Santa Maria – Sedufsm; TV Coopaver, da Cooperativa do Condutores Autônomos de Veículos de Rodagem – Coopaver; Primeira Classe, do Sindicato dos Professores Municipais de Santa Maria – Simprosm; TV Fisma, das Faculdades Integradas de Santa Maria; Royal na TV, do Royal Plaza Shopping; Conversando com Cardiologista, da Icor e Estação TV, da Estação Rodoviária de Santa Maria. Todos esses programas abrem espaço de fala para os seus próprios membros, sejam da diretoria ou funcionários, sem outras interações com ideias ou propostas diferenciadas. Outros dois programas não abrem nenhum espaço para participações, como o Palavra de Fé (programa religioso de leitura da Bíblia) e o Agora Vai (programa com vídeo aulas com conteúdo voltado aos concursos públicos).

O telejornal Santa Maria Agora talvez seja o espaço de maior diversificação de participações. Por cobrir, dia a dia, os acontecimentos da cidade, aborda assuntos nos mais variados segmentos, abrindo oportunidade de expor diferentes visões. Tomemos como exemplo a edição do dia 10 de julho de 2012, quando cobre a distribuição da vacina para Gripe A na cidade, entrevistando o Secretário de Município da Saúde, a Coordenadora Regional de Saúde do Estado e por fim uma dona de casa que foi em busca da vacina e não encontrou. Outros exemplos de diversidade de ideias podem ser considerados na presença da Irmã Lourdes Dil para falar sobre a Feira do Cooperativismo (representante da Economia Solidária na cidade), na divulgação das ações sociais dos clubes profissionais locais e matérias que entrevistam a população. Importante ressaltar, que diferente do que foi imaginado, na hora de definição do corpus, a edição do telejornal com data perto do Natal não apresentou espaço de divulgação para as atividades realizadas na cidade. Assim como a edição da data que completaria seis meses da tragédia não apresentou a programação realizada em homenagem às vítimas, que ocorreu no sábado posterior, embora tenha trazido informações referentes ao andamento do processo. Na percepção de Leal “eu gostaria que o telejornal tivesse mais entradas ao vivo, né. Eu penso que seria muito importante que ele pudesse estar mais presente na rua, dando voz as pessoas ao vivo. Interagindo sobre os temas que nós abordamos” (2013, p. 8).

A perspectiva da pluralidade de vozes, considerando as muitas ‘comunidades’ existentes dentro da comunidade de Santa Maria, ainda não foram abraçadas pela TV Santa Maria. Principalmente as comunidades dos bairros são pouco representadas, tendo o espaço da UAC (como já mencionado) para manifestação, num quadro dentro do telejornal, em dia único da semana. Não aparecem suas histórias, necessidades, opiniões. Também as participações em entrevistas e enquetes tem privilegiado o público do centro, embora entendamos as dificuldades de longos deslocamentos com câmeras e repórteres para cobrir

esses outros espaços, mas que não pode passar despercebido por esta pesquisa. Ao mesmo tempo, não deixamos de considerar que é justamente essa parcela da população que não tem acesso ao sinal da TV comunitária e nem espaço nas TVs comerciais.

No contraponto às necessidades financeiras para deslocamentos de equipe e ampliação da grade de programação, o jornalismo cívico vem propor um novo papel a cobertura dos fatos, onde o jornalismo tem que engajar-se aos acontecimentos da cidade, trazendo para discussões questões locais, estaduais e nacionais, mas que sejam caracterizadas histórica e criticamente para suscitar posicionamentos diversos, discussões, reflexões. Esse tipo de cobertura exige do responsável a vivência mais próxima da comunidade, em contato com as representações sociais presentes nas vilas, bairros e distritos da cidade. Também exige que os formatos televisivos deixem de se referenciar pelos padrões comerciais, visto que matérias mais profundas exigem maior tempo para veiculação, assim como mais dias de discussão.

Produção – boa parte da programação é produzida e gravada nos estúdios da própria TV Santa Maria. Alguns programas (Santa Maria Agora, Controle Geral) utilizam a produção de matérias externas durante a apresentação das notícias. Outros, como Primeira Classe, TV Fisma, D Docentes, Royal na TV, Estação TV, utilizam-se das suas sedes como cenário. E programas como Mídia Mix, Isto é Rio Grande e Semeando Cultural fazem a cobertura de eventos ou utilizam-se de outros espaços temáticos para a gravação das edições.

A estética dos programas tem permanecido dentro de uma mesma proposta, formatada ora como mesa redonda e debates, ora como entrevistas e cobertura dos fatos, não havendo grandes inovações. Exceção feita ao programa Estranha Vida de Sodaboy que se propõe a ser uma série ficcional, utilizando-se de diferentes espaços da cidade como cenário, além de construir a história numa temporalidade real (novamente mencionamos a realização de um episódio que teve como cenário a Feira do Livro de Santa Maria que estava sendo realizada na cidade). Também devemos salientar o formato do Agora Vai, como vídeo aula, propondo o ensino à distância ao público e abrindo novas possibilidades para a TV.

A TV Santa Maria tem um grande diferencial dos outros canais locais da cidade (Canal 20 da NET, TV Câmara, TV Universitária e também podemos incluir as TVs comerciais, como a RBS TV Santa Maria e a TV Pampa Santa Maria, visto que as mesmas estão vinculadas a uma grade de programação das suas respectivas emissoras líderes) que é a possibilidade de realizar transmissão ao vivo dos programas. Fato esse que se deve à regularização do canal na Anatel que possibilitou a liberação de um link exclusivo para uso da TV Santa Maria. Particularidade essa que deveria contribuir na proposição de programas com outros formatos, como os realizados durante a cobertura do Carnaval de Rua, cobertura da

realização da Multifeira de Santa Maria - Feisma, e da Tertúlia, festival nativista local, todos no ano de 2012. Foram realizadas coberturas de longa duração que transmitiram em tempo real os acontecimentos. Em específico, a Feisma, realizado no Centro Desportivo Municipal e com duração de 9 dias, proporcionou 6 horas diárias de cobertura ao vivo do evento.

A baixa participação de outras produtoras (apenas quatro programas, dos 23, não são produzidos pela TV Santa Maria/SM Produtora) e também de outros segmentos da sociedade, contribui para uma mesma leitura dos formatos. Peruzzo (2007a) já abordava essas questões como limitadoras da prática dos canais comunitários. A TV Santa Maria acaba sendo, ao mesmo tempo, canal provedor de programação, ao organizar os espaços da grade, e canal produtor de conteúdo, ao absorver a produção das propostas de programas que chegam até o veículo. Conforme Trevisan (2013), muitas das entidades que procuram a TV chegam com uma ideia de programa, sem forma e nem produtora.

Recebemos propostas de entidades. O CDL foi uma proposta que veio. [...] Eles simplesmente chegaram e falaram, olha nós queremos ter um programa de TV. Criaram um programa. Eles criaram e nós produzimos, viabilizamos um programa da ideia deles (TREVISAN, 2013, p. 2).

No Estatuto da Associação, também na Seção II, no Artigo 3, em finalidades e objetivos, está a premissa de que a TV deve fomentar a capacidade de cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação, na suas diversas modalidades, e para o debate da estética, dos conteúdos, da linguagem e da técnica. Preocupação essa que é dividida com as demais TVs comunitárias do Estado, visto as reivindicações presentes no Relatório do Grupo de Trabalho das TVs Comunitária, já mencionado, que no Eixo 1, solicitam do Governo, no item 4, cursos de capacitação e profissionalização; no item 5, realização de seminários de reflexão e avaliação dos trabalhos das TVs Comunitárias, e no item 7, apoio para a transformação das TVs Comunitárias em Escolas de Mídias Comunitárias. Também no Eixo 4 aparece, no item 5, o interesse numa Escola de Formação e Capacitação com foco nas novas mídias e ferramentas de internet.

A essas vontades, presentes no Estatuto e no Relatório, some-se o depoimento de Leal (2013) ao informar que a cidade tem muitas outras produtoras, porém as mesmas estão focadas na produção de eventos, e não de conteúdo, visto que produzir conteúdo dá muito menos retorno financeiro, pois Santa Maria é uma cidade universitária que realiza muitas formaturas. Também ele salienta a falta que faz a inserção dessas outras produtoras na TV: “Eu sinto falta, eu acho que uma cidade como a nossa, ela poderia, deveria né, ter outras produtoras que pudessem também exibir seus produtos, seus programas” (LEAL, 2013, p. 8).

No Quadro 7 apresentamos uma síntese da análise realizada, conforme cada um dos pontos de texto que trabalhamos desde a decomposição do texto, até o esquema de leitura.

Atores	Temas	Narrativa	Produção
<p>São constituídos através da presença dos apresentadores, repórteres e convidados.</p> <p>Identificados tanto na representatividade da comunidade, quanto na exclusividade de alguns segmentos particulares.</p> <p>Abre-se para a presença de instituições, organizações, sindicatos, igrejas, artistas, profissionais liberais, entre outros indivíduos da comunidade local.</p> <p>Também proporcionam a participação de pequenas empresa locais como apoiadores culturais.</p>	<p>Possui temáticas variadas, sendo em sua grande maioria sobre acontecimentos locais, considerados de interesse público por tratarem de assuntos que venham a contribuir no esclarecimento de questões, divulgações ou informações para a população.</p> <p>Abre espaço para abordagens sobre a cultura local, educação, cidadania e desenvolvimento social.</p> <p>Mas também se fazem presentes os interesses privados comerciais ou institucionais.</p>	<p>Oportuniza a diferentes pessoas o contato com a produção de material audiovisual.</p> <p>No papel de apresentador, entrevistado ou apoiador, abriu-se novas possibilidades de participação da comunidade na mídia local.</p> <p>Da grade são contabilizados 19 programa que proporcionam espaço de manifestação para pessoas da cidade, as quais apresentam suas histórias, opiniões, trabalhos, trajetória, projetos, negócios, etc.</p> <p>Mas não necessariamente os programas abrem-se para manifestações de diferentes pontos de vista ou para pensamentos contra hegemônicos.</p>	<p>Boa parte da programação é produzida e gravada nos estúdios da própria TV Santa Maria.</p> <p>Alguns programas utilizam a produção de matérias externas.</p> <p>Ainda, há os programas que gravam a partir das sedes das instituições.</p> <p>Ou fazem a cobertura de eventos, utilizando outros espaços temáticos para a gravação das edições.</p> <p>A estética dos programas tem permanecido dentro de uma mesma proposta, formatada ora como mesa redonda e debates, ora como entrevistas e cobertura dos fatos, não havendo grandes inovações, tendo poucas exceções.</p> <p>A produção é quase exclusiva, pois apenas quatro programas, dos 23, não são produzidos pela TV Santa Maria/SM Produtora.</p>

Quadro 7 – Quadro resumo da análise da presença do comunitário na TV Santa Maria

A teoria, os programas, as entrevistas e os documentos analisados corroboram, uns com os outros, para que se possa realizar uma identificação do comunitário presente na TV Santa Maria, através de sua programação variada e temática ampla. São 22 programas semanais, e dois programas diários, a abrirem espaços para pessoas da comunidade de Santa Maria, algumas vezes a partir de grupos específicos, outras sem maiores representatividades pré-estabelecidas, pessoas de um lugar comum, formada por comunidades de escolha de

Goldsmith (1999), ou ainda sub-comunidades de Paiva (2003). Nas temáticas mais variadas, falam da cultura, do esporte, dos eventos, das dificuldades, das necessidades, enfim, da vivência na cidade. Se ainda não alcança o ideal comunitário de TV, na sua particularidade muda o cenário da mídia local e amplia acesso, deixando clara a falta de mobilização para a participação. Conforme Peruzzo (2005, p. 3) “cada vez mais a comunicação comunitária vai se revelando numa pluralidade de formas e mostrando sua validade no contexto das comunidades, mesmo que não expressem mecanismos puros de autogestão”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Instigada pela temática da pesquisa, ao longo desses dois últimos anos fomos construindo o referencial teórico, procurando adentrar nos caminhos que levavam às mídias comunitárias. A vivência com a TV Santa Maria em diversas oportunidades anteriores acendeu o interesse pelas possibilidades que se abriam a partir desse canal. Dai ao conhecimento da rede que movimenta a busca pela democratização da comunicação foi ‘um passo’, assim como a identificação com as reivindicações tão presentes que sempre instigaram o estudo da comunicação, desde a graduação, porém não ainda externadas ou quem sabe mais aprofundadas. A oportunidade surgiu agora, com a dissertação, quando fomos em busca da história, da memória e da trajetória dos que fazem desse assunto pauta do seu dia a dia. A pesquisa sobre comunidade, comunitário, cidadania, deu outro olhar à teoria e à prática, refletindo, com certeza, numa outra postura como profissional de Relações Públicas e num novo teor ao questionamento de vida: “o que você fez para mudar isso?”.

Este estudo foi dividido em quatro capítulos, sendo dois teóricos, um metodológico e outro de análise. Momentos diferentes que se interligam ao serem suporte ao longo da construção da pesquisa. Não temos como buscar a teoria, sem um olhar sempre voltado ao objeto de estudo. E menos ainda olhar o objeto sem referenciarmos, a todo o momento, a teoria. E, sendo assim, estudar como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria exigiu um mergulho nas teorias da comunicação comunitária, partindo de comunitário, comunidade e cidadania. Superada essa fase, embora seja estudo que não se esgote, visto a constante atualização por que passa o tema, foi preciso caminhar em direção à comunicação comunitária, a partir do conceito, percorrendo um roteiro histórico-social de construção da nossa própria democracia. As estratégias da comunicação foi o próximo passo, levando a um olhar breve sobre o jornalismo cívico e as relações públicas comunitárias. Construída a base teórica, abraçar-se ao objeto, procurando esmiúça-lo, foi a forma de enxergar, nas entrelinhas dos programas, as possibilidades e concretudes do comunitário que ali se faz presente. Dois momentos distintos: a análise textual, que foi personalizada para dar conta das especificidades do corpus empírico e a interpretação dos dados, onde as inferências juntaram as estratégias, a teoria, as entrevistas e os documentos coletados.

E, a partir dessas inferências, observamos a existência concreta de uma TV comunitária que não necessariamente identifica o modelo ideal construído com a teoria. Situação essa que não causa estranhamento, visto as inúmeras situações adversas apresentadas pela própria Peruzzo (2007a) quando estuda os primeiros canais comunitários instalados em

Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro. Passados seis anos desse estudo, muitas das situações levantadas pela autora foram também identificadas nesta TV Comunitária de Santa Maria. Cabe, neste momento, salientar que diferente da pré-análise realizada e apresentada em momento de qualificação dessa dissertação, tomamos rumo diferente nessa etapa final. E isso devido tanto ao programa único analisado naquele momento, que entendemos tenha distorcido alguns dos fatos, como também pelo olhar diferenciado da pesquisadora para o objeto após contribuições da banca de qualificação. Sem nos propormos a julgar o veículo, procuramos analisá-lo, o mais detalhadamente possível (e aí a justificativa para a manutenção do corpus de análise o mais completo possível), trazendo contribuições da base teórica, das falas dos entrevistados e dos documentos analisados.

Quanto à resposta ao problema desta pesquisa, sobre a forma como o comunitário se faz presente na TV Santa Maria, consideramos que se se faz presente principalmente na programação variada e temática ampla, visto que a um canal comunitário, conforme Peruzzo (2007) é preciso que seja plural, abrindo-se para uma comunidade de comunidades. Comunidades essas que possuem algumas características em comum, como objetivos específicos, linguagem comum e comunicação, por exemplo, não sendo prerrogativa que se identifiquem através de uma vivência comum ou laços de sangue, como preconizado por Tönnies (1973). Estaria mais para a comunidade de Buber (2008) quando se refere ao sistema comunitário formado pela multiplicidade de seres e a liberdade de expressão da individualidade. Ou ainda, as sub-comunidades de Paiva (2003), formadas pelas ideologias.

Nesse caso, buscamos na participação dos sindicatos, instituições, órgãos do governo, movimentos sociais, as comunidades presentes na TV Santa Maria (comunidade sindical, comunidade tradicionalista, comunidade religiosa, comunidade governamental, etc.). Também se fazem presentes, organização sem fins lucrativos (Câmara de Comércio Indústria e Serviços de Santa Maria – Cacism), cooperativa (Cooperativa do Condutores Autônomos de Veículos de Rodagem – Coopaver) e grupos organizados, mesmo que esses ainda como participantes convidados dos programas (músicos e atores locais, economia solidária, membros de Centros de Tradições Gaúchas - CTGs).

As temáticas voltadas para o desenvolvimento da educação, da cultura e da cidadania, característico do canal comunitário, são encontradas na TV Santa Maria, embora ainda não de forma tão contundente do que seria necessário. Mas presente nas pautas de programas como Santa Maria Agora, Controle Geral, Santa Maria Frente a Frente, Semeando Cultura, Isto é Rio Grande, Roda Brasil Amigos, Saúde e Qualidade de Vida, entre outros. Quanto ao interesse público dos assuntos abordados, a essas temáticas, somem-se várias outras que

dizem respeito à realidade local dos habitantes, como a falta de vacina para gripe A, a cobertura da tragédia, regulamentação fundiária, ações da Defesa Civil, etc. Campanhas sociais, como as da Fundação para Uma Vida Melhor, APEMSMAR, Organização Bem Viver, APAE são veiculadas nos intervalos da programação, assim como Campanha de trânsito e Campanha do Agasalho. Quanto aos espaços disponibilizados para dar visibilidade a questões para as quais não existem espaços na mídia de massa, podemos referir-nos tanto a veiculação da série ficcional com produção local, quanto à cobertura do evento no Piquete Nico Quinto, à cobertura da Cavalgada Maneco Pedroso, à homenagem ao gaiteiro Reduzino Malaquia, à entrevista com o representante do Comitê Santa-mariense pelo Direito à Memória e à Verdade, à cobertura do esporte amador e os espaços aberto aos artistas locais. Mas, para além desses assuntos, o jornalismo cívico poderá contribuir na mudança de olhar sobre o que é notícia na comunidade.

Na gestão é onde menos identificamos a presença de estratégias comunicativas que torne presente o comunitário na TV Santa Maria, embora reflita, como preconizado pela teoria, gestão com postura de cunho coletivo, visto ser formada por diferentes pessoas, com diferentes interesses. O que falta é representatividade da comunidade. A criação da Associação TV Santa Maria por grupo específico de pessoas (entre empresários e professores universitários) que, num primeiro momento, manteve as informações fechadas, pode ser um dos motivos que gera ainda a baixa participação da comunidade na gestão do canal. Em que pese que há uma justificativa para a tomada dessa decisão – no entendimento da necessidade de preservação do projeto como um todo – há também uma resistência, por parte das instituições, para abraçar a causa da TV Comunitária (gerada muitas vezes por desconhecimento, reflexo da baixa mobilização). Na composição da Associação TV Santa Maria não há uma efetiva representação da comunidade santa-mariense que é, com certeza, composta por pessoas com várias outras atividades e interesses dos que os que ali se encontram hoje. Fato esse que é relatado pelos próprios gestores nas suas respectivas entrevistas. Mesmo as entidades já organizadas que detêm uma representatividade social, demonstram ainda estar numa ‘não-participação’ com referência ao canal comunitário, podendo até identificá-lo como de interesse, conforme fala de Leal (2013), mas delegando à Associação e à Produtora a responsabilidade de geri-lo como melhor lhes convém, visto entenderem que fazem um bom trabalho.

Conforme já abordado, através dos estudos de Buber (2008), para que o comunitário se realize, é preciso que haja efetiva participação das pessoas, não adiantando manter as aparências. Pensamento que também foi manifestado por Meller (2013). Para mudanças no

processo de participação das instituições na gestão da TV Santa Maria, entendemos necessária a participação de um profissional de relações públicas comunitário, visto a necessidade de um trabalho de divulgação e sensibilização da comunidade à causa da comunicação comunitária, para que depois se fortaleçam relações com as organizações no intuito de ampliar a presença dessas para além da programação, chegando na gestão do canal comunitário.

Chama a atenção a preocupação da TV Santa Maria na produção dos audiovisuais. Os programas propostos passam por uma análise prévia da SM Produtora e recebem desta algum tratamento de linguagem jornalística, demonstrando, conforme Leal (2013), uma preocupação com a qualidade do material que vai ao ar. Preocupação essa que também se faz presente em Peruzzo (2007) quando menciona, como uma limitação aos projetos de TVs comunitárias, a produção de conteúdo, principalmente no que diz respeito a pouca diversidade de gêneros e formatos. E justamente é na diversidade de formatos, principalmente, que a TV Santa Maria ainda poderia diversificar. Na fala de Rodrigues (1997), estaria a TV Santa Maria como a instância que dita as regras da enunciação, formatando as propostas a partir dos padrões da mídia comercial. Quem sabe seja preciso que a produtora e as organizações se desapeguem dos moldes, e se abram para outros formatos, outros tempos, outras formas de fazer televisão. As especificidades do material audiovisual, a importância dos conhecimentos técnicos e estéticos, e a necessidade de equipamentos próprios para a produção televisiva demonstram ser alguns dos grandes vilões dos projetos de TVs comunitárias.

Muito forte se faz a identificação da TV Santa Maria como veículo local, que abre espaço para as organizações que vêm nela uma mídia alternativa em custos de investimento e liberdade de expressão. E embora se faça presente o comunitário na sua programação, entendemos que ainda é incipiente a sua apropriação como espaço de fala, sem exceção, para todas as representações comunitárias da cidade de Santa Maria. Reflexo, com certeza, da limitação de seu alcance a moradores que recebem o sinal do cabo (legalizados ou ilegais) e às pessoas que possuem acesso ao canal via internet. Não está contemplada nessas especificações a massa da população localizada na periferia da cidade. Há esse entendimento por parte da gestão do canal, que tem ciência do caminho que ainda há por trilhar nesse sentido. Demonstram entender também que uma ampliação das participações, das apropriações por parte de outras entidades, instituições, virão dar suporte na sustentação da tevê comunitária, a qual necessita de formas diferentes para se viabilizar. Um julgamento dos passos certos e errados não faz sentido neste estudo, mas não pode deixar de ser apontado é que há um grande vazio ainda na participação de representações da comunidade que efetivamente levem as vozes plurais da cidade para dentro da tevê.

Como limitação desta pesquisa identificamos a delimitação do corpus empírico em número reduzido de edições por programa, a não realização de entrevistas com os realizadores e produtores dos programas analisados, além de pesquisa específica sobre estudo da recepção do canal. A limitação do corpus acabou deixando de fora o quadro ‘ UAC na TV’, da União das Associações Comunitárias de Santa Maria, visto que o mesmo é veiculado nas segundas-feiras, durante apresentação do telejornal Santa Maria Agora. Na segunda-feira analisada a edição do programa teve formato próprio, pois estava cobrindo a tragédia da Boate Kiss, não trazendo os quadros específicos. Fica a indagação do uso que é feito do espaço, que poderia ser utilizado para formação e mobilização em prol do próprio veículo comunitário. Quanto às entrevistas que não foram feitas com os realizadores e outras produtoras, fica em aberto o entendimento que essas possuem da TV Santa Maria, na dúvida se identificam a TV como veículo comunitário ou se o entendimento está vinculado a uma identidade de canal local. E, por último, mas não menos importante, um estudo da recepção da TV poderá levantar os sentidos produzidos pela programação como um todo, além de identificar quem são os expectadores desse canal. Todas essas questões ficam como fomentadoras de possibilidades à outras pesquisas.

Para finalizar, reiteramos que a TV Santa Maria pode ser considerada um veículo de comunicação que se faz alternativo à mídia hegemônica da cidade. Congrega pessoas com o objetivo comum de estabelecer um novo meio de comunicação, e, dentro das limitações financeira, por certo, tem buscado alternativas para se manter no ar com o que de melhor qualidade pode ofertar. Numa grade variada e de temática múltipla, abre espaços de participação. Se aquém do necessário envolvimento da cidade, por certo é por falta de comprometimento, que ainda é muito incipiente nos indivíduos e organizações. Reflexo, da baixa participação das comunidades na causa da comunicação comunitária, que exige estratégias específicas de mobilização social. Assunto que passou a ser ‘a pulga atrás da orelha’ desta pesquisadora, mas que fica para ser tratado num próximo estudo.

REFERÊNCIAS

ALVES, Luiz Roberto. Progresso e recessão no campo das culturas: chaves novas, velhas forças. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: INTERCOM, 1995.

_____. Comunicação e cultura popular: as prosopopéias na rua, no meio do redemoinho. In: FESTA, Regina e LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (org.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

AMARAL, Márcia. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BENEVENUTO JUNIOR, A. F. M. As histórias, as novas mídias e a comunicação alternativa como interlocutores de novas práticas sociais. In: PERUZZO, Cicilia K., COGO, Denise e KAPLÚN, Gabriel (org.) **Comunicação e movimentos populares: quais redes?**. São Leopoldo: Ed. Unisinos; 2002.

_____. Canais comunitários se espalham e criam entidade nacional. **Revista Conexão – Comunicação e Cultura**. Caxias do Sul: UCS, V. 4, n.7, jan/jul. 2005a.

_____. **De canal comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo em Porto Alegre**. 2005b. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

BERGER, Christa . A pesquisa em comunicação popular e alternativa. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: INTERCOM, 1995.

_____. Introdução. In: COGO, Denise; MAIA, João (org.). **Comunicação para cidadania**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2006.

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

BUBER, Martin. **Sobre comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CABRAL, Adilson. Sociedade civil, movimento social e comunidade. **Comunicação – construindo conhecimento**. Disponível em: www.comunicacao.pro.br. Acessado em 10/07/2011 às 20horas e 5 minutos.

CASETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, v.2, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2 ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012.

DAGNINO, Evelina. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: DAGNINO, Evelina (org.). **Os anos 90: política e sociedade no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ETGES, Hélio Afonso. **As políticas de televisão a cabo: um estudo comparado entre Argentina e Brasil**. Porto Alegre, FAMECOS/PUC-RS, 1996. Dissertação de Mestrado.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, Comunicação Popular e Alternativa. In: FESTA, Regina e LINS da SILVA, Carlos Eduardo (orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

_____. Elementos para uma análise da comunicação na América Latina: perspectivas para os anos 90. In: **Comunicação e culturas populares**. PERUZZO, Círcia Maria Krohling (org.). São Paulo: INTERCOM, 1995.

GOLDSMITH, Marshall. Comunicacione Globales Y Comunidades de Elección. In: HESSELBEIN, Frances et all (orgs.). **La comunidade del futuro**. Granica: Buenos Aires, Barcelona, Cidade do México, 1999.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

JACKS, Nilda; CAPPARELLI, Sérgio (Coord.). **TV, Família e identidade: Porto Alegre “fim do século”**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Dimensões e perspectivas das relações públicas comunitária. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

LEAL, Airton do Amaral. **Entrevista concedida pelo Diretor da TV Santa Maria**. Santa Maria, 21 de jun. 2013.

MELLER, Adalberto. **Entrevista concedida pelo Presidente da Associação TV Santa Maria**. Santa Maria, 15 de out. 2013.

MIRANDA, Orlando de (org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Ed. USP, 1995.

NASCIMENTO, Iracema Santos do. **A democratização como ela é: a experiência do canal comunitário a cabo de Porto Alegre**. São Paulo, UNESP, 2001. Dissertação de mestrado.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. 2ªed.rev.ampl. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

_____. Estratégias da comunicação e comunidade gerativa, IN: PERUZZO, Círcia (org.). **Vozes cidadãs**. São Paulo: Angellara, 2004.

_____; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos (orgs.). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: MauadX/FAPERJ, 2008.

PEREZ, Rafael Alberto. La nueva teoría estratégica: Estado de la cuestión. **II Encontro Iberoamericano sobre estratégias de comunicación**. Sevilla, 16 a 18 de septiembre, 2004.

_____. 2011: El año em que la comunicación se volvió estratégica. **Dircom**, nº 93. Buenos Aires, diciembre, 2011.

_____. **Pensar la estratégia**: outra perspectiva. 1ª ed. Buenos Aires: La Crujía, 2012a.

_____. Comunicación estratégica: sí claro. Pero, qué implica “estratégica”? **Revista Académica de Comunicación e Ciencias Sociales**. Ano 0, nº 02. Agosto, 2012b.

PERUZZO, Cecilia M. K. Pistas para o estudo e a prática da comunicação comunitária participativa. In: PERUZZO, Cecilia M. K(org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1995a.

_____. Comunicação popular em seus aspectos teóricos. In: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (org.). **Comunicação e culturas populares**. São Paulo: INTERCOM, 1995b.

_____. Mídia comunitária. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998. Nº 30.

_____. **TV Comunitária no Brasil: Aspectos Históricos**. Sociedad de lainformacion: convergências, diversidades. Santiago: Univ. Diego Portales/ALAIC, 2000.

_____. Comunidades em tempos de redes. In: PERUZZO, Cicilia K. (comp.). **Comunicação e movimentos populares: quais redes? Comunicación y movimientos populares: caules redes?** São Leopoldo: Ed. Unisinos; La Habana: Centro Memorial Dr. Martin Luther King, Jr.; Montevideo: Ciências de laComunicación de la República, 2002a.

_____. Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania. **Revista Pensamento Comunicacional Latino Americano**. São Bernardo do Campo: UNESCO – UMESP. Revista 13, v.4, n.1, out./dez. 2002b, pág. 1-9. Disponível em: <http://ww2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>. Acessado em 04/05/2011 às 07:25.

_____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Revista Latinoamericana de Ciencias de laComunicación**, ano II, n.3, jul//dic. 2005. São Paulo: ALAIC.

_____. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, Vol. 4, nº1, 2006a. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/viewFile/1213/958> Acessado em 26/05/2011 às 18h.

_____. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. **XXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**. INTERCOM: UnB, set 2006b.

_____. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a.

_____. Comunicação comunitária e gestão participativa. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007b.

_____. Televisão comunitária: mobilização social para democratizar a comunicação no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, v.14, n.2, jul./dez. de 2008.

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias da comunicação.** Lisboa: Editora Presença, 1997.

SANTORO, Luiz Fernando. O vídeo nos movimentos populares. In: FESTA, Regina e LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (org.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil.** São Paulo: Paulinas, 1986.

SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos. Representações sociais de pobres e comunidades da cidade do Rio de Janeiro na TV: reflexões metodológicas. PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos (orgs). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa.** Rio de Janeiro: MauadX/FAPERJ, 2008.

SANTOS, José Milton. A democratização da comunicação nos discursos da sociedade civil brasileira – 1974/1994. **Ordem/Desordem.** Belo Horizonte, n. 12, ago.1995.

TELLES, Vera da Silva. Sociedade civil e a construção de espaços públicos. In: DAGNINO, Evelina (org.). **Os anos 90: política e sociedade no Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade.** São Paulo: Editora Nacional e Editora USP, 1973.

TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário. **Jornalismo cívico.** Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

TREVISAN, André. **Entrevista concedida pelo Diretor da TV Santa Maria.** Santa Maria, 15 de out. 2013.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Sites consultados

ABCCOM. <http://abccomorg1.webnode.com/> acessado em 22/08/2013.

Anatel. <http://www.anatel.gov.br> , acessado em 1/08/ 2013 e atualizado em 15/11/2013.

Ancine. <http://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga> acessado em 23 de novembro de 2013.

ATVC. <http://www.atvc.com.br/> acesso em 1/04/2012.

Ministério das Comunicações. <http://www.mc.gov.br/DSCOM/view/Principal.php>, acessado em 1/07/2013 e atualizado em 15/11/2013.

NET Santa Maria. www.netcombo.com.br/static/html/.../santamaria.xls acessado em 2/09/2013.

NET Serviços de Comunicações SA. <http://www.netcombo.com.br/institucional> acessado em 2/09/2013.

POA TV. <http://www.poatv.net/> acesso em 31/03/ 2012.

Secretaria de Comunicação e Inclusão Digital do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. <http://www.secom.rs.gov.br/conteudo/1068/seminarios-comunicacao-em-pauta>, acessado dia 01/07/2013.

Teleco. <http://www.teleco.com.br/tvassinatura.asp> acessado em 12/10/2013.

TV Câmara. <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/>, acessado em 2 de outubro de 2013

TV Campus. <http://w3.ufsm.br/tvcampus/apresentacao.php>, acessado em 2 de outubro de 2013.

TV Caxias. <http://www.tvcaxias.com.br/> acesso em 31/03/ 2012.

TV Farroupilha. <http://www.tvfarroupilha.com.br/> acesso em 1/04/2012.

TV Mais Novo Hamburgo. <http://tvmaisnh.blogspot.com.br/> acesso em 1/04/2012.

TV Santa Maria. <http://santamaria.tv.br/> acesso em 28/03/2012.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Mapeamento dos programas analisados

Programa	D DOCENTES
Data:	26 de julho de 2013
Veiculação:	Sextas, às 19h
Vinheta:	Abertura com logo, efeitos especiais e trilha sonora
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Interna do Sindicato; realização do evento 58 CONAD
Cenário:	No Sindicato, parede com nome ao fundo e cadeiras de auditório; auditório de realização do evento 58 CONAD
Sonorização:	Abertura e entre os quadros com vinheta do programa; trilha sonora da matéria
Apresentador:	Diosana Frigo abertura; narrador não identificado; Rafael Balbuena (entrevistador);
Convidado (s):	Marinalva Oliveira (Presidente do ANDES Nacional); Rondon de Castro (Presidente da SEDUFMS e diretor do ANDES); Paulo Rizzo (Segundo Secretário do ANDES); Everton Padilha (Advogado do SEDUFMS); Humberto Gabbi Zanatta (diretor da SEDUFMS);
Assunto(s) abordado(s):	Realização do 58º CONAD; homenagem ao Diretor da SEDUFMS Humberto Gabbi Zanatta (música com suas composições); Ações judiciais coletivas que estão em andamento pela SEDUFMS;
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Entrevista; Questões Jurídicas; Comentário Semanal de Humberto Gabbi Zanatta
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Cobertura sobre realização do 58º CONAD;
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Somente SEDUFMS
Duração:	28 minutos

Programa	TV COOPAVER
Data:	24 de maio de 2013
Veiculação:	Sextas-feiras, sem horário definido
Vinheta:	Imagens do Auto Posto Coopaver, com trilha sonora, para abertura, intervalos e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Auto Posto Coopaver
Cenário:	Espaços no Auto Posto Coopaver, Central de Rádio Taxi,
Sonorização:	Trilha sonora de abertura
Apresentador:	André Campos (repórter TV Santa Maria)
Convidado (s):	Ari Quevedo (taxista, associado à Coopaver); Ronaldo (frentista do Auto Posto), Moacir da Silva (Presidente da Coopaver), Renato Stefano (Diretora da Rádio Táxi Coopaver),
Assunto(s) abordado(s):	Coopaver, taxi clandestino, diesel S10, profissão de taxista, registro de 30 mil chamadas num único mês da Radio Táxi Coopaver
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	2 blocos, com intervalo para vídeos institucionais da Fundação para uma Vida Melhor, APEMSMAR, Bem Viver, Ciclano Host,
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria (com identificação na lapela do microfone) Coopaver, Sinditaxi, Auto Posto Coopaver, Rádio Taxi Coopaver (fala do apresentador)
Duração:	30 minutos

Programa	PRIMEIRA CLASSE SIMPROSM
Data:	27 de junho de 2013
Veiculação:	Quintas-feiras
Vinheta:	Imagens de manifestações, com trilha sonora e logo do programa, para abertura
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Sala do sindicato
Cenário:	Início com imagens de manifestações e locutor oculto, após sala, com monitor apresentando a logo do SIMPROSM, com uma cadeira, após imagens da sede do sindicato com locutor oculto,
Sonorização:	Trilha sonora de fundo às imagens
Apresentador:	Oculto, só voz
Convidado (s):	Vinicius Luge (Coord. de Comunicação do SIMPROSM), Martha Najar (Coord. de Organização e Patrimônio), Leda Marzari (Coord. de Finanças), Liliana Pincolini (Coord. SIMPROSM),
Assunto(s) abordado(s):	SIMPROSM – estrutura, atuação, funcionamento, serviços e nova sede
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Imagens da sede do SIMPROSM,
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SIMPROSM
Duração:	8 minutos

Programa	ELEGANCE MATURIDADE EM MOVIMENTO
Data:	15 de junho de 2013
Veiculação:	Sábados, sem horário definido
Vinheta:	Trilha sonora e efeitos especiais com fotografias
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Somente no estúdio.
Cenário:	Fundo neutro, com duas cadeiras onde fica entrevistador e entrevistada, no estúdio.
Sonorização:	Trilha de abertura e encerramento.
Apresentador:	Léa Winter;
Convidado (s):	Alcione Flores do Amaral (Presidente da Casa da Amizade 2011/2012, ex-professora)
Assunto(s) abordado(s):	Trabalho da Casa da Amizade (eventos realizados e quem pode participar), curso de Manequim e modelo para terceira idade, adultos, jovens e crianças
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Apoio cultural: Izabel Modas; Ótica Noal; Carlos Cabelereiros;
Duração:	7 minutos

Programa	TV FISMA
Data:	15 de junho de 2013
Veiculação:	Sábados, sem horário definido
Vinheta:	Montagem da logo da FISMA (letras e movimento)
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Na escola
Cenário:	Prateleira de livros e três cadeiras
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e encerramento
Apresentador:	Janini Appel
Convidado (s):	Sandra Schmidt (Coord. Curso de Enfermagem) e Helena Noal (Professora)
Assunto(s) abordado(s):	Segurança do paciente e trabalhos de conclusão de curso da Enfermagem
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria (com identificação da logomarca na lapela do microfone) FISMA (selo com a logo no vídeo)
Duração:	20 minutos

Programa	CIDADANIA E SEGURANÇA PÚBLICA
Data:	9 de abril de 2013
Veiculação:	Terças-feiras
Vinheta:	Imagens com efeito especial no nome do programa, com locução e trilha sonora, e apresentação dos debatedores com foto e identificação dos nomes, para abertura e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	Mesa com três cadeiras, tendo ao fundo a parede limpa
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e encerramento
Apresentador:	Paulo Corino (Ex-delegado), João Ricardo Vargas (Ex-comandante do BOE),
Convidado (s):	Fernando de Sá (Gerente do Posto Transluzi)
Assunto(s) abordado(s):	Posto ecológico e sustentável, trabalho do frentista,
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	3 blocos com intervalo para apoios culturais com imagens de logomarcas
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Apoio cultural (logo no vídeo): Intecsol, Uglione, Sindigêneros, Martini Medeiros e Tonetto Advogados Associados, Triad Condomínios, CFC Dirija, Rodoauto Pneus, Advocacia Michels, Restaurante Maxxi Pan, Imobiliária Modelo, SOS Segurança, Apoiadores Institucionais: Poder Judiciário, Brigada Militar, Ministério Público e Polícia Civil
Duração:	1 hora

Programa	ROYAL NA TV
Data:	9 de julho de 2013
Veiculação:	Terças-feira, sem definição de horário
Vinheta:	Abertura com imagens externas do shopping e trilha sonora
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Dentro do shopping
Cenário:	Em frente aos empreendimentos do Shopping e interior das lojas
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e sonorização durante as matérias.
Apresentador:	Greice Marin
Convidado (s):	Maurício (proprietário da Loja Bacana); Roberto (proprietário da Ortobom); Benhur (gerente da Multisom).
Assunto(s) abordado(s):	Loja Bacana Decoração; Loja Ortobom; Multisom;
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Programa com três entradas de lojas diferentes
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Royal Plaza Shopping e SM Produtora
Duração:	6 minutos

Programa	RODA BRASIL AMIGOS
Data:	30 de abril de 2013
Veiculação:	Terças-feiras, 21h
Vinheta:	Abertura com imagem da logo e imagem apoiadores culturais
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Só no estúdio
Cenário:	Estúdio, com fundo em uma tv com imagens da abertura do programa que se repete. Ao longo do programa aparecem selos dos apoiadores na tela.
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e intervalos
Apresentador:	Marion Guimarães de Melo
Convidado (s):	Paola Matos e Diogo Matos
Assunto(s) abordado(s):	MPB e cultura santa-mariense, lançamento de CD autoral
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Dois blocos
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural: Walter Beltrame, Universitária Seguros, Grupo Silva Zamberlan; Restaurante do Vitor, Manutec Sistemas de Monitoramento, Brandt Esportes, Postos Peninha, Pampeiro, Falk Tintas,
Duração:	32 minutos

Programa	PALAVRA DE FÉ
Data:	20 de julho de 2013
Veiculação:	Sábado, meia noite
Vinheta:	Imagens de natureza com trilha sonora e logo do programa para abertura e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	TV ao fundo com logo do programa, mesa e cadeira
Sonorização:	Trilha sonora abertura e encerramento e como fundo ao longo do programa, música do Pastor Oseas Costa
Apresentador:	Pastor Adão Lemos
Convidado (s):	Pastor Oseas Costa (cantando em clip musical)
Assunto(s) abordado(s):	História de Jacó com leitura da Bíblia
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	3 blocos com clips musicais no intervalo
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Comunidade Batista Vida Nova
Duração:	45 minutos

Programa	MÍDIA MIX
Data:	julho de 2013
Veiculação:	Sábados, às 13h
Vinheta:	Música, imagens, logo e efeitos especiais
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Salão de Beleza, Avenida Tênis Clube,
Cenário:	No salão, atendimento ao cliente na cadeira em frente espelho; fotografias de evento na Biblioteca; videoclipe; festa comemorativa aos 96 anos do ATC;
Sonorização:	Vinheta de abertura e sonorização de fundo para cada quadro
Apresentador:	Vilceu Godoy (voz de narrativa e entrevistador)
Convidado (s):	Carlos Camargo (cabelereiro e apoiador cultural); Lizete Frolich (Superintendente do ATC); Alberto Bonilha Filho (Presidente do Conselho Deliberativo); Flávio Macedo (1º Vice-presidente); Cezar Danesi (Presidente ATC);
Assunto(s) abordado(s):	Beleza; Mês da Cultura; videoclipe internacional; 96 anos do ATC;
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Quadro sobre Beleza; Quadro sobre Informação; Quadro Em destaque; 2 blocos de apoios culturais ao longo do programa
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Lançamento Mês da Cultura e Aniversário 96 anos ATC
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Apresentação: Masotti, Travel Mix (logos) Apoios culturais na abertura: Floricultura Yamamoto (imagens), Life Academy House (logo), Sesc RS (logo), Odontoplan Especialidades (logo), Carlos Cabelereiro (logo), Saul Souza Imóveis (logo), Avenida Tênis Clube (logo), Apoio cultural entre os blocos: ATC (vídeo), Angela Pizzani Arquitetas Associadas (logo), Masotti (vídeo), SESC RS (logo), Floricultura Yamamoto (vídeo), Travel Mix (imagem),
Duração:	31 minutos

Programa	SM FRENTE A FRENTE
Data:	2 de maio de 2013
Veiculação:	Quintas, às 22h
Vinheta:	Imagens do programa com diálogo entre debatedores e aparecimento do nome do programa
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	Cadeiras em canto de sala vazia, parede ao fundo limpa
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e encerramento
Apresentador:	Ricardo Jobim
Convidado (s):	Antônio Cândido de Azambuja Ribeiro (Procurador da Fazenda Nacional), Jorge Cunha (Professora e Ouvidor da UFSM), Carlos Stoeber (Advogado) e Ricardo Ritzel (jornalista e Editor Chefe do Portal BEI)
Assunto(s) abordado(s):	Portal BEI, o Supremo Tribunal Federal e o que ocorre no Brasil
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	3 blocos com intervalo para vídeos dos apoiadores culturais
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Apoios culturais (com logo no rodapé do vídeo): Sicredi, Pampeiro, Portal BEI, Unimed, Assembleia Legislativa do RS.
Duração:	53 minutos

Programa	SAUDE E QUALIDADE DE VIDA
Data:	9 de fevereiro de 2013
Veiculação:	Sábados, 12h
Vinheta:	Imagens e efeitos especiais com a logo do programa, com trilha sonora, para abertura e encerramento do programa
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	Fundo com TV com logo do programa
Sonorização:	Trilha sonora na abertura e encerramento
Apresentador:	Renor Beltrami
Convidado (s):	Joel Franz (Psicólogo, especialista em Luto - Tanatologia)
Assunto(s) abordado(s):	Não gravação do programa devido ao luto na cidade com a Tragédia da Boate Kiss, Luto e morte na vida das pessoas, luto desautorizado (não pode ser demonstrado),
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	3 blocos com intervalos para vídeos dos apoiadores culturais e institucionais (A
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria (com identificação com logo na lapela do microfone) Apoio culturais (logo no rodapé da imagem): Unimed Santa Maria, Pampeiro, Hospital de Caridade Astrogildo de Azevedo,
Duração:	52 minutos

Programa	CONVERSANDO COM CARDIOLOGISTA
Data:	26 de janeiro de 2013
Veiculação:	sábado, às 15h
Vinheta:	Imagem com efeito especial e logo do programa, imagens de centros cirúrgicos, com trilha sonora, para abertura e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	Escritório com logo do programa, duas cadeiras
Sonorização:	Trilha sonora abertura e encerramento
Apresentador:	Arnoldo dos Santos (Médico Cardiologista)
Convidado (s):	Dr ^a Ana Lúcia Prado (Fisioterapeuta e Prof ^a UFSM) e Carina Mânica Pereira (Fonoaudióloga)
Assunto(s) abordado(s):	Acidente vascular cerebral, Dia Mundial do Combate ao AVC,
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Três blocos com intervalo para VT de apoiador cultural
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora e Icor Apoios culturais: Biotronik (logo na tela de abertura)
Duração:	30 minutos

Programa	BANCÁRIOS NA TV
Data:	12 de junho de 2013
Veiculação:	Quarta-feira, às 19h40min
Vinheta:	Imagens de manifestações, com trilha sonora com efeitos especiais com a logo do programa, na abertura e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Sala do sindicato
Cenário:	Banner com logo do sindicato, com duas cadeiras
Sonorização:	Trilha de abertura e encerramento
Apresentador:	Maiquel Rosauero (jornalista)
Convidado (s):	Márcio Brum (membro do Comitê Santa-mariense pelo Direito à Memória e à Verdade)
Assunto(s) abordado(s):	Comitê Santa-mariense pelo Direito à Memória e à Verdade, Cine debate pelo fim da impunidade dos crimes da ditadura, Cine Clube Otelo
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora
Duração:	10 minutos

Programa	SEMEANDO CULTURA
Data:	11 de julho de 2013
Veiculação:	Domingo, às 10h30min
Vinheta:	Logo do programa com trilha sonora e efeitos especiais, com imagens que representam o Estado e a cultura gaúcha, para abertura, intervalos de blocos e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Externa, num CTG
Cenário:	Recando do CTG, com fundo com elementos da cultura do campo (cerca, couro de tatu/mulita), a bandeira do RS e do Brasil, roda de carreta e bancos de madeira coberto com pelêgo
Sonorização:	Na abertura, apresentação musical ao vivo
Apresentador:	Sauro Oliveira, Delci Taborda; Paulo Schuster
Convidado (s):	Laranjeira (regionalista, Coord. da Cavalgada Maneco Pedroso), Paulo Roberto (cantor) e Grupo Fundo da Grotta, Cícero Nogueira (Professora da UFSM e Coord. Projeto de Energia Solar)
Assunto(s) abordado(s):	12ª Cavalgada Maneco Pedroso (em homenagem a um herói santamariense); cultura hoje no RS; Energias alternativas, Tributo a Reduzino Malaquias, tocador de gaita de botão
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	4 blocos com intervalo para vídeos dos apoiadores culturais da Quero Quero, Agrosanta, Magiarte,
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Imagens da cavalgada, Colégio Politécnico da UFSM
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Apoio cultural: Natumate (selo na tela), Nessa Brigadeiro (selo na tela), SM Pilchas (selo na tela e fala do apresentador), Dafrigo Matadouro e Embutidos (fala do apresentador – empresa local), Magiarte (fala dos apresentadores – empresa local), Agrosanta (fala dos apresentadores), Lojas Quero Quero (fala dos apresentadores),
Duração:	30 minutos

Programa	COPA PREFEITO
Data:	3 de julho de 2013
Veiculação:	Conforme calendário do campeonato
Vinheta:	Logo do programa com efeitos especiais e trilha sonora
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Externa
Cenário:	Campo de futebol
Sonorização:	Trilha sonora de abertura e encerramento
Apresentador:	Narrador oculto
Convidado (s):	Comentarista oculto
Assunto(s) abordado(s):	Narração da 20ª Copa Prefeito – categoria 60 anos – Biomédica X Gauchão
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Apoios culturais (logo no rodapé da imagem): Walter Beltrame, Biomédica, Coelho Borrachas, Constinta, Farma Service, Labotec Ótica, Posto Camobi, Construtora Camobi, Fighera Construções, Argus Veículos, Stylo Hair, Associação Santamariense de Árbitros de Futebol, D'villar Incorporações e Construções, Ramos e Copini Autopeças, Gota Limpa Produtos de Limpeza, JA Surdinhas, Madeireira Lencina, Manutec Sistemas de Segurança,
Duração:	46 minutos

Programa	ISTO É RIO GRANDE
Data:	11 de julho de 2013
Veiculação:	Domingo, 8h30min
Vinheta:	Música e imagens gauchescas (fogo de chão, lida com o gado, etc.)
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Piquete Nico Quinto – Passo do Tigre – Distrito de Boca do Monte
Cenário:	Evento 5º Gaitaço do Piquete de Laçadores Nico Quinto
Sonorização:	Vinheta de abertura e apresentação
Apresentador:	José Luiz
Convidado (s):	Artista Hélio Comasseto (cantor repentista), José Cilon (compositor), Altamir Amaral (Patrão do Piquete), Erival Bertolini (Presidente do MTG), José Arbieire Sobrinho (integrante do Piquete), Antonio Bianchin (participante da Festa), Elvio Oliveira (cantor e repentista)
Assunto(s) abordado(s):	Tradicionalismo, o MTG, a cultura do RS,
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Dois blocos de programa, com apresentação dos apoios culturais entre os blocos
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	<p>José Luiz Produções e Megami Produtora</p> <p>Apoiadores culturais do programa – Estofaria e Toldos Santo Antônio, Auto Ivo Multimarcas, Primo Berleze Industria e Comércio de Arroz, Frizzo Pilchas, Lazaro’s Clínica Veterinária Pet Shop, Automecânica Universitária, Borracharia e Vulcanizadora Miguel Machado, Madeireira Jatobá,</p> <p>Apoiadores do evento que foram citados no programa – Açougue e Merceria Flores/SM; LC Ferragem e Materiais de Construção/SM; Mercado Italiano/SM; Agroveterinária Tarumã/São Martinho da Serra; Mercado Pampa/São Martinho da Serra; Posto Vidal/São Martinho da Serra; Vereador Robson/São Martinho da Serra; Posto São Francisco/Santa Maria;</p>
Duração:	30 minutos

Programa	ESTRANHA VIDA DE SODABOY (Episódio 7, 8 e 9)
Data:	25 de julho de 2013
Veiculação:	Semanal (sem definição)
Vinheta:	Abertura e encerramento (sonorização, logos e letras)
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Espaços variados (Calçada de SM, Feira do Livro de Santa Maria, apartamento, shopping)
Cenário:	Real (linguagem local e referências locais de espaço – Itararé, Presidente Vargas, etc.)
Sonorização:	Jingle do programa para abertura e encerramento Trilha sonora por episódio
Apresentador:	Atores principais (3 personagens)
Convidado (s):	Atores coadjuvantes (1 personagem)
Assunto(s) abordado(s):	Questões existenciais – mudanças, nova atividade, namoro e casamento
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	São três episódios que forma um programa (com vinheta entre um episódio e outro)
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Cenários externos – praça, Feira do Livro, apartamento e Shopping
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria (com logo) Pastel Store Produção audiovisual (com logo) Episódio 7 – agradecimento Exclusive CDs; Unifra e Secretaria da Cultura Episódio 8 – agradecimento Cogumelice e Cacau Fit Episódio 9 – agradecimento Exclusive CDs; Monet Plaza Shopping; Cacau Fit
Duração:	Total – 10min 8 seg Episódio 7 – Conversas, caramelos e livros novos – 3’20” Episódio 8 – Hippies hate water – 3’ Episódio 9 – Corra, noiva, corra – 4’6”

Programa	AGORA VAI
Data:	22 de maio de 2013
Veiculação:	Quartas-feiras, 23 horas
Vinheta:	Abertura com som e imagem fixa com logo programa
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio (sala de aula)
Cenário:	Tela com conteúdo de fundo e quadro branco na lateral
Sonorização:	Trilha sonora de abertura
Apresentador:	Giorgio Forgiarini (Diretor Administrativo e professor)
Convidado (s):	Não possui
Assunto(s) abordado(s):	Matérias de concurso público
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Não possui
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Não possui
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Agora EAD TV Santa Maria
Duração:	58 minutos

Programa	JANU E CONVIDADOS
Data:	8 de julho de 2013
Veiculação:	Quintas, às 22h30min
Vinheta:	Sobreposição de imagens de shows musicais, com efeitos especiais e trilha sonora para abertura e encerramento
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Estúdio
Cenário:	Painel com logomarca do programa, cadeiras e microfones.
Sonorização:	Música cantada pelo próprio apresentador na abertura, trilha sonora da vinheta de abertura e encerramento
Apresentador:	Janu Uberti, músico santa-mariense
Convidado (s):	Gisele Guimarães e Rogério Pinheiro (cantores santa-mariense)
Assunto(s) abordado(s):	Carreira dos músicos, festivais nativistas, informações sobre apoiadores culturais, trabalho autoral na cidade, espaços para projeção de trabalhos autorais locais
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	2 blocos, com intervalo de propaganda institucional da Bem Viver, APEMSMAR
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	Produção SM Produtora Apoios cultural: Eventur Viagens e Turismo (só leitura), Eletônica Guerra (logo na tela como rodapé), Skatto Bar e Danceteria (só leitura), Audio Boss Estúdio (logo na tela como rodapé) e Mídia Urbana (logo na tela como rodapé).
Duração:	32 minutos

Programa	ESTAÇÃO TV
Data:	11 de julho de 2013
Veiculação:	Domingo, sem horário definido
Vinheta:	Imagens da Estação Rodoviária e locução, com trilha sonora e efeitos especiais e logo do programa
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	Na Estação Rodoviária de SM
Cenário:	Espaço aberto
Sonorização:	Trilha sonora
Apresentador:	Oculto
Convidado (s):	Anderson Rodrigues (balconista), Valdair de Menezes (manutenção), Nara Amaral (manutenção),
Assunto(s) abordado(s):	História de vida do funcionário (pessoal e na empresa)
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	-
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	SM Produtora Estação Rodoviária de Santa Maria
Duração:	13 minutos

Programa	CONTROLE GERAL
Data:	19 de dezembro de 2012 – quarta-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens com efeitos especiais e logo do programa
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Tela ao fundo com logo do programa, mesa de centro, duas banquetas
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo e encerramento
Apresentador:	Vicente Paulo Bisogno; Rodrigo Gonçalves (repórter); Anelise Dias (repórter);
Convidado (s):	Jones Machado (Relações Públicas da Eny Calçados); Raul Ceretta Jr (Pró-Reitor Adjunto de Graduação – entrevista por telefone); Ricardo Jobim (advogado); Charopinho (chargista local); 9 entrevistados (sem identificação); Jair Rodrigues (músico nacional); Pedro Saccol (gerente SESC SM);
Assunto(s) abordado(s):	Programação de Natal Eny; MEC e avaliação UFSM; divórcios; reconhecimento de corpo; esclarecimento de homicídio; Protestos do CEPERGS; Diplomação dos eleitos; polêmica dos rodeios; Show de Jair Rodrigues na programação de Natal; Parceria SESC e Prefeitura Municipal na área da cultura;
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 4 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Pampeiro, SESC, Ciclano Host, Jornal A Razão; Assesmléia Legislativa do Estado do RS)
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Opinião pública – pesquisa com população no calçadão de Santa Maria Entrevista Jair Rodrigues no Theatro Treze de Maio Entrevista Pedro Saccol – gerente SESC na Praça Saldanha Marinho
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural (logotipo no rodapé da imagem): Pampeiro, Hospital de Caridade, Safira Modas, SIM Transportes;
Duração:	56 minutos

Programa	SANTA MARIA AGORA
Data:	10 de julho de 2012 – terça-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens da cidade, palavras e logo da TV Santa Maria, com efeitos especiais.
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Foto da cidade de fundo, bancada para apresentador, computador com logo da TV Santa Maria e cadeira para convidado Quadro da Polícia – convidado fica ao lado da bancada, com fundo limpo Esporte – TV ao fundo com logo do quadro, cadeira para apresentador e convidado Previsão do Tempo – vista da cidade em espaço externo
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo e encerramento
Apresentador:	Airton do Amaral Leal, Marion Melo (Esporte), Aline Dalmolin (repórter)
Convidado (s):	Cezar Renan dos Santos (Delegado de Trânsito), Norman Rolim (Presidente do Rio Grandense), Catiele de Oliveira (Dona de Casa do Passo das Tropas), Maria Segatto (4ª Coord.Reg.Saúde), Flávio Brum (Secretário de Município da Saúde), Irmã Lourdes Dil (Coord. Feira do Cooperativismo)
Assunto(s) abordado(s):	Acidentes de trânsito na cidade, Copinha do Inter Santa Maria, Eleições no Rio Grandense Futebol Clube, Dupla Grenal, Previsão do tempo, Vacina para Gripe A, E.E. Érico Veríssimo com aulas suspensas pela Gripe A (matéria foi retificada), Greve na UFSM, Acidente de trânsito com três mortes em São Francisco de Assis, Acidente em SM, Feira do Cooperativismo
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 3 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Sindilojas com Semana do Comércio, Governo do Estado sobre Orçamento Participativo, Via centro com dica do dia, campanha sobre trânsito CFC Dirija e TV Santa Maria) A Polícia e a Cidade - Polícia Civil vem conversar com a comunidade, com a sociedade através de conversa do apresentador Esporte – apresentador específico do quadro entrevista Presidente do Riograndense, e interage com o âncora do telejornal que reforça a entrevista realizada Previsão do Tempo – repórter apresenta previsão do tempo em ambiente externo
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Previsão do tempo (em outro ambiente com vista da cidade) Postos de saúde que estavam vacinando – imagens da fila e entrevista com uma dona de casa com filhos, Entrevista com Coord. Regional de Saúde Entrevista com Secretário de Município da Saúde Mobilização dos servidores da UFSM – imagens do local
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural (logo como rodapé da imagem): Sicredi, Unimed Santa Maria, Led Visual, Hospital de Caridade de Santa Maria, Quadro da Polícia – Vigilare (selo com logo),
Duração:	1 hora

Programa	SANTA MARIA AGORA
Data:	20 de setembro de 2012 – quinta-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens da cidade, palavras e logo da TV Santa Maria, com efeitos especiais.
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Foto da cidade de fundo, bancada para apresentador, computador com logo da TV Santa Maria
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo e encerramento
Apresentador:	Airton do Amaral Leal, Camila Cunha (repórter), Bianca Jaíne (repórter), Janini Appel (repórter),
Convidado (s):	Fabiana Gonçalves (Gerente da Casa do Gaúcho), Caroline Degrandi (vendedora), Cauã Fontoura (membro da Invernada Pré-Miriam CTG Sentinela da Querência), Cristiano da Rosa (Instrutor de Dança CTG Sentinela da Querência), Mateus Froza (economista), Elcio Nazari (Gerente de Supermercado), Eduardo do Canto (morador do Passo da Capivara, área rural de SM, proprietário da Chácara Sete Cantos)
Assunto(s) abordado(s):	Programação especial - Dia do Gaúcho – a indumentária gaúcha para cada ocasião; somente 44% aprovados na prova do OAB; Campanha Nacional do Trânsito; como se mantêm as tradições farroupilhas em pleno século XXI, preço do quilo da carne e da erva-mate; Riquezas da Cultura Gaúcha, O que funciona na cidade no feriado, Desfile de 20 de setembro Esporte – jogo Brasil X Argentina, Internacional de SM, Riograndense, AVF time de Volei Feminino de SM E-mail enviado – Janú Uberti, músico local sobre Show em homenagem ao ABBA
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 3 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Unimed SM, Sicred, Detran RS, SESC RS, Jornal A Razão, Esporte – próprio apresentador
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Indumentária gaúcha – matéria direto de loja tradicionalista Casa do Gaúcho Cultuar a tradição – matéria direto do CTG Sentinela da Querência Cenas do Enarte – evento estadual tradicionalista (Imagens do MTG) Preço da carne – direto do supermercado Riquezas da cultura gaúcha – área rural de SM no Passo da Capivara Imagens do Desfil de 20 de setembro
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural (logo como rodapé da imagem): Sicredi, Unimed Santa Maria, Hospital de Caridade de Santa Maria Esporte – Pratik Esporte, SESC
Duração:	1hora

Programa	SANTA MARIA AGORA
Data:	19 de dezembro de 2012 – quarta-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens da cidade, palavras e logo da TV Santa Maria, com efeitos especiais.
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Foto da cidade de fundo, bancada para apresentador, computador com logo da TV Santa Maria e cadeira para convidado
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo e encerramento
Apresentador:	Airton do Amaral Leal, Marion Melo, Rodrigo Gonçalves (repórter)
Convidado (s):	Ricardo Louza (2º Promotor a Justiça Cível), Sérgio Silva (Associação Amigos do Riograndense), Lizandro Souto (Palhaço Biscoitão), Cladimir Nascimento (Coord. Defesa Civil de SM)
Assunto(s) abordado(s):	Regularização fundiária em SM, Rodeios e maus tratos à animais, Reajuste para o Magistério Estadual, Defesa Civil e temporais na região, Esporte – Dupla Rio Nal, Jogo Beneficente de Futebol para Natal das Crianças – Amigos Roda Brasil e Ex-jogadores, Encerramento do Jogos do Riograndense Sub 15 Previsão do Tempo
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 4 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Unimed SM, Assembléia Legislativa RS, SESC RS, Pampeiro, Jornal A Razão, Sicredi, Ministério Público ao seu alcance – entrevista do apresentador Esporte – entrevistas Previsão do Tempo – na praça Saldanha Marinho
Matérias externas: (definindo local e participantes)	-
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural (logo como rodapé da imagem): Sicredi, Unimed Santa Maria, Pampeiro, Hospital de Caridade de Santa Maria Esporte – Pratik Esporte, SESC, Faki Tintas
Duração:	54 minutos

Programa	Santa Maria Agora
Data:	28 de janeiro de 2013 – segunda-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens da cidade, palavras e logo da TV Santa Maria, com efeitos especiais.
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Foto da cidade de fundo, bancada para apresentador, computador com logo da TV Santa Maria e cadeira para convidados na bancada
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo Encerramento com imagem e sem som
Apresentador:	Airton do Amaral Leal, Vicente Paulo Bisogno, Janini Appel (repórter); Rodrigo Gonçalves (repórter);
Convidado (s):	Walter Jobim Neto (Provedor do Hospital de Caridade de Santa Maria), Júlio Cezar Sarturi (Médico Pneumologista), João Marcos Adede Y Castro (Promotor Aposentado), Erick Albertani Pampuch (sobrevivente da tragédia); Cezar Bridi (Psicólogo); Gregório Mascarenhas (estudante UFSM); Neimar Iop (Funcionário Municipal); Cezar Schirmer (Prefeito Municipal de SM); Cléber Bastianello (Major Comandante do BOE); Gerson (Major do Corpo de Bombeiros); Louise Soudati (estudante secundarista);
Assunto(s) abordado(s):	Cobertura ao vivo da tragédia da Boate Kiss – Manchetes do Portal BEI; Hospital de Caridade como referência no atendimento aos feridos – situação atual; Prisão dos donos da boate; Manifestações de solidariedade; Hospital de Pelotas disponibiliza Câmara Hiperbárica para tratamento de queimados; Linha da Prefeitura de SM para informações para pessoas de fora de SM (pode ligar à cobrar); Culto Ecumênico na Praça Saldanha Marinho promovido pelo CDL; Caminhada da Paz; Entrevista com Promotor por telefone; Entrevista coletiva do Chefe de Polícia do Estado RS e do Governador do Estado RS; Atendimento Psicológico aos familiares das vítimas; trabalho voluntário de amigos junto ao CDM; Comentário sobre o depoimento comandante do Corpo de Bombeiros sobre alvará vencido e portas de emergência da boate; Períada do IGP; local sendo considerado um marco histórico na cidade pela procura das pessoas; manifestação de apoio e auxílio da comunidade; Transmissão ao vivo da Missa Ecumênica na Praça à noite; Depoimento do Prefeito Cezar Schirmer; Organização da crise para atendimento da comunidade pelo BOE; comentário sobre depoimentos de sobreviventes; velórios e enterros dos corpos em Santa Maria e Região; internados em hospitais em POA; Entrevista com comandante do BOE; Depoimento do Major Gerson que coordenou as ações dos bombeiros; aglomeração que permanece na frente da boate; depoimento de estudante que estava em frente a boate no dia seguinte; velório coletivo e atendimento aos familiares que passam mal; solidariedade Cacism e não realização do seu programa televisivo na segunda; questionamento sobre que Santa Maria teremos daqui para frente?
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 6 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Pampeiro, Sicredi, Ciclano Host, SESC, Jornal A Razão)
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Imagens da tragédia, na retirada dos corpos da boate (imagem cedida) Cobertura direto do CDM do velório coletivo de 11 vítimas (com várias entradas ao longo do programa) Cobertura das pessoas que estão em frente à boate
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural não foi mencionada durante o programa
Duração:	2 horas

Programa	Santa Maria Agora
Data:	26 de julho de 2013 – sexta-feira
Veiculação:	Diariamente (ao vivo)
Vinheta:	Imagens da cidade, palavras e logo da TV Santa Maria, com efeitos especiais.
Locação: (se no estúdio ou em área externa)	No Estúdio
Cenário:	Foto da cidade de fundo, bancada para apresentador, computador com logo da TV Santa Maria e cadeira para convidados na bancada Esporte – tela com logo do quadro ao fundo, cadeira para convidados Previsão do tempo – tela ao fundo com logo do telejornal Música – tela ao fundo com logo do telejornal e dois bancos
Sonorização:	Trilha sonora para abertura, intervalo e encerramento Quadro de música - apresentação
Apresentador:	Janini Appel; Marion Melo; Camila Joras (repórter previsão do tempo);
Convidado (s):	Valmir Bolmer (Patrão do CPF Piá do Sul); Jordani e Edna (jogadoras de vôlei de Rio do Sul); Jean Pierre (Técnico Equipe SM); Miguel Passini (Secretário de Município de Controle e Mobilidade Urbana); Marcos Viana (Delegado de Polícia); Kariel Nunes (cantor) e músico acompanhante
Assunto(s) abordado(s):	Festimirim no CPF Piá do Sul; AVF Time de Volei de SM e partida pela Super Liga; Transmissão ao vivo da partida da Super Liga; apoio da PM à equipe de Volei SM; Jogos dos veteranos pela Copa Prefeito; Jantar de agradecimento do Inter Santa Maria; Copa A Razão de Bolão; Inter e Grêmio agenda de jogos; previsão do tempo; Paralisação dos médicos no país e estados como protesto para programa Mais Médico; recursos para bloqueio de bens dos réus da Boate Kiss; Servidor da PM investigado por desvio de verba; SM e o Programa Mais Médico; Festival de Inverno da UFSM e Semana Cultural Italiana de Vale Vêneto; Kariel Trio e música autoral (entrevista)
Quadros: (se possui dentro do programa outro programete)	Abertura + 3 blocos com intervalo com vídeos de apoiadores culturais e vídeos institucionais (Pampeiro, Unimed, SESC, Sicredi; Bem Viver) Esportes – Pratik Esportes, SESC, Previsão do Tempo – Rob TEC Música
Matérias externas: (definindo local e participantes)	Matéria na Secretaria de Controle e Mobilidade Urbana – entrevista com secretário Matéria na Delegacia – entrevista com Delegado
Produção: (identificando e diferenciando as logos que aparecem e as citações)	TV Santa Maria Apoio cultural (logotipo no rodapé da imagem): Sicredi, Unimed Santa Maria, Pampeiro; Portal BEI; Hospital de Caridade
Duração:	58 minutos

APÊNDICE B – Decomposição dos textos dos programas analisados

Segmento	Atores	Temas	Narrativa	Produção
D DOCENTES				
único, com 1 bloco	Diosana Frigo (apresentadora) Rafael Balbuena (repórter); Marialva oliveira (presidente do ANDES Nacional); Rondon de Castro (Presidente da SEDUFMS); Paulo Rizzo (Segundo Secr. do ANDES); Everton Padilha (Advogado do SEDUFMS); Humberto Gabi Zanatta	Realização do 58º CONAD; Homenagem realizada ao Diretor Humberto Gabi Zanatta; Entrevista 58º CONAD; Ações judiciais coletivas; Comentário 58º CONAD	Várias histórias múltiplas vozes	No sindicato durante a realização do 58º CONAD Produção SEDUFMS
TV COOPAVER				
único, 2 blocos	André Campos (repórter); Ari Quevedo (sócio Coopaver); Ronaldo (frentista do Auto Posto); Moacir da Silveira (Presidente da Coopaver); Renato Stefano (Diretor da Rádio Táxi Coopaver) Realização: Coopaver, Sinditáxi, Auto Posto Coopaver, Rádio Táxi Coopaver Vídeo institucionais do intervalo: Fundação para uma vida melhor; APEMSMAR, Bem Viver e Ciclano Host	Coopaver; Táxias clandestinos; Diesel S10; Profissão de taxista; Registro de 30 mil chamadas num único mês na Rádio Táxi Coopaver	Várias histórias com pluralidade de vozes	Espaços no Auto-Posto Coopaver e na Central de Rádio Táxi Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
PRIMEIRA CLASSE SIMPROSM				
único, com 1 bloco	Apresentador e entrevistador ocultos Vinicius Luge (Coord. Com. SIMPROSM); Martha Najar (Coord. de Org. e Patrim. SIMPROSM); Leda Marzari (Coord. de Finanças); Liliana Pincolini (Coord. SIMPROSM)	SIMPROSM – estrutura, atuação, funcionamento, serviços e nova sede.	História única Múltiplas vozes	Na sede do próprio sindicato Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
ELEGANCE MATURIDADE ATIVA				
único, com 1 bloco	Léa Winter (apresentadora); Alcione Flores do Amaral (entrevistada) Apoios culturais variados	Trabalho da Casa da Amizade; Eventos na Casa da Amizade Curso de manequim e modelo	Única com voz única	Em estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
TV FISMA				

único, com 1 bloco	Janini Appel (apresentadora) Sandra Schmidt (Coord. Curso de Enfermagem); Helena Noal (Professora do Curso de Enfermagem)	Segurança do paciente e trabalhos de conclusão de curso	História única com voz plural	Nas dependências da escola Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
CIDADANIA E SEGURANÇA PÚBLICA				
único, com três blocos	Paulo Corino (Ex-delegado); João Ricardo Vargas (Ex-comandante do BOE) Fernando de Sá (Gerente do Posto Transluzi) Apoio Insitucional: Poder Judiciário, Brigada Militar, Ministério Público e Polícia Civil Apoios culturais variados	Posto ecológico e sustentável e o trabalho do frentista de posto de combustível entre informações variadas	História única, com pluralidade de vozes	Estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
ROYAL NA TV				
único, com 1 bloco	Greice Marin (apresentadora) Maurício (Proprietário da Loja Bacana); Roberto (Proprietário da Ortobom); Benhur (Gerente da Multisom)	Loja Bacana; Loja Ortobom; Loja Multisom	Várias histórias com pluralidade de vozes	No Royal Shopping, dentro das lojas Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
RODA BRASIL AMIGOS				
único, com 2 blocos	Marion Guimarães de Melo (apresentador) Paola Matos (cantora) e Diogo Matos (músico) Apoios culturais variados	Carrera dos músicos; MPB e a cultura santa-mariense; Lançamento de CD autoral	Histórias variadas e vozes plurais	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
PALAVRA DE FÉ				
único, com 1 bloco	Pastor Adão Lemos; Pastor Oseas Costa (cantor)	História de Jacó com leitura da Bíblia; Letra de música do Pastor cantor	Vários textos e pluralidade de vozes	No estúdio e cenas externas com o clip da música Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
MIDIA MIX				
4 quadros, com 2 blocos	Vilceu Godoy (apresentador) Apoios culturais variados	Apresentação das matérias do programa	Várias histórias e vozes plurais	No estúdio Produção própria
Beleza	Carlos Camarco (cabelereiro)	Beleza dos cabelos	Uma história e voz plural	No salão de beleza
Informação	público	Lançamento do Mês	Uma	Na Biblioteca

		da Cultura	história e voz única	Pública de SM
Em destaque	Lizete Frolich (Superintendente ATC); Alberto Bonilha Filho (Presidente do Cons.Deliberativo ATC); Flávio Macedo (1º Vice-presidente ATC); Cezar Danesi (Presidente ATC)	Aniversário de 96 anos ATC	Uma história e vozes plurais	Na sede do Avenida Tênis Clube
Clipe musical	Clip musical	Música internacional	Uma história e voz única	Imagens externas - clip
SANTA MARIA FRENTE A FRENTE				
único, com 3 blocos	Ricardo Jobim (apresentador); Antônio Cândido Ribeiro (Procurador da Fazenda Nacional); Jorge Cunha (Ouvidor da UFSM); Carlos Stoeber (Advogado); Ricardo Ritzel (jornalista) Apoios culturais variados	Portal BEI; Supremo Tribunal Federal e a situação no Brasil	Várias histórias e múltiplas vozes	Estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA				
único, com três blocos	Renor Beltrami (apresentador) Joel Franz (Psicólogo) Apoios culturais variado	Não gravação do programa anterior devido ao luto com tragédia; Luto e morte na vida das pessoas; Luto desautorizado	Várias histórias e voz plural	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
CONVERSANDO COM CARDIOLOGISTA				
único, com três blocos	Arnoldo dos Santos (apresentador) Drª Ana Lúcia Prado (médica); Carine Mânica (fonoaudióloga) Apoio Cultural: Biotronik	Acidente vascular cerebral; Dia de combate ao AVC	Várias histórias e vozes múltiplas	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
BANCÁRIOS NA TV				
único, com 1 bloco	Maiquel Rosauro (apresentador); Márcio Brum (entrevistado)	Comitê Santa-mariense pelo Direito à Memória e à Verdade; Cinedebate; Cineclubes Otelo	Várias histórias, vozes plurais	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
ANÁLISE SANTA MARIA EM DEBATE				

único, com 3 blocos	Vicente Paulo Bisogno (apresentador) José Maria (economista); Vilson Serro (Presidente ADESM); Andrei Nunes (Presidente AJESM); Cezar Schirmer (Prefeito SM) Apoios culturais variados	Queda de SM no índice IDH	História única e vozes plurais	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
SEMEANDO CULTURA				
único, com 4 blocos	Saulo Oliveira (apresentador); Delci Taborda (apresentador); Paulo Schuster (repórter) Laranjeira (Regionalista); Paulo Roberto (cantor); Grupo Fundo da Grotta (músicos); Cicero Nogueira (Professor UFSM)	Cavalgada Maneco Pedroso; Cultura no RS hoje; Energia alternativa; Tributo à Reduzino Malaquia	Várias histórias e vozes plurais	No CTG, na UFSM e imagens da cavalgada Produção Saulo Oliveira
COPA PREFEITO				
único, com 2 blocos	Narrador oculto e jogadores no campo Apoios culturais variados	Narração da partida	Única e vozes múltiplas	No campo de futebol Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
ISTO É RIO GRANDE				
único, com 2 blocos	José Luiz (apresentador) Hélio Comasseto (artista) José Cilon (compositor); Altamir Amaral (Patrão do Piquete); Erival Bertolini (Presidente do MTG); José Sobrinho (Integrante do Piquete); Antônio Bianchini (participante da Festa); Elvio Oliveira (cantor e repentista) Apoios culturais variados Apoiadores do evento variados	Tradicionalismo; MTG; A cultura do RS; Trovas sobre o evento	Histórias variadas e múltiplas vozes	No Piquete, José Luiz Produções Megame Produções
ESTRANHA VIDA DE SODABOY				
Episódio 7	Ator principal; Atores coadjuvantes; Agradecimentos variados	Conversas, caramelos e livros novos	História única e vozes múltiplas	Em vários ambientes Pastel Store TV Santa Maria
Episódio 8	Ator principal;	Hippies e estilo de	História	Em vários

	Atores coadjuvantes; Agradecimentos variados	vida	única e vozes múltiplas	ambientes Pastel Store TV Santa Maria
Episódio 9	Ator principal; Atores coadjuvantes; Agradecimentos variados	Namoro e casamento	História única e vozes múltiplas	Em vários ambientes Pastel Store TV Santa Maria
AGORA VAI				
único, com 1 bloco	Giorgio Forgiarini (Diretor)	Matéria de concurso público	História única e voz única	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
JANU & CONVIDADOS				
único, com 2 blocos	Janu Uberti (apresentador) Giesele Guimarães (cantora); Rógerio Pinheiro (músico) Apoios culturais variados	Carreira dos músicos; Festivais nativistas; Apoios culturais para artistas; Trabalho autoral; Espaços de projeção de trabalhos autorais	Várias histórias e múltiplas vozes	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
ESTAÇÃO TV				
único, com 1 bloco	Apresentador oculto Anderson Rodrigues (balconista); Valdair de Menezes (manutenção); Nara Amaral (manutenção)	Histórias de vida	Várias histórias e múltiplas vozes	Na Estação Rodoviária Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
CONTROLE GERAL				
único, com 4 blocos	Vicente Paulo Bisogno (apresentador); Rodrigo Gonçalves (repórter); Anelise Dias (repórter) Jones Machado (Casas Eny); Raul Ceretta (UFSM); Ricardo Jobim (advogado) Charopinho (chargista); Entrevistados (não identificados); Jair Rodrigues (cantor) Apoios culturais variados	Apresentação de Natal Eny; MEC e avaliação UFSM; Divórcios; Reconhecimento de corpo; Esclarecimento de crime; Protestos CEPERGS Diplomação de eleitos; Polêmica sobre Rodeios; Show Jair Rodrigues; Parceria SESC e PM na cultura	Variadas histórias e vozes múltiplas	No estúdio Entrevista no calçadão Entrevista no Theatro Treze de Maio Show na Praça Saldanha Marinho Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
SANTA MARIA AGORA – 10 de julho de 2012 – terça-feira				

Abertura e blocos	Airton do Amaral Leal (apresentador); Aline Dalmolin (repórter) Catiele de Oliveira (dona de casa entrevistada); Maria Segatto (4ª Coord. Reg. de Saúde); Flávio Brum (Secretário de Município da Saúde); Irmã Lurdes Dil (Coord. Feira do Cooperativismo)	Vacina para Gripe A; E.E. Erico Veríssimo com aulas suspensas pela Gripe A (matéria foi retificada); Greve na UFSM; Acidente de trânsito em São Francisco de Assis; Acidente em SM; Feira do Cooperativismo	Várias histórias e vozes plurais	No estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
A Polícia e a Cidade	Cezar Renan dos Santos (Delegado de Trânsito) Apoios culturais variados	Acidentes de trânsito na cidade	Uma história e vozes plurais	No estúdio
Esporte	Marion Melo (apresentador) Norma Rolin (presidente do Rio-grandense Futebol Clube) Apoios culturais variados	Copinha Inter SM; Eleições no Rio Grandense Futebol Clube; Dupla Grenal	Várias histórias e vozes plurais	No estúdio
Previsão do Tempo	Aline Dalmolin (repórter)	Previsão do tempo	Uma história e voz única	Gravação externa
SANTA MARIA AGORA – 20 de setembro de 2012 – quinta-feira				
Abertura e blocos	Airton do Amaral Leal (apresentador) Camila Cunha (repórter) Bianca Jaíne (repórter) Janini Appel (repórter) Fabiana Gonçalves (Gerente da Casa do Gaúcho); Caroline Degrandi (vendedora); Cauã Fontoura (membro da Invernada Pré-Miriam CTG Sentinela da Querência); Cristiano da Rosa (Instrutor de Dança CTG Sentinela da Querência); Mateus Froza (economista), Elcio Nazari (Gerente de Supermercado); Eduardo do Canto (morador do Passo da Capivara, área rural de SM, proprietário da Chácara Sete Cantos); E-mail Janu Uberti Apoios culturais variados	Programação especial - Dia do Gaúcho; A indumentário gaúcha para cada ocasião; Aprovados na prova do OAB; Campanha Nacional do Trânsito; Como se mantêm as tradições farroupilhas em pleno século XXI; Preço do quilo da carne e da erva-mate; Riquezas da Cultura Gaúcha; O que funciona na cidade no feriado; Desfile de 20 de setembro; Show em homenagem ao ABBA	Várias histórias e vozes plurais	Estúdio e gravação externa Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
Esporte	Airton do Amaral Leal (apresentador)	Jogo Brasil X Argentina;	Várias histórias e	Estúdio

		Internacional de SM; Riograndense; AVF time de Volei Feminino de SM	voz única	
SANTA MARIA AGORA – 19 de dezembro de 2012 – quarta-feira				
Abertura e blocos	Airton do Amaral Leal (apresentador) Cladimir Nascimento (Coord. Defesa Civil de SM) Apoios culturais variados	Rodeios e maus tratos à animais; Reajuste para o Magistério Estadual; Defesa Civil e temporais na região	Várias histórias e vozes plurais	Estúdio Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
Ministério Público ao seu alcance	Ricardo Louza (2º Promotor a Justiça Cível)	Regularização fundiária em SM	História única e vozes plurais	Estúdio
Esporte	Marion Melo (apresentador) Sérgio Silva (Associação Amigos do Riograndense); Lizandro Souto (Palhaço Biscoitão) Apoios culturais variados	Dupla Rio Nal; Jogo Beneficente de Futebol para Natal das Crianças – Amigos Roda Brasil e Ex-jogadores; Encerramento do Jogos do Riograndense Sub 15	Várias histórias e vozes plurais	Estúdio
Previsão do tempo	Rodrigo Gonçalves (repórter)	Previsão do tempo	História única e voz única	Gravação externa
SANTA MARIA AGORA – 27 de janeiro de 2013 – segunda-feira				
Abertura e 6 blocos	Airton do Amaral Leal (apresentador) Vicente Paulo Bisogno (apresentador) Janini Appel (repórter); Rodrigo Gonçalves (repórter) Walter Jobim Neto (Provedor do Hospital de Caridade de Santa Maria), Júlio Cezar Sarturi (Médico Pneumologista), João Marcos Adede Y Castro (Promotor Aposentado), Erick Albertani Pampuch (sobrevivente da tragédia); Cezar Bridi (Psicólogo); Gregório Mascarenhas (estudante UFSM); Neimar Iop (Funcionário Municipal); Cezar Schirmer (Prefeito Municipal de SM); Cléber Bastianello (Major Comandante do BOE); Gerson (Major do Corpo de Bombeiros);	Cobertura ao vivo da tragédia da Boate Kiss – assuntos variados abordando diferentes aspectos ao longo da programação	Várias histórias e vozes plurais	Estúdio, entrevista externas e cenas externas Produção TV Santa Maria/ SM Produtora

	Louise Soudati (estudante secundarista)			
	Apoios culturais variados			
SANTA MARIA AGORA – 26 de julho de 2013 – sexta-feira				
Abertura e 3 blocos	Janini Appel (apresentadora), Valmir Bolmer (Patrão do CPF Piá do Sul); Miguel Passini (Secretário de Município de Controle e Mobilidade Urbana); Marcos Viana (Delegado de Polícia) Apoios culturais variados	Festimirim no CPF Piá do Sul; Paralisação dos médicos no país e estados como protesto para programa Mais Médico; Recursos para bloqueio de bens dos réus da Boate Kiss; Servidor da PM investigado por desvio de verba; SM e o Programa Mais Médico; Festival de Inverno da UFSM e Semana Cultural Italiana de Vale Vêneto	Várias histórias e vozes plurais	Estúdio e entrevistas em locais externos Produção TV Santa Maria/ SM Produtora
Esporte	Marion Melo (apresentador) Jordani e Edna (jogadoras de vôlei de Rio do Sul); Jean Pierre (Técnico Equipe SM); Apoios culturais variados	AVF Time de Volei de SM e partida pela Super Liga; Transmissão ao vivo da partida da Super Liga; apoio da PM à equipe de Volei SM; Jogos dos veteranos pela Copa Prefeito; Jantar de agradecimento do Inter Santa Maria; Copa A Razão de Bolão; Inter e Grêmio agenda de jogos		Estúdio
Previsão do Tempo	Camila Joras (repórter previsão do tempo) Apoio cultural	Previsão do tempo		Estúdio
Música	Kariel Nunes (cantor) e músico acompanhante	Kariel Trio e música autoral (entrevista)		Estúdio

APÊNDICE C – Esquema de leitura dos programas analisados

Segmento	Atores	Temas	Narrativa	Produção
<u>D DOCENTES</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado (ao grupo de interesse)	Pluralidade	Cunho individual
<u>TV COOPAVER</u>				
único, 2 blocos	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
<u>PRIMEIRA CLASSE SIMPROSM</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
<u>ELEGANCE MATURIDADE ATIVA</u>				
único, com 1 bloco	Representatividade (representa parcela da população da maturidade)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
<u>TV FISMA</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
<u>CIDADANIA E SEGURANÇA PÚBLICA</u>				
único, com três blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>ROYAL NA TV</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>RODA BRASIL AMIGOS</u>				
único, com 2 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>PALAVRA DE FÉ</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade (representa uma única classe)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>MÍDIA MIX</u>				
4 segmentos, com 2 blocos	Exclusividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
Beleza	Exclusividade (representa um único interesse)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
Informação	Representatividade	Interesse público	Unicidade	Cunho individual
Em destaque	Exclusividade (representa um único interesse)	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
Clipe musical	Clip musical	Interesse público	Unicidade	Cunho coletivo
<u>SANTA MARIA FRENTE A FRENTE</u>				
único, com 3 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA</u>				
único, com três blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>CONVERSANDO COM CARDIOLOGISTA</u>				
único, com três blocos	Exclusividade (representa um único interesse)	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>BANCÁRIOS NA TV</u>				
único, com 1 bloco	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho

bloco				individual
<u>ANÁLISE SANTA MARIA EM DEBATE</u>				
único, com 3 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>SEMEANDO CULTURA</u>				
único, com 4 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>COPA PREFEITO</u>				
único, com 2 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>ISTO É RIO GRANDE</u>				
único, com 2 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>ESTRANHA VIDA DE SODABOY</u>				
Episódio 7	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
Episódio 8	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
Episódio 9	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>AGORA VAI</u>				
único, com 1 bloco	Exclusividade	Interesse público	Unicidade	Cunho individual
<u>JANU & CONVIDADOS</u>				
único, com 2 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
<u>ESTACÃO TV</u>				
Segmento único, com 1 bloco	Exclusividade	Interesse privado	Pluralidade	Cunho individual
<u>CONTROLE GERAL</u>				
único, com 4 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
<u>SANTA MARIA AGORA – 10 de julho de 2012 – terça-feira</u>				
Abertura e blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
A Polícia e a Cidade	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho Individual
Esporte	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
Previsão do Tempo	Representatividade	Interesse público	Unicidade	Cunho individual
<u>SANTA MARIA AGORA – 20 de setembro de 2012 – quinta-feira</u>				
Abertura e blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
Esporte	Representatividade	Interesse público	Unicidade	Cunho individual
<u>SANTA MARIA AGORA – 19 de dezembro de 2012 – quarta-feira</u>				
Abertura e blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
Ministério Público ao seu alcance	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
Esporte	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
Previsão do tempo	Representatividade	Interesse público	Unicidade	Cunho coletivo
<u>SANTA MARIA AGORA – 27 de janeiro de 2013 – segunda-feira</u>				
Abertura e 6	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo

blocos				
SANTA MARIA AGORA – 26 de julho de 2013 – sexta-feira				
Abertura e 3 blocos	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho coletivo
Esporte	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual
Previsão do Tempo	Representatividade	Interesse público	Unicidade	Cunho individual
Música	Representatividade	Interesse público	Pluralidade	Cunho individual

APÊNDICE D – Roteiros de entrevistas

Roteiro de entrevista realizada com o jornalista Airton do Amaral Leal, sócio diretor da SM Produtora e Diretor da TV Santa Maria, realizada em 21 de junho de 2013.

1. O que é a TV Santa Maria? Por que foi criada? Quais os objetivos?
2. Quem criou a TV Santa Maria? Como se deu a organização da Associação?
3. Qual o seu envolvimento com a TV? Desde quando você está à frente da TV Santa Maria? Quais as suas responsabilidades?(contrato TV Santa Maria e SM Produtora).
4. Como é o funcionamento da TV desde sua criação? Quem participa da produção? Qual a equipe? Quem contrata? Como são contratados (por quem, como pagam, etc.).
5. Como a TV se viabiliza? Quem se envolve com essas questões? Quem busca parcerias? Quem são os parceiros?
6. Qual a programação que está no ar hoje? Como se forma/se formou essa programação?
7. Quem participa da grade programação? Como participa? (quem propõe os programas e cria os formatos). E a produção independente de conteúdo é incentivada para que participe da TV? De que forma?
8. E a audiência? Quem é a audiência da TV Santa Maria? Como mensurar essa audiência?
8. Como TV comunitária, como se estabelece a participação da comunidade? (de que forma, quando se dá).
9. Na sua percepção, a TV Santa Maria pode ser considerada um veículo de comunicação comunitária? Onde está o comunitário desse canal?
10. O que falta concretizar desse projeto de TV Comunitária? Planos para o futuro?

Roteiro de entrevista realizada com Adalberto Meller, presidente da Associação TV Santa Maria, realizada no dia 15 de outubro de 2013.

1. O que é a TV Santa Maria? Por que foi criada? Quais os objetivos?
2. Quem criou a TV Santa Maria? Como se deu a organização da Associação? Como se configura hoje?
3. Qual o seu envolvimento com a TV? Desde quando você está à frente da Associação TV Santa Maria? Quais as suas responsabilidades?
4. Quem faz parte da Associação? Quem pode entrar? O que precisa para começar? Quais as responsabilidades dos associados?
5. Como é o funcionamento da TV desde sua criação? Como a TV se viabiliza? Quem se envolve com essas questões? Quem busca parcerias?
6. Existem diretrizes para a composição da programação da TV? Quem participa/pode participar dessa programação? Como se estabelece a relação com a produção independente de material audiovisual?
7. Como a TV Santa Maria se insere nos assuntos da cidade?
8. Como se estabelece a relação da TV Santa Maria com a comunidade? Quem é a audiência da TV Santa Maria?
9. Na sua percepção, a TV Santa Maria pode ser considerada um veículo de comunicação comunitária? Onde está o comunitário desse canal?
10. O que falta concretizar desse projeto de TV Comunitária? Planos para o futuro?

Roteiro de entrevista realizada com André Trevisan, proprietário da SM Produtora e Diretor da TV Santa Maria, realizada no dia 16 de outubro de 2013.

1. Como você entrou nesse projeto da TV SANTA MARIA?
3. Qual o seu envolvimento hoje com a TV? O que mudou? Desde quando você está à frente da TV Santa Maria? Quais as suas responsabilidades?(Mudanças na direção TV Santa Maria e SM Produtora).
4. Como está funcionamento a TV? Quem participa da produção? Qual a equipe? Quem mais está a frente da TV? (tomada de decisões, busca apoios, novos programas).
5. Como a TV está se viabilizando? Quem se envolve com essas questões? Quem busca parcerias? Quem são os parceiros?
6. Qual a programação que está no ar hoje? Como se forma/se formou essa programação?
7. Quem participa da grade programação? Como participa? (quem propõe os programas e cria os formatos). E a produção independente de conteúdo é incentivada para que participe da TV? De que forma?
8. E a audiência? Quem é a audiência da TV Santa Maria? Como mensurar essa audiência?
8. Como TV comunitária, como se estabelece a participação da comunidade? (de que forma, quando se dá).
9. Na sua percepção, a TV Santa Maria pode ser considerada um veículo de comunicação comunitária? Onde está o comunitário desse canal?
10. Na sua visão, o que falta concretizar desse projeto de TV Comunitária? Planos para o futuro?

ANEXOS

ANEXO A – Relatório do Grupo de Trabalho TVs Comunitárias



Porto Alegre, 6 de abril de 2013.
Grupo de Trabalho TVs Comunitárias

Eixo 1 - O que as TVs Comunitárias querem do Governo?

- 1 – Definição de uma política de comunicação comunitária.
- 2 – Veiculação de mídias institucionais
- 3 – Concessão de kit de equipamentos para criação de TVs Comunitárias.
- 4 – Cursos de capacitação e profissionalização.
- 5 – Realização de seminários de reflexão e avaliação dos trabalhos das TVs Comunitárias.
- 6 – Incentivar os prefeitos do RS a solicitar o Canal da Cidadania ao Ministério das Comunicações.
- 7 – Apoio para transformação das TVs Comunitárias em Escola de Mídia Comunitária.
- 8 – Criação de um Fundo de Apoio e Financiamento das Rádios e TVs Comunitárias do Estado do Rio Grande do Sul.

Eixo 2 - O que as TVs Comunitárias podem oferecer ao Governo?

- 1 – Veiculação, na grade de programação, da produção cultural, educativa e científica de órgãos e empresas do Governo.
- 2 – Veiculação da produção de documentários e programas artísticos da TVE nas TVs Comunitárias.
- 3 – Veiculação da produção dos audiovisuais produzidos pelos pontos e pontões de cultura.
- 4 – Capacitação artística de novos atores televisivos.
- 5 - Revelação de talentos para o mercado artístico e jornalístico.

Eixo 3 - O que as TVs Comunitárias esperam do Poder Legislativo do RS?

- 1 – Aprovação de projeto de lei que define percentual da verba institucional de publicidade do Estado do Rio Grande do Sul.
- 2 – Destinação de emendas para aquisição de equipamentos, a fim de renovação do parque tecnológico das TVs Comunitárias, dentro do processo de transformação digital.
- 3 - Destinação de emendas para a produção cultural audiovisual para as TVs Comunitárias.
- 4 – Destinação de recursos, no orçamento do Estado, para criação dos Canais da Cidadania.

Eixo 4 - Rede de produção das TVs Comunitárias do Brasil.

- 1 – Edição de um telejornal diário em parceria TVE-TVs Comunitárias.
- 2 – Criação de central de produção das TVs Comunitárias e Universitárias.
- 3 – Criação de um Banco de Conteúdo de Produção das TVs Comunitárias, Universitárias, Legislativas, Educativas e Culturais.
- 4 – Apoio à produção dos meios de comunicação de conteúdo com o corte de raça negra.
- 5 – Escola de Formação e Capacitação com foco nas novas mídias e ferramentas de Internet.
- 6 - Formação de Comissão eleita para encaminhar as resoluções aprovadas pelo grupo das TVs comunitárias, composta por TV POA, TV Caxias, TV NH, TV Web Restinga e TV Pantano Grande.

ANEXO B – Relatório do Grupo de Trabalho TVs Comunitárias

GRADE DE PROGRAMAÇÃO - CANAL NET CIDADE - NOVEMBRO/2013

Transmissão : Santa Maria
Canal : 20 Analógico e 26 Digital

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00:00	Azar Na Noite	Rosa Shock	Carpe Diem	Carpe Diem Imóveis	Rosa Shock	Azar Na Noite	Motores na TV	00:00:00
00:30:00				Azar Na Noite			Carpe Diem	00:30:00
01:00:00	Carpe Diem Imóveis	Azar Na Noite	Vitrine		Azar Na Noite	Carpe Diem		01:00:00
01:30:00	Carpe Diem		Motores na TV	Rosa Shock			Rosa Shock	01:30:00
02:00:00		Carpe Diem	Carpe Diem Imóveis		Carpe Diem	Vitrine		02:00:00
02:30:00	Motores na TV		Azar Na Noite	Motores na TV		Carpe Diem Imóveis	Azar Na Noite	02:30:00
03:00:00	Domingo Campeiro	Motores na TV		Carpe Diem Entrev.	Motores na TV	Rosa Shock		03:00:00
03:30:00		Domingo Campeiro	Rosa Shock	Multi	Carpe Diem Entrev.		Carpe Diem Imóveis	03:30:00
04:00:00	Azar Na Noite			Motores na TV	Carpe Diem Imóveis	Azar Na Noite	Motores na TV	04:00:00
04:30:00		Motores na TV	Motores na TV	Azar Na Noite	Domingo Campeiro		Vitrine	04:30:00
05:00:00	Carpe Diem Imóveis	Carpe Diem	Carpe Diem Entrev.			Motores na TV	Rosa Shock	05:00:00
05:30:00	Motores na TV		Multi	Motores na TV	Motores na TV	Carpe Diem Imóveis		05:30:00
06:00:00	Rosa Shock	Azar Na Noite	Motores na TV	Carpe Diem	Rosa Shock	Carpe Diem	Azar Na Noite	06:00:00
06:30:00			Carpe Diem Imóveis					06:30:00
07:00:00	ABC da Saúde	Motores na TV	Cena Musicall	Motores na TV	Cena Musicall	Educare	ABC da Saúde	07:00:00
07:30:00		Cena Musicall	Família	Multi	Azar Na Noite	Azar Na Noite		07:30:00
08:00:00	Azar Na Noite	Rosa Shock		Multi			Motores na TV	08:00:00
08:30:00			Motores na TV		ABC da Saúde	Multi	Multi	08:30:00
09:00:00	Motores na TV	Motores na TV	Azar Na Noite	Motores na TV		Carpe Diem		09:00:00
09:30:00	Rosa Shock	Multi		Carpe Diem	Multi		Domingo Campeiro - I	09:30:00
10:00:00		Azar Na Noite	Multi			Rosa Shock		10:00:00
10:30:00	Carpe Diem Imóveis			Azar Na Noite	Família		Carpe Diem Imóveis	10:30:00
11:00:00	Multi	Educare	Rosa Shock			Carpe Diem Imóveis - R	Azar Na Noite	11:00:00
11:30:00		Carpe Diem Imóveis		Carpe Diem Imóveis	Cena Musicall	Motores na TV		11:30:00
12:00:00	Motores na TV - R	Motores na TV - R	Motores na TV - R	Motores na TV - I	Motores na TV - R	Domingo Campeiro	Rosa Shock	12:00:00
12:30:00	Carpe Diem	Carpe Diem Entrev.	Carpe Diem Entrev.	Rosa Shock	Multi			12:30:00
13:00:00		Azar Na Noite	Carpe Diem Imóveis		Educare	Multi	Motores na TV	13:00:00
13:30:00	Vitrine		Carpe Diem	Azar Na Noite	Sentidos	Motores na TV	Carpe Diem Entrev.	13:30:00
14:00:00	Carpe Diem Imóveis	Carpe Diem			Azar Na Noite	Azar Na Noite - I	Carpe Diem Imóveis	14:00:00
14:30:00	Rosa Shock		Azar Na Noite	Multi			Multi	14:30:00
15:00:00		Multi			Rosa Shock	Vitrine	Azar Na Noite - R	15:00:00
15:30:00	Domingo Campeiro		Multi	Carpe Diem		Rosa Shock - R		15:30:00
16:00:00		Motores na TV			Carpe Diem		Rosa Shock - I	16:00:00
16:30:00	Motores na TV	Rosa Shock	Domingo Campeiro	Carpe Diem Imóveis		Carpe Diem		16:30:00
17:00:00	Azar Na Noite			Motores na TV	Carpe Diem Imóveis - R		Multi	17:00:00
17:30:00		Carpe Diem Imóveis	Carpe Diem	Vitrine	Motores na TV	Multi	Motores na TV	17:30:00
18:00:00	Carpe Diem	Azar Na Noite		Azar Na Noite	Carpe Diem		Azar Na Noite	18:00:00
18:30:00			Motores na TV			Carpe Diem Imóveis		18:30:00
19:00:00	Multi	Carpe Diem Entrev.	Carpe Diem Entrev.	Carpe Diem	Domingo Campeiro	Multi	Carpe Diem	19:00:00
19:30:00	Motores na TV	Rosa Shock - R	Multi					19:30:00
20:00:00	Vitrine		Carpe Diem - R	Rosa Shock	Carpe Diem - R	Carpe Diem - I	Vitrine	20:00:00
20:30:00	Multi	Vitrine - I					Carpe Diem	20:30:00
21:00:00	Carpe Diem Entrev. - I	Motores na TV	Rosa Shock	Azar Na Noite - R	Carpe Diem Imóveis	Azar Na Noite		21:00:00
21:30:00	Carpe Diem Imóveis	Carpe Diem Imóveis - I			Rosa Shock		Carpe Diem Imóveis	21:30:00
22:00:00	Rosa Shock	Azar Na Noite - I	Azar Na Noite	Carpe Diem		Carpe Diem Entrev.	Rosa Shock	22:00:00
22:30:00					Azar Na Noite	Motores na TV		22:30:00
23:00:00	Azar Na Noite	Carpe Diem	Carpe Diem	Carpe Diem Imóveis		Carpe Diem	Azar Na Noite	23:00:00
23:30:00				Vitrine	Motores na TV			23:30:00

06/09/2013

LEGENDAS

NET	Paço Satélite	Paço Fita	Reprise NET	Reprise	Permuta	Comunidade
R - Reprise	I - Inédito					

Tempo dos programas: 57'30" ou 27'30".

Intervalos de 2'30" para inserções comerciais da NET, chamadas dos programas, etc.

Cada programa tem direito a 30 chamadas de 30" ao mês.

ANEXO C – Estatuto da Associação TV Santa Maria

ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO DA TV SANTA MARIA

CAPÍTULO I - Constituição, Finalidades e Objetivos.

Seção I - Constituição

Art. 1º. A Associação da TV Santa Maria, organizada com a finalidade de coordenar as ações do Canal Comunitário da TV a Cabo em Santa Maria, fundada em 24 de março de 2009, com sede e foro no município de Santa Maria/RS, sito à Rua Olavo Bilac, 782, Bairro Centro, CEP 97015-440, congrega e representa entidades não governamentais e sem fins lucrativos, com o objetivo de utilizar o canal comunitário da TV a Cabo e demais modalidades de TV por Assinatura nesta cidade. Utilizará o nome fantasia de “TV Santa Maria”.

Art. 2º. A Associação da TV Santa Maria é entidade sem fins lucrativos, tem duração indeterminada e personalidade jurídica e patrimônio distintos em relação aos seus associados, diretores e conselheiros, que não respondem subsidiária nem solidariamente pelas obrigações contraídas em nome da Associação.

Seção II - Finalidades e Objetivos

Art. 3º. São finalidades da Associação da TV Santa Maria:

- I - fomentar, por todas as suas instâncias e meios, a democratização da comunicação comunitária;
- II - garantir o exercício da mais ampla democracia em todas as suas instâncias, assegurando liberdade de expressão aos representantes das entidades associadas;
- III - orientar sua ação por princípios éticos e de igualdade, participação, representação da pluralidade e solidariedade;
- IV - defender a solidariedade entre os povos, o ambiente natural, a biodiversidade e os recursos naturais não renováveis, os direitos humanos, as liberdades individuais e coletivas e a justiça social;
- V - assegurar o exercício do direito de expressão, de geração de informação e de produção cultural a todos os segmentos sociais;
- VI - fomentar a capacitação de cidadãos para a leitura crítica dos meios de comunicação, nas suas diversas modalidades, e para o debate da estética, dos conteúdos, da linguagem e da técnica;
- VII - estimular o desenvolvimento dos serviços de TV por Assinatura pautada pelas noções de participação da sociedade e de preservação do interesse público;

Art. 4º. Para a consecução das suas finalidades, a Associação da TV SANTA MARIA se propõe a realizar as seguintes atividades:

- I - desenvolver pesquisas nas áreas sociais, política, cultural e econômica;
- II - organizar, promover, apoiar e realizar cursos, seminários, debates e treinamentos, regulares ou intensivos no campo da comunicação;
- III - fomentar a cultura, através da viabilização de material didático, vídeos, filmes, revistas, jornais, folhetos e impressos, de acordo com as suas finalidades;
- IV - estimular a realização de obras audiovisuais, cinematográficas ou de multimídia, bem como programas de televisão;
- V - patrocinar exposições, festivais, espetáculos e atividades congêneres;
- VI - conceder prêmios a autores, artistas, escritores, técnicos de arte, espetáculos musicais e de artes cênicas ou produções e programas de televisão e rádio, obras de vídeo, filmes ou multimídia em atividades, concursos e festivais;
- VII – participar de editais de licitação para operação de outros canais e outras atividades correlatas com os objetivos da Associação;
- VIII - construir e equipar salas e outros ambientes destinados a atividades artísticas e culturais;
- IX – ser membro integrante de Associações Estaduais ou Nacionais de canais Comunitários;
- X - estabelecer parcerias e manter intercâmbio com organizações similares, nacionais e internacionais, celebrando convênios, contratos e termos de cooperação;
- XI - filiar-se a entidades congêneres que atuem nos planos regional, nacional ou internacional;
- XII - desenvolver formas de cooperação com entidades culturais, assistenciais,

representativas de classe, de desenvolvimento e outras, com sede no município de Santa Maria;

CAPÍTULO II - Quadro Associativo, Direitos e Deveres

Seção I - Quadro Associativo

Art. 5º. Entidades sem fins lucrativos e não governamentais que manifestarem interesse e aceitem cumprir as finalidades, os objetivos e demais disposições deste Estatuto poderão integrar os quadros da Associação, mediante aprovação da Assembléia Geral.

Parágrafo Primeiro - Acompanhando o pedido de ingresso ao quadro da Associação, a entidade deverá encaminhar cópia autenticada da seguinte documentação, devidamente registrada em cartório próprio:

I - o Estatuto da Entidade;

II - Ata de Posse da diretoria em exercício;

III- Ato ou declaração da instância que deliberou pelo ingresso na Associação, com indicação do nome da pessoa que representará a entidade e de seu suplente.

IV – Cartão do CNPJ

Parágrafo Segundo - O Regimento Interno estabelecerá condições para a formalização da participação, como associado colaborador, de pessoas físicas e de pessoas jurídicas, que desejam cooperar com a consecução das finalidades e objetivos da Associação da TV SANTA MARIA.

Parágrafo Terceiro - A Associação coordenará a estruturação da programação do Canal Comunitário da TV a Cabo ou de outras modalidades de TV por Assinatura, podendo contar com material proveniente de outros canais comunitários, canais via-satélite, fornecedores de conteúdo ou outros meios de veiculação de material audiovisual

Parágrafo Quarto - A veiculação de programas não terá custos referentes à utilização do canal comunitário. Apenas haverá custos relativos à produção de programas, utilização da estrutura e dos equipamentos geradores do sinal.

Seção II - Direitos e Deveres das Entidades Associadas

Art. 6º. Constituem direitos das entidades associados em dia com suas obrigações sociais e estatutárias:

I - participar das atividades e das instâncias da Associação, nos termos do presente Estatuto;

II - receber regularmente informações das decisões tomadas e das atividades da Associação;

III - ter assegurado amplo direito de defesa e de recurso à Assembléia Geral sobre qualquer decisão;

IV - utilizar-se dos serviços oferecidos pela Associação, na forma estabelecida pelo Conselho Diretor;

V - propor nomes para integrar as instâncias diretivas da Associação;

VI - encaminhar propostas ao Conselho Diretor visando a adoção de medidas de interesse dos seus associados;

VII - retirar-se livremente da Associação, devendo formalizar sua decisão ao Conselho Diretor, apresentando suas razões.

Art. 7º. Os associados perderão essa condição nos seguintes casos:

I - por solicitação;

II - por exclusão, decidida pelo Conselho Diretor, de acordo com o previsto no

Capítulo V deste Estatuto, facultado o recurso à Assembléia Geral, no prazo de trinta dias contados da notificação dessa decisão;

III – por pedido de licença temporária, podendo retornar quando assim o desejar;

Art. 8º. A representação de cada entidade associada dar-se-á através de um representante, expressamente designado pela entidade.

Parágrafo Primeiro - Os associados poderão substituir, a seu critério, o representante da entidade, devendo, para tanto, formalizar tal decisão às instâncias diretivas da Associação.

Parágrafo Segundo - A substituição de representante de entidade associada que ocupar cargo na Associação, em conformidade com este estatuto, deverá ser formalizada às instâncias diretivas com antecedência mínima de 30 dias.

Parágrafo Terceiro - Caso se verifique a inexistência temporária de representação de uma entidade que ocupar cargo na Associação, as funções correspondentes a este cargo serão desempenhadas por substituto indicado pelos membros do Conselho Diretor, até que o novo representante da entidade tenha condições de assumir.

Parágrafo Quarto – O representante de entidade associada só poderá votar e ser votado para os cargos previstos neste estatuto se integrar a Associação há pelo menos 6 (seis) meses.

Art. 9º. Ao associado que se retirar ou for afastado da Associação, respeitado o disposto no presente Estatuto, não caberá qualquer tipo de reembolso ou indenização.

Art. 10º. A condição de associado não lhe dá qualquer tipo de vantagem pecuniária, tais como distribuição de rendas, resultados ou quaisquer pagamentos monetários pela Associação.

Art. 11º. São deveres das entidades Associadas, através de seu representante:

I - respeitar e cumprir o presente Estatuto, bem como as resoluções da Assembléia Geral e do Conselho Diretor;

II - manter em dia as obrigações definidas nas instâncias deliberativas da Associação;

III - comparecer às Assembléias Gerais.

CAPÍTULO III – Patrimônio

Art. 12º. O patrimônio da Associação será constituído:

I - por contribuições espontâneas dos seus associados e pelos bens imóveis, títulos, valores e direitos que lhe pertençam ou venham a pertencer;

II - pelas doações e legados que lhe forem atribuídos por seus associados ou por terceiros;

III - pelas rendas provenientes de seus bens, atividades, promoções e eventuais serviços.

Art. 13º. Os bens e direitos da Associação, assim como suas rendas, somente poderão ser utilizados para a consecução de seus objetivos, facultado o investimento para obtenção de rendas adicionais destinadas ao mesmo fim, sendo o resultado financeiro aplicado exclusivamente na realização de seus objetivos.

Art. 14º. Os bens móveis que integram o patrimônio da entidade serão devidamente identificados, através de meio próprio, para possibilitar o controle do uso e conservação dos mesmos.

Art. 15º. A Competência para deliberar sobre alienação, locação ou aquisição de bens imóveis, prestação de serviços e quaisquer direitos passíveis de celebração contratual é do Conselho Diretor.

CAPÍTULO IV - Direção, Administração e Fiscalização.

Art. 16º. A Associação é dirigida e administrada por um Conselho Diretor, fiscalizada por um Conselho Fiscal, tendo a Assembléia Geral como seu órgão máximo de deliberação.

Parágrafo Único - Além do previsto neste Estatuto, as condições de organização e atuação da Associação serão detalhadas em Regimento Interno.

Seção I - Assembléia Geral

Art. 17º. A Assembléia Geral é o órgão de deliberação máximo e soberano da Associação e reunir-se-á, ordinariamente, uma vez por ano, no primeiro semestre e, extraordinariamente, sempre que o interesse social o exigir.

Parágrafo Primeiro - A Assembléia Geral Ordinária será convocada pelo Conselho Diretor, mediante carta ou e-mail ou inserções em vídeo no canal comunitário dirigido aos associados, com antecedência mínima de cinco dias.

Parágrafo Segundo - A Assembléia Geral Extraordinária poderá ser convocada, com antecedência mínima de cinco dias, para apreciar e deliberar sobre pauta específica, por:

- a) decisão de maioria dos membros do Conselho Diretor; ou
- b) solicitação de pelo menos cinquenta por cento das entidades associadas; ou
- c) decisão de maioria dos membros do Conselho Fiscal.

Parágrafo Terceiro - Cada entidade associada terá direito a um único voto, através de seu representante legal, devidamente credenciado.

Parágrafo Quarto - O voto do representante credenciado pela entidade associada, ou do seu substituto, será individual, não sendo permitido o voto por procuração ou correspondência.

Parágrafo Quinto - A Assembléia Geral instalar-se-á, em primeira convocação, com a maioria do grupo composto por representantes das entidades associadas e associados fundadores, e, em segunda convocação, 30 (trinta) minutos após, com qualquer número. As suas decisões serão sempre tomadas por maioria simples, exceto em relação aos casos de mudança parcial ou total do Estatuto, e de dissolução da Associação, que exigem uma maioria de 2/3 de presenças do grupo composto por representantes das entidades associadas e associados fundadores.

Art. 18º. Compete à Assembléia Geral deliberar sobre:

- I - as alterações ao presente Estatuto;
- II - a política geral da Associação, bem como sobre todas as questões atinentes que lhe forem propostas;
- III - a dissolução da Associação por proposta do Conselho Diretor;
- IV - as demonstrações financeiras e orçamentárias anuais da Associação, a partir do parecer do Conselho Fiscal;
- V - a eleição dos membros do Conselho Diretor;
- VI - a indicação da mesa coordenadora de seus trabalhos.
- VII – destituição dos administradores.
- VIII – aprovação das contas.

Seção II - Conselho Diretor

Art. 19º. O Conselho Diretor será eleito, através de chapas, pela Assembléia Geral, para um mandato de quatro anos, permitidas reeleições de forma livre, sendo constituído por 5 (cinco) membros titulares.

Parágrafo Primeiro - Os membros do Conselho Diretor tomarão posse em reunião realizada no máximo em trinta dias após a data da Assembléia que o eleger.

Parágrafo Segundo - Cada gestão do Conselho Diretor terá um presidente, um vice-presidente, um secretário, um vice-presidente financeiro e um vice-presidente jurídico, escolhidos entre os membros titulares.

Parágrafo Terceiro - Compete ao Presidente do Conselho Diretor:

- I - presidir os trabalhos e as reuniões;
- II - representar publicamente a Associação, em conformidade com este Estatuto;
- III - Convocar as reuniões ordinárias e extraordinárias;
- IV- Convocar as assembléias gerais, quando determinadas pelo Conselho Diretor.

Parágrafo Quarto - Compete ao Secretário:

- I - secretariar os trabalhos nas reuniões do Conselho;
- II - lavrar as atas das reuniões, em livro próprio, que ficará à disposição de seus membros, na sede da Associação, facultado o fornecimento de cópias aos associados que solicitarem.

Parágrafo Quinto - Compete ao vice-presidente Financeiro:

- I – Superintender os serviços da Tesouraria;
- II – Assinar, juntamente com o Presidente, os títulos de crédito;
- III- Solicitar quaisquer documentos relativos a atividade financeira da Associação;
- IV –Substituir o secretário sempre que necessário;

Parágrafo Sexto – Havendo necessidade, o Presidente e o Secretário serão substituídos, a cada reunião, por conselheiros especialmente designados.

Parágrafo Sétimo - O Conselho Diretor deliberará, por maioria simples, salvo as exceções fixadas neste estatuto.

Art. 20º. Compete ao Conselho Diretor:

- I - definir a orientação geral e o programa anual das atividades sociais e analisar e deliberar sobre o orçamento anual da Associação, sempre em conformidade com este Estatuto;
- II - convocar Assembleia Geral, ordinária e extraordinária;
- III - propor à Assembleia Geral a alteração do Estatuto Social;
- IV - propor à Assembleia Geral a dissolução ou liquidação da Associação;
- V - elaborar e modificar o Regimento Interno da Associação, *ad referendum* da Assembleia Geral;
- VI - autorizar a aquisição, oneração e alienação de bens imóveis da entidade;
- VII - deliberar sobre a exclusão de qualquer associada do quadro da entidade;
- VIII - nomear e fixar o número de membros do Conselho de Programação e Ética, assim como estabelecer suas atribuições e também destituir seus membros.

Art. 21º. Compete também ao Conselho Diretor a prática de todos os atos necessários à realização do objetivo social, sempre por voto favorável da maioria de seus membros, especialmente para:

- I - exercer e executar os atos necessários à gestão e administração da Associação, de acordo com a política fixada pelas suas instâncias deliberativas;
- II - deliberar sobre contribuições extraordinárias e especiais dos associados, bem como sobre aceitação de doações;
- III - elaborar o orçamento anual e os planos de trabalho da Associação;
- IV - definir o plano de aplicação dos recursos orçamentários anuais;
- V - elaborar o relatório anual das atividades e as demonstrações da Associação;
- VI - deliberar sobre a aquisição, alienação e oneração de bens móveis, a contratação de empréstimos ou de serviços em nome da Associação e a assinatura de convênios;
- VII - contratar e demitir os funcionários necessários ao desenvolvimento das atividades da Associação, fixando os seus vencimentos;
- VIII - elaborar os veículos informativos da Associação;
- IX - deliberar sobre os fatos não previstos neste Estatuto, *ad referendum* da Assembleia Geral;
- X - deliberar sobre a criação de Comissões e Grupos de Trabalho e Estudos para atendimento das necessidades de implementação da política e do orçamento geral da Associação;
- XI - cumprir e fazer cumprir este Estatuto, o Regimento Interno e todas as resoluções das diversas instâncias da Associação;
- XII - apresentar ao Conselho Fiscal o balanço anual da entidade;
- XIII - elaborar, anualmente, previsão orçamentária para o exercício seguinte, e submetê-la ao Conselho Fiscal, que elaborará parecer para envio à Assembleia Geral Ordinária;
- XIV - Os associados fundadores são isentos de eventuais contribuições financeiras que venham a ser criadas após a fundação da Associação;

Parágrafo Primeiro - O Plano Orçamentário deverá conter a previsão das receitas e despesas para o período e orientações gerais a serem seguidas pelo Conselho Diretor.

Parágrafo Segundo - As dotações orçamentárias que se apresentarem insuficientes para o atendimento das despesas, poderão ser ajustadas ao fluxo de gastos, mediante a abertura de créditos adicionais, solicitados pelo Conselho Diretor, classificando-se em:

- I - suplementares, os destinados a reforçar dotações alocadas no Plano Orçamentário Anual;
- II - especiais, os destinados a incluir dotações no Orçamento, a fim de fazer face às despesas para as quais não se tenha consignado previsão específica.

Parágrafo Terceiro - A representação junto às instituições bancárias, nas quais a Associação seja correntista, ficará a cargo do Presidente do Conselho Diretor e do vice-presidente Financeiro, assinando conjuntamente todos os documentos fiscais e de crédito.

Art. 22º. O Conselho Diretor reunir-se-á, ordinariamente a cada trimestre e, extraordinariamente, sempre que convocada pelo Presidente.

Parágrafo Único - As reuniões do Conselho Diretor poderão instalar-se com pelo menos a presença da metade mais um dos seus membros e suas deliberações serão tomadas por maioria simples de votos dos presentes.

Art. 23º. Compete ao Presidente representar a Associação em juízo ou fora dele, ativa e passivamente, com todos os poderes necessários em direito admitidos, inclusive o de constituir procurador para realizar os objetivos da Associação ou defender os seus interesses.

Parágrafo Único - Em caso de necessidade, o Presidente poderá constituir procurador, dentre os membros do Conselho Diretor.

Seção IV - Conselho Fiscal

Art. 24º. O Conselho Fiscal será composto por três membros efetivos, a serem eleitos pela Assembléia Geral para mandato igual e coincidente com o do Conselho Diretor.

Parágrafo Único - Fica vedada a participação, no Conselho Fiscal, de membros de entidades que integram o Conselho Diretor.

Art. 25º. Compete ao Conselho Fiscal;

I - emitir parecer sobre o Plano Orçamentário Anual e sobre os Balanços Financeiro e Patrimonial apresentados pelo Conselho Diretor, que levará à aprovação da Assembléia Geral Ordinária, convocada para esse fim, nos termos deste Estatuto.

II - emitir parecer sobre os balanços e a regularidade da escrituração contábil.

Art. 26º. O Conselho Fiscal reunir-se-á, ordinariamente, a cada três meses, para o desempenho de suas funções, e extraordinariamente, quantas vezes se fizerem necessárias.

Art. 27º. Todas as deliberações do Conselho Fiscal, assim como os seus pareceres, deverão constar em ata, em livro ou arquivo especial.

Art. 28º. A cada reunião do Conselho Fiscal serão escolhidos, dentre os presentes, um Presidente e um Secretário.

Parágrafo Primeiro - O Conselho Fiscal instalar-se-á no dia, hora e local para o qual foi convocado pelo Presidente, por e-mail, ofício ou por telefone, com antecedência mínima de sete dias da data fixada para a reunião.

Parágrafo Segundo - O Conselho Fiscal reunir-se-á, também, por iniciativa de, pelo menos, dois de seus membros efetivos, dando conhecimento com antecedência mínima de sete dias da data da reunião.

CAPÍTULO V - Infrações e Penalidades

Art. 29º. Os associados que cometerem infrações a este Estatuto, que serão tipificadas no Regimento Interno, estarão sujeitos às seguintes penalidades:

I - advertência;

II - suspensão;

III - eliminação do quadro social.

Parágrafo Primeiro - As penalidades previstas neste artigo serão aplicáveis:

a) as previstas nos incisos I, II e IV, às entidades associadas ou aos seus representantes;

b) a prevista no inciso III, exclusivamente aos representantes das entidades associadas;

c) a prevista no inciso IV, exclusivamente às entidades associadas.

Parágrafo Segundo - O representante credenciado pela Entidade associada que não comparecer à sua respectiva instância, por três reuniões alternadas, sem justificativa plausível, terá seu credenciamento cancelado, cabendo à entidade associada, substituí-lo.

Parágrafo Terceiro - Caso a entidade não proceda à substituição do representante descredenciado e se faça ausente nas três reuniões ordinárias seguintes ao descredenciamento, perderá o mandato.

Art. 30º. O Conselho Diretor é o órgão competente para a aplicação das penalidades aqui previstas, garantindo ao associado o direito de defesa.

Parágrafo Primeiro - Caso o associado não se conforme com a decisão, poderá recorrer, com efeito suspensivo, à Assembléia Geral da entidade.

Parágrafo Segundo - As notificações de punições deverão ser feitas por escrito, com aceite do notificado.

Parágrafo Terceiro - O Conselho Diretor deverá pronunciar-se dentro de 30 (trinta) dias a partir da data do recebimento do recurso, podendo formular consultas aos associados.

CAPÍTULO VI - Exercício Social e Dissolução da Associação

Art. 31º. O exercício social terminará em 31 de dezembro de cada ano, quando será levantado o balanço patrimonial da Associação.

Art. 32º. Dissolvendo-se a Associação, os seus bens serão destinados à entidade congênere, por decisão da Assembléia Geral, onde envolva o voto favorável da maioria simples, convocada especialmente para esta finalidade.

CAPÍTULO VII - Disposições Finais e Transitórias

Art. 33º. O primeiro Conselho Diretor e o Conselho Fiscal, composto exclusivamente de associados fundadores, eleitos por ocasião da Assembléia de fundação da Associação da TV SANTA MARIA, terão mandato até 01 de Janeiro de 2013, a partir de quando serão válidas as regras estatutárias destinadas à eleição dos integrantes destas instâncias diretivas.

Art. 34º. Denominam-se associados fundadores os integrantes pessoas físicas de reconhecida idoneidade e representatividade na comunidade local, que no ato de fundação desta Associação adquirem a condição de membros *ad infinitum*, podendo sua vaga ser preenchida por outra pessoa física por decisão da Assembléia Geral, somente após seu falecimento. Os associados fundadores possuem os mesmos direitos que as entidades associadas, podendo ocupar quaisquer cargos administrativos, votar, e serem votados.

Art 35º. A Associação ora fundada se compromete a cumprir os requisitos previstos da Lei Federal n.8.977/95.

Art. 36º. Este Estatuto entra em vigor imediatamente após a sua aprovação pela Assembléia Geral, realizada em 24 de março de 2009.

Santa Maria 24 de março de 2009.

Presidente(CPF 065034540/15) _____

Vice-presidente(CPF 055031400/87) _____

Secretário(CPF 166646550/04) _____

Vice-presidente Financeiro(CPF 090240340/00) _____

Vice-presidente Jurídico(CPF 883363360/87) _____

Anexo 01 do Estatuto

Integrantes do Conselho Diretor da Associação da TV Santa Maria, eleitos por ocasião da primeira Assembléia Geral, realizada no dia 23 de março de 2009, às 14 horas, na sala de reuniões da CDL de Santa Maria. Todos os subscreventes são considerados associados fundadores da Entidade.

I - Conselho Diretor (Fundador)

1. Presidente: Adalberto Constantino Meller, brasileiro, casado, farmacêutico/bioquímico, morador da fazenda Pitangueiras, distrito de Boca do Monte, Santa Maria-RS.

2. Vice-presidente: Luiz Gonzaga Binato de Almeida, brasileiro, divorciado, arquiteto, morador da rua Floriano Peixoto, 1139, apto 123, CEP 97015371, Santa Maria-RS.

3. Secretário: Jorge Castegnaro, brasileiro, solteiro, nascido em 15/04/1953, professor, morador da rua José Crivellaro, 215, apto 301, CEP 97095330, Santa Maria-RS.

4. Vice-presidente Financeiro: Tarcísio Anacleto Moro, brasileiro, casado, professor universitário aposentado, residente à rua Tuiuti, 767, apto 403, Santa Maria-RS.

5. Vice-presidente Jurídico: Ricardo Munarski Jobim, brasileiro, casado, advogado, residente e domiciliado, à rua César Trevisan, 3333, casa 6, Condomínio Morada do Lago, CEP 97065060, Santa Maria-RS.

II - Conselho Fiscal

1. Paulo Ceccim
2. Afonso Amaral
3. Pe. Francisco Bianchin

III - Conselho de Programação e de Ética

1. Adalberto Meller
2. Afonso Amaral
3. Ceura Fernandes da Silveira
4. Gaspar B. Miotto
5. Jorge Castegnaro
6. Humberto G. Zanatta
7. Luiz Gonzaga Binato de Almeida
8. Nicola Chiarelli Garofallo
9. Pe. Francisco Bianchin
10. Paulo Ceccim
11. Ricardo Jobim
12. Tarcisio Moro

Anexo 02 do Estatuto

Lista de Presença:

Adalbert Meller(CPF 065034540/15)_____

Afonso Amaral(CPF 464898510/91)_____

Ceura Fernandes da Silveira(CPF 196858660/15)_____

Gaspar B. Miotto(CPF 182420650/04)_____

Jorge Castegnaro(CPF 166646550/04)_____

Humberto G. Zanatta(CPF 16971280091)_____

Luiz Gonzaga Binato de Almeida(CPF 055031400/87)_____

Nicola Chiarelli Garofallo(CPF 075283020/15)_____

Pe. Francisco Bianchin (CPF 075283290/53)_____

Paulo Ceccim(CPF 359642430/53)_____

Ricardo Jobim(CPF 883363360/87)_____

TarcisioMoro(CPF 090240340/00)_____