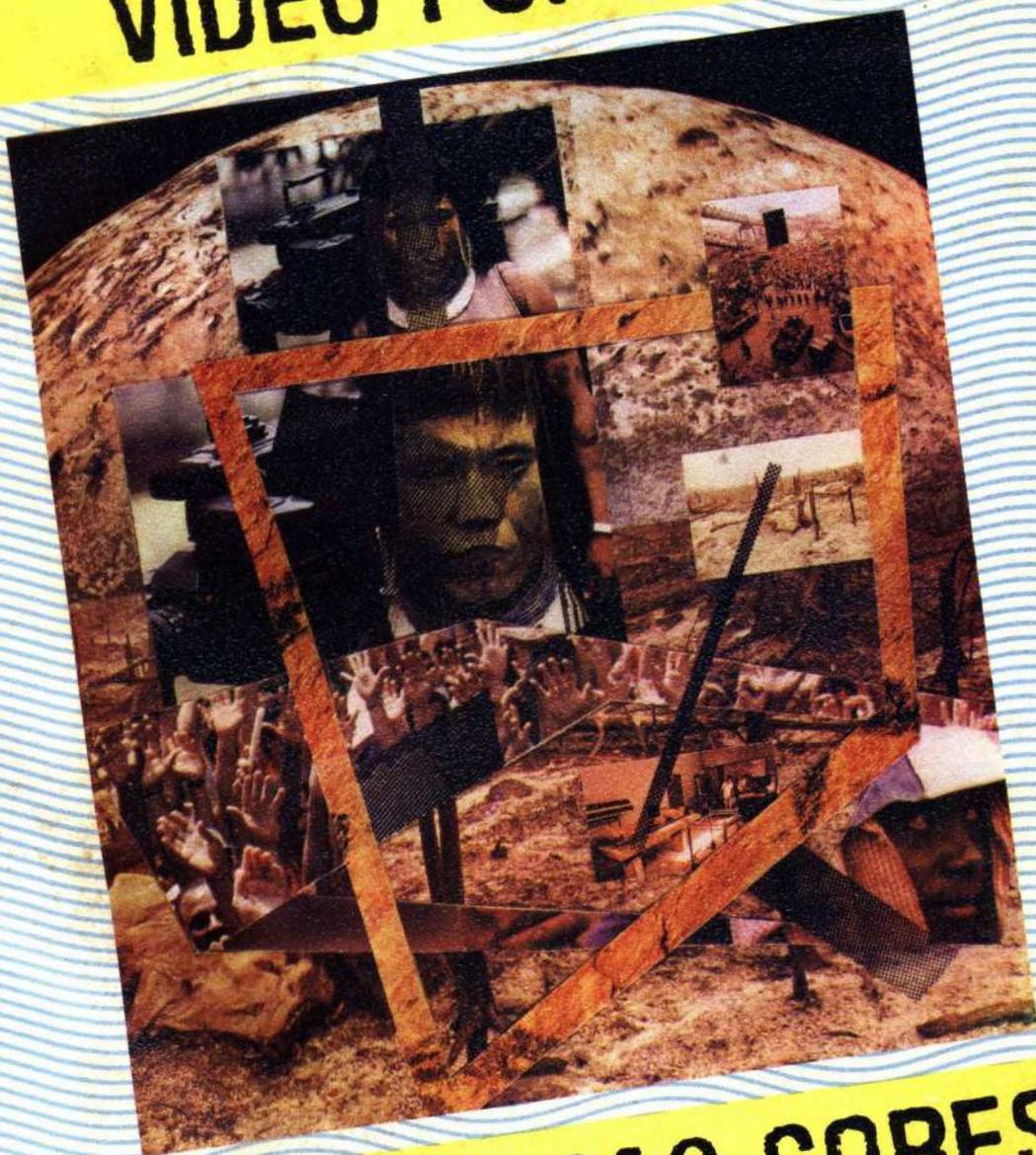


proposta

EXPERIÊNCIAS EM EDUCAÇÃO POPULAR

VÍDEO POPULAR



AS OUTRAS CORES
DA IMAGEM

Sumário

APRESENTAÇÃO

A imagem eletrônica em debate 1
Conselho Editorial

COLETÂNEA DE EXPERIÊNCIAS

TVS SINDICAIS

Construindo uma mídia sindical: TVB 2
Equipe TVB
TVT: uma rede sindical em expansão 6
Regina Festa
Elizeu Marques
Luis Fernando Santoro

FORMAÇÃO

A comunicação como mediadora do conhecimento 11
O olhar cotidiano dos bairros 12
Fase-Belém / Fase-São Paulo
Percepção, reflexão e expressão: uma discussão metodológica 17
Setor Audiovisual-Fase
Mandacarú: Um projeto audiovisual 22
Entrevista com Alfredo Alves

TVS COMUNITÁRIAS

A criação coletiva 26
Uma semente em solo fértil: CECIP 26
Claudius S. P. Cecon
Câmera aberta 32
Marcylyne de Oliveira

PRODUÇÃO INDEPENDENTE

As histórias de vida nos meios eletrônicos 35

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE VÍDEO POPULAR

A expansão do vídeo popular e a atuação da ABVP 37
Diretoria da ABVP

AMÉRICA LATINA

D'América Imagem Latina 40
Mabel de Faria Melo
O espaço da imagem 44
Qhana
A capacitação e a multiplicação dos meios: CIMCA 46
Entrevista com Afonso Gumucio
Pensando a videosfera no 3º Mundo 48
Entrevista com Manuel Calvelo

LINGUAGEM

O contraste na representação das imagens 53
A leitura de imagem 55
Um novo conceito de comunicação: o destinatário é o sujeito 57
Alberto López Mejía

ANEXO

Glossário de termos técnicos e siglas mencionadas 65
Catálogo de vídeo 67

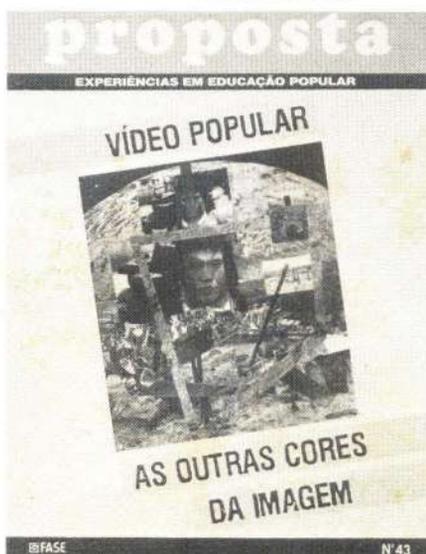


Rua Bento Lisboa, 58 — Catete
22221 — Rio de Janeiro, RJ

Direção Executiva da FASE:

Jorge Eduardo Saavedra (Diretor Coordenador Nacional); Maria Emília L. Pacheco (Diretora Coordenadora Nacional Adjunta); Virgílio Rosa Netto (Diretor Administrativo e Financeiro); Matheus Henricus Otterloo (Coordenador Reg. Norte); José Luciano Freitas (Coordenador Reg. Nordeste); Lorenzo Zanetti (Coordenador Reg. Sudeste-Sul).

Proposta nº 43
Ano XIV — Novembro de 1989



Proposta: Experiências em Educação Popular é uma publicação trimestral da FASE — Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional

Conselho Editorial
Alberto López Mejía
Cândido Grzybowski
Haroldo Baptista de Abreu
Jean-Pierre Leroy
Jorge E. Saavedra Durão
Lourdes M. Grzybowski
Pedro Cunha Bocayuva
Ricardo Tavares

Coordenação Geral
Maria Emília L. Pacheco

Planejamento Gráfico e Editorial
Alfons Klausmeyer

Organização
Alberto López Mejía
Mabel de Faria Melo
(Setor Audiovisual da FASE)

Editor de Arte
Gerardo Hanna

Arte
Marcelo Riani Marques

Capa
Alberto López Mejía

Revisão
João Luiz Pacheco
Inácio Dorado

Distribuição e Vendas
Paulo Martinechen Neto

Esta edição teve o apoio do SACTES
Serviço Alemão de Cooperação
Técnica e Social
Rua Aimorés, 1297 S/403-406
30140 — Belo Horizonte — MG.

FASE — NACIONAL
Rua Bento Lisboa, 58
22221 — RIO DE JANEIRO — RJ
Tel.: (021) 285-2998

REGIONAL NORTE

FASE — ABAETETUBA
Trav. Pedro Pinheiro Paes, 330
68440 — ABAETETUBA — PA
Tel.: (091) 751-1181

FASE — BELÉM

Rua Bernal do Couto, 1329
66030 — BELÉM — PA
Tel.: (091) 222-0318

FASE — CAPANEMA

Av. Pres. Médici, 1992
68700 — CAPANEMA — PA
Tel.: (091) 821-1716

FASE — IMPERATRIZ

Rua Aquiles Lisboa, 167
65900 — IMPERATRIZ — MA
Tel.: (098) 721-4474

FASE — SÃO LUIS

Rua Oswaldo Cruz, 1314
65020 — SÃO LUIS — MA
Tel.: (098) 222-1175

FASE — MANAUS

Av. Getúlio Vargas, 1295
69013 — MANAUS — AM
Tel.: (092) 234-6761

FASE — VALE DO GUAPORÉ

Trav. Cel. Ricardo Franco, s/nº
78770 — VILA BELA SSMA.
TRINDADE — MT
Tel.: (065) 259-1210

REGIONAL NORDESTE

FASE — RECIFE

Rua Barão de S. Borja, 495
50070 — RECIFE — PE
Tel.: (081) 221-5478

FASE — FORTALEZA

Rua Prof. João Bosco, 73
60430 — FORTALEZA — CE
Tel.: (085) 223-4056

FASE — ITABUNA

Rua Rio Branco, 93/1º andar
45600 — ITABUNA — BA
Tel.: (073) 211-4498

FASE — MACEIÓ

Rua Gonçalves Dias, 62
57055 — MACEIÓ — AL
Tel.: (082) 221-0667

FASE — ICÓ

Rua Dr. Inácio Dias, 2148
63430 — ICÓ — CE
Tel.: (085) 731-1064

SUDESTE/SUL

FASE — RIO

Av. Pres. Wilson, 113/Conj. 1302
20030 — RIO DE JANEIRO — RJ
Tels.: (021) 220-7198 e 262-2565

FASE — VITÓRIA

Rua Antônio Aguirre, 117 — Centro
29015 — VITÓRIA — ES
Tel.: (027) 223-7436

FASE — SÃO PAULO

Rua Loefgren, 1651/C. 6
04040 — SÃO PAULO — SP
Tels.: (011) 549-3888 e 549-1307

FASE — JABOTICABAL

Rua Mimi Alemaçna, 37 — Centro
14870 — JABOTICABAL — SP
Tel.: (0163) 22-5219

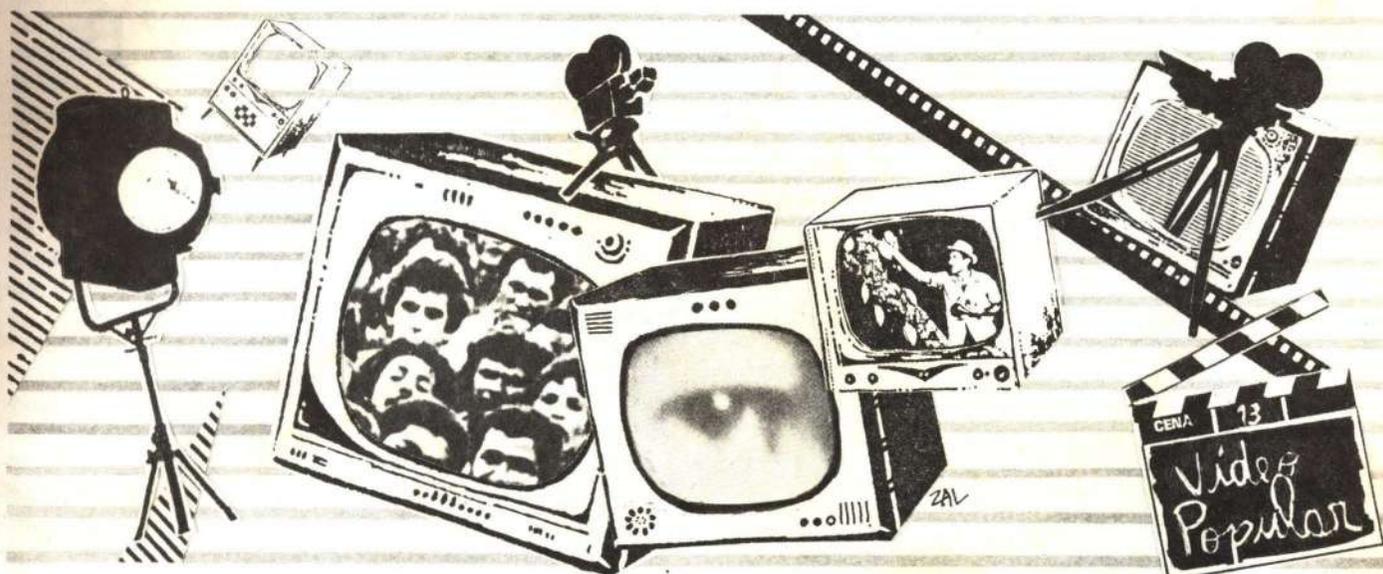
FASE — PORTO ALEGRE

Rua Gaspar Martins, 470
90220 — PORTO ALEGRE — RS
Tel.: (051) 225-0787

FASE — PROJETO

TECNOLOGIAS ALTERNATIVAS
Rua Bento Lisboa, 58
22221 — RIO DE JANEIRO — RJ
Tel.: (021) 285-2998

A imagem eletrônica em debate



A partir da década de 80 começam a surgir no Brasil e na América Latina produções de vídeo vinculadas, de diversas formas, aos movimentos sociais. Nos últimos cinco anos, esta produção se multiplicou através da criação permanente de novos grupos produtores e da formação e consolidação da Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP).

Apesar desta crescente produção e do fortalecimento da organização dos grupos produtores, muito pouco tem se investido na análise, reflexão teórica e sistematização desta produção. Uma das raras iniciativas neste sentido foi o número 28 da revista **Proposta** com o título "O que pinta de novo pinta na tela do povo".

Este número da revista focaliza o tema de vídeo popular, apresentando distintas experiências, com o objetivo de traçar um painel a partir de algumas das principais vertentes do vídeo popular no Brasil.

Serão abordadas experiências de vídeos sindicais, como a produção da TV dos Bancários e da TV dos Trabalhadores (SP) levantando questões diversas, desde a interação entre a linguagem da TV e o vídeo até o desafio da implantação de uma rede nacional de vídeos sindicais; produções de vídeo na área de formação (FASE e Projeto Audiovisual do Piauí) analisando como se dá a participação e a apropriação do vídeo pelos movimentos; animação

cultural e TVs comunitárias (TV Maxambomba e Cáritas, RJ) focalizando a expressão da cultura popular nos movimentos, e experiências de produção independente, através do relato do trabalho de Jacira Melo com as mulheres colocando a relação entre produtor e sujeitos (ou atores) sociais. Esta coletânea será finalizada com um artigo sobre a trajetória e projetos desenvolvidos pela ABVP, assim como os desafios em relação à representação, capacitação e distribuição.

Comporão também a revista artigos e entrevistas apresentando um quadro da produção do vídeo popular na América Latina, e a discussão sobre a ocupação do espaço massivo da televisão em contraposição à utilização qualificada do vídeo no trabalho com pequenos grupos.

Finalizando a revista, é analisada a questão da concepção e linguagem do vídeo popular alternativo e sua relação com a TV e o cinema.

Esperamos com este número da revista **Proposta** trazer alguns subsídios para os produtores, os usuários e o público em geral, no sentido de fortalecer o debate e a reflexão sobre o papel da comunicação popular no processo de transformação social.

TVs SINDICAIS

Construindo uma mídia sindical: TVB

Equipe TVB

Foto: Esdras Martins



A TVB (TV dos Bancários) surgiu em fevereiro de 1987, como uma necessidade do Sindicato dos Bancários de São Paulo de ocupar um espaço de produção dos trabalhadores, já iniciado em S. Bernardo do Campo pela TV dos Trabalhadores (TVT). Combinando crescimento da produção com a luta para diminuir as limitações de veiculação, trabalhamos em três frentes: registro histórico das lutas dos trabalhadores, formação sindical e elaboração de telejornais que são exibidos na rua.

A **Folha Bancária**, órgão do Sindicato dos Bancários de S. Paulo, é um jornal diário, com tiragem de 100 mil exemplares. Tem a função de informar e organizar a categoria dentro da base do sindicato, que tem 150 mil trabalhadores. Quando a TVB surgiu, de certa forma, se achava que ela era uma extensão eletrônica do jornal, em função da extrema importância do mesmo para o cotidiano do sindicato. Cobrámos lado a lado as lutas da categoria, exatamente da mesma forma.

Com o desenvolvimento do nosso trabalho, percebemos que era um erro trabalhar desta forma.

Percebemos que existem diferenças muito grandes nos veículos, mesmo na forma como os dois registram o cotidiano da categoria. Nesse momento aconteceu um afastamento, muito em função de coincidir com uma época em que a prioridade da produção era para vídeos de formação sindical.

No entanto, a TVB pertence ao departamento de imprensa; dentro do cronograma do sindicato e na medida do possível sempre participamos da discussão de avaliação e construção do jornal. Não raro, participamos da elaboração gráfica. Isso nos aproxima, determinando inclusive uma maior seleção do que é coberto pelos dois veículos.

Nestes dois anos e meio de trabalho, nos deparamos com muitos desafios e problemas que atingem quem produz vídeo para o movimento popular. Dois desses desafios são: como resolver o problema da linguagem do que produzimos? Como é nossa relação com as redes institucionais? Na realidade, são problemas que dizem respeito à própria razão de existência de nossa produção.

Do ponto de vista da linguagem, pensamos que é o problema que mais incomoda quem sai na rua com uma câmera, grava tudo e na hora da edição, não raro, a pessoa não gosta do que fez, ou simplesmente não percebe que está desrespeitando o veículo, com uma linguagem chata, sem retorno. Muitas vezes, inclusive, em nome de uma linguagem "nova" se cometem erros de concepção, que, no mínimo, dificultam a aceitação do que é produzido por parte de quem vê. Inclui-se aí também o medo de trabalhar as experiências de linguagem já existentes. Não existe uma resposta para esta questão. Achamos que é fundamental ocupar os fóruns comuns para desencadear esta discussão.

A nossa experiência tem partido da aceitação da imagem institucional, trabalhando com ela e obtendo dela o que nos parece ser próximo daquilo que as pessoas gostam de ver, ou pensam gostar por falta de uma alternativa. Seja pela pura inclusão da imagem de um comercial de um banco, tentando desmistificá-lo, seja pela inversão de edição desta mesma imagem, demonstrando sua irrealidade quase sutil, ou seja, pela alteração do áudio de um comercial, onde o texto dublado, trabalhando com humor, diz aquilo que os bancários já sabem, apesar da versão oficial muitas vezes mentirosa. Tentamos trabalhar com a surpresa do inusitado e temos um retorno muito grande.

Um dos principais elementos de veiculação dos trabalhos da TVB sempre foi o dos telejornais na rua. Desde os primeiros, ficou claro para a equipe a necessidade de uma pesquisa de linguagem, que juntasse forma e conteúdo. As poucas experiências no Brasil indicam de um lado a monotonia do discurso verbal, de outro a despolitização crescente dos trabalhos apresentados, como forma de se conseguir prender a atenção de quem passa na rua. Procuramos juntar alguns elementos existentes: 1º) dirigentes que, por si só, conseguem de forma carismática dominar o trabalho que fazem no vídeo (Lula é o maior exemplo disso); 2º) conseguir isolar elementos da linguagem das grandes redes, que se constituem em símbolos de comunicação, quase inquestionáveis, como a edição rápida, por exemplo.

Foi iniciada uma discussão sobre as diferenças entre nós "alternativos" e a produção da "burguesia", o que abriu bastante o leque de alternativas possíveis para os vídeos, com as características necessárias para a rua. Em função de tudo isso, entendemos o que não devia ser feito, nos liberando para uma criação quase intuitiva, em cima da nossa própria memória televisiva, que insistíamos em negar, nos colocando como pseudo-alternativos. No fundo pensamos muito mais na necessidade de veiculação, em quem vai ver, e só depois em como vamos tentar passar determinada mensagem.

Surgiu então a idéia de transformar um comercial de um banco, normalmente veiculado nas

grandes redes, mantendo o máximo de sua essência de comunicação, alterando algo que criasse exatamente o efeito contrário ao pretendido. A possibilidade técnica mais próxima era a de alterar o áudio, pegando exatamente o sentido do áudio original. Quando adicionamos humor ao texto dublado, conseguimos descaracterizar a impressão da "cópia". Percebemos que num programa de 10 minutos as pessoas só se lembravam dos comerciais e conseguiam discutir exatamente a contramensagem que eles continham. Mais ainda, percebemos que, no decorrer do programa, as pessoas esperavam o próximo comercial com uma curiosidade muito grande, o que fazia com que assistissem a todo o programa. É claro que a tentativa tem muita relação com o público a quem era dirigido, por se tratar de pessoas jovens e com um nível escolar alto.

Dentro do processo de produção técnica desses "comerciais", entendemos que não podiam ser feitos de qualquer forma. Para manter a credibilidade da idéia havia que se prestar atenção em alguns detalhes, sem os quais ela não daria certo. Por exemplo: quando havia diálogos, tinha que existir um mínimo de sincronia entre o áudio e o movimento dos lábios, ainda que em alguns momentos essa sincronia não existisse, assim mesmo, ficando claro que era proposital. Daí o texto tinha que ser muito cuidado e encaixado quase que copiado no original, através de sua métrica. Também a qualidade do som merecia um cuidado muito grande. Sempre que ele tinha uma qualidade baixa, a idéia era descaracterizada. Para a produção contávamos com uma câmera VHS, uma ilha semiprofissional também VHS e um microfone nacional de qualidade média. Na falta de estúdio, as gravações de áudio eram feitas dentro de um banheiro pequeno, cuja reverberação incorporava-se ao som, aproximando-o da qualidade do som original. Fora isso, muito espírito de improviso e muitas horas de edição, para um trabalho de 30 segundos.

Trabalham na TVB hoje 3 pessoas, em período integral. Todo o trabalho é feito de forma coletiva, por programa. Mantemos reuniões periódicas onde se avalia o andamento dos vídeos e onde se discutem novas produções. Cada integrante apresenta um projeto, necessidade e viabilidade de veiculação, bem como com relação à estratégia geral do sindicato. Se aprovado, o roteiro e a direção desse projeto são responsabilidade do companheiro, até a fase de edição.

Durante todo o processo existe um acompanhamento por parte do coletivo, nomeadamente em relação à linguagem e à edição do material, bem como à qualidade técnica das imagens que estão sendo elaboradas. Por este método de trabalho podemos realizar vários vídeos ao mesmo tempo e formar as pessoas em todas as áreas, tornando-as parte integrante do projeto mais geral da TVB.

Não existem dados concretos sobre o perfil e a amplitude do público atingido. Algumas produções não tiveram uma veiculação muito concreta, outras foram mostradas para mais de 500 pessoas em assembléias. Em geral os bancários gostam das produções, pois se vêem na sua luta na porta da agência, com os seus problemas retratados. De qualquer forma, a parcela mais avançada da categoria já assimilou a TVB como uma coisa importante. Já considera a TVB sua, no sentido de que percebe a diferença com a cobertura dada pelas grandes emissoras.

Outro ponto que merece ser mencionado é nossa relação com os dirigentes sindicais. Apesar da relação que tentamos ter com os dirigentes, esta é ainda muito distante. Isso é fruto da incompreensão sobre a tecnologia utilizada que aparece quase como um tabu, ainda que já muito discutida. O problema da veiculação também é muito concreto. A partir do momento em que o vídeo não atinge as "grandes massas", muitas vezes se torna difícil incluir o vídeo nas atividades gerais. Nesse momento é o nosso esforço que tem contado para mudar esta situação, acoplando a veiculação nas atividades da campanha e mostrando o quanto pode ser importante e necessário não se discutir apenas a questão da infra-estrutura, mas também a própria produção. É necessário um esforço constante no sentido de consolidar o uso de um meio de comunicação novo, dentro dos sindicatos.

O sindicato produz por mês mais de 3 milhões de exemplares de jornais. Entre o jornal diário, vários jornais por banco, cartilhas, cartazes, filipetas, etc. Tem um departamento de imprensa

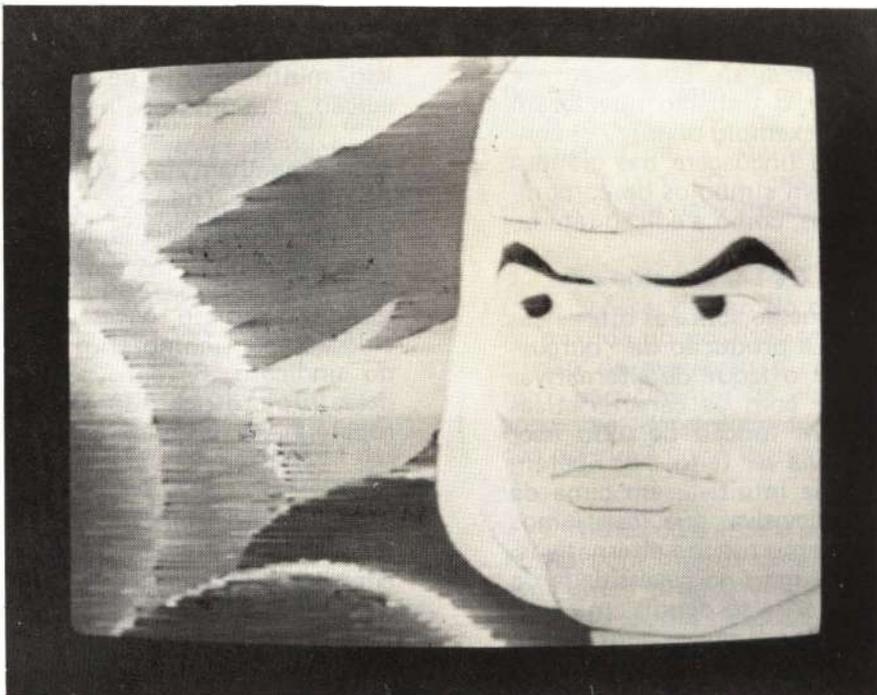
bem equipado para conseguir sustentar tecnicamente esta produção e um esquema de distribuição que combina o trabalho organizado dos militantes com um esquema profissional que leva em consideração este trabalho organizado.

No caso do vídeo, o fato de não termos a concessão para a veiculação sempre foi um problema. Consideramos que TV é um meio de comunicação de massa. Mesmo quando produzimos de forma independente. Nesse sentido, é necessário ampliar as opções de veiculação, permitindo entender as limitações de cada espaço, fazendo inclusive que a produção seja voltada para cada um deles.

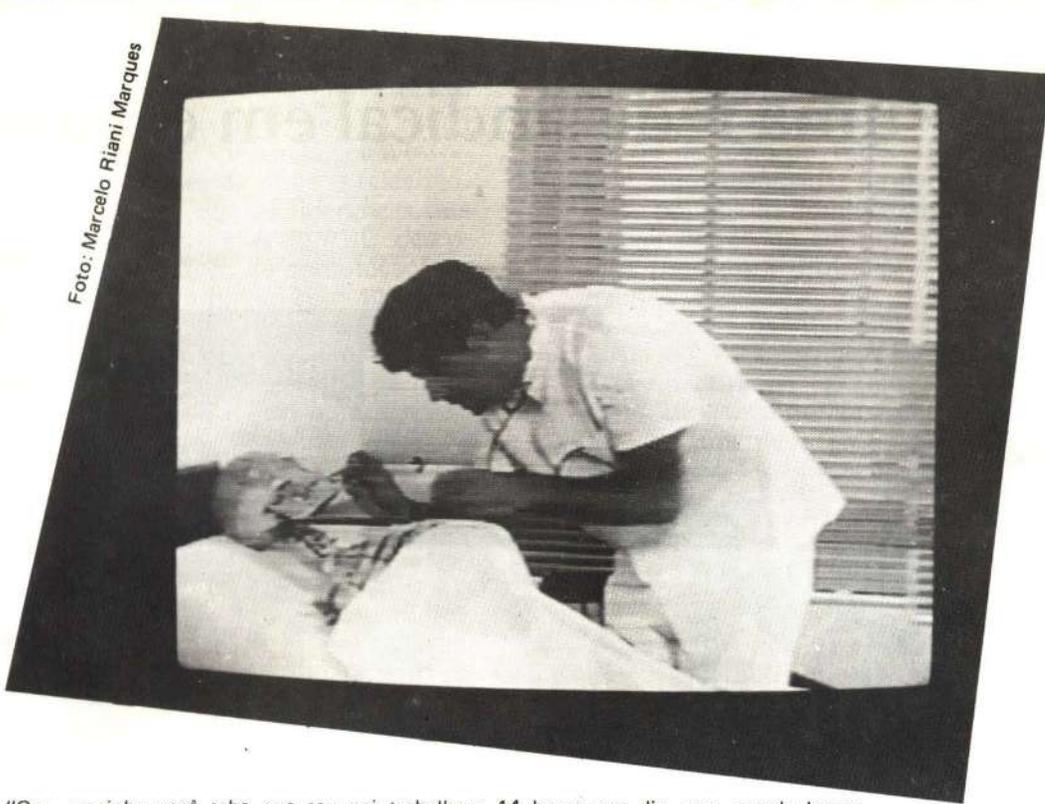
Basicamente, os vídeos são exibidos em cursos de formação sindical, nas ruas, com exibição de telejornais nos calçadões, no auditório do sindicato e dentro de alguns bancos estatais, onde existe espaço para isso, em função da grande pressão que existe nos bancos privados. Na maioria dos casos é suporte para outra atividade maior, sendo complementar a esta atividade, mas mantendo a preocupação de ser um elemento ativo e não redundante. Outra forma de veiculação importante é a venda de cópias para outros sindicatos de bancários do país, nomeadamente os trabalhos de formação sindical, existindo desde já a necessidade de se começar a integrar estes sindicatos na produção e não só na veiculação, como forma de iniciar a discussão da formação de uma rede coletiva da categoria, a nível nacional.

Outro fator importante é o da estratégia de uso de espaço institucional nas redes de televisão.

Foto: Marcelo Riani Marques



"Nós temos o sindicato do nosso lado . . ."
(Trecho do áudio no vídeo da TVB sobre campanha salarial)



"Ora, mocinha você sabe que seu pai trabalhava 14 horas por dia num grande banco privado"
(Trecho do áudio no vídeo da TVB sobre campanha salarial)

Seja com inserções de comerciais, seja com acordos de espaço. Temos uma experiência concreta em relação a este último com a TV Gazeta de São Paulo. As TVs regionais podem se transformar num espaço privilegiado de ocupação de espaço, primeiro porque precisam de programação, que nós temos de sobra, segundo porque a competição entre as grandes redes começa a exigir uma mudança concreta na programação das TVs menores, que pode ser ocupada desde que traga alguma vantagem para a rede. No aniversário de 10 anos do Novo Sindicalismo, o debate comemorativo em nosso espaço não só foi transmitido ao vivo pela TV Gazeta, como incluiu a veiculação de imagens nossas. Ganhamos nós, ganhou a Gazeta. É claro que não é um processo fácil. Vários contatos anteriores foram fracassados, mas as coisas estão mudando e só depende de nós lutarmos para que se ampliem ainda mais as condições de utilização dos espaços institucionais.

Os sindicatos da CUT sempre tiveram, em relação a televisão, a pecha de que são péssimos "clientes", quando se coloca a necessidade de veiculação de comerciais, ainda que pagos, justificando-se as grandes emissoras, pela questão comercial dos anunciantes, em geral empresas antagonônicas a esses sindicatos. Durante muito tempo foi construída a imagem de "ferrenhos revolucionários".

A televisão no Brasil se reproduz através de subsídios estatais e serve apenas para consolidar o poder da classe dominante, através do monopólio

da imagem e da mensagem. Como conquistar este espaço? Como entrar nas redes? Como democratizar? Se por um lado isso era muito difícil na Rede Globo, por outro, existiam as TVs regionais, como a TV Gazeta em São Paulo, que mantém uma contradição interna com as grandes redes, que é a falta de recursos, numa competição desigual. Naquele momento, a TV Gazeta passava por uma fase difícil, onde nem o salário dos seus profissionais estava sendo pago. Tentamos então explorar esta contradição. Fizemos a proposta de um comercial pago, produzido por nós, com inserções de 30 segundos, com uma mensagem dirigida ao chamamento da greve. A proposta foi recusada pela Gazeta, sob alegação de que os principais anunciantes eram exatamente os bancos. Tentamos mostrar à direção da TV que a situação pela qual eles passavam era exatamente devido às características dos anunciantes, que preferiam as redes nacionais e que só deixavam para ela as contas menores. Numa relação estritamente comercial, propusemos a cobertura pela Gazeta do debate comemorativo dos 10 anos de retomada do sindicato. Em troca, faríamos a chamada para o programa TV MIX 4, no jornal diário da entidade. A Gazeta não só concordou como colocou um link no lugar do debate, transmitindo ao vivo e inserindo durante toda a programação pequenos clips em VHS, de nossa produção, chamando a categoria para o debate e veiculando uma mensagem de sindicalização, absolutamente sem custo.

Conseguimos achar uma síntese, em que nós ganhamos e a Gazeta ganhou em audiência.

TVT: uma rede sindical em expansão

Regina Festa, Elizeu Marques e
Luís Fernando Santoro*

Foto: Januário F. da Silva / Tribuna Metalúrgica



Greve dos metalúrgicos. Equipe TVT/SBC, gravando a última campanha salarial

Um breve histórico da TVT

A TVT enquanto tal começou a funcionar em junho de 1986. Tínhamos uma câmera VHS, de três tubos, que estava ficando verde. Uma outra U-Matic de um tubo, sem baterias (usávamos bateria de moto), que era um verdadeiro trambolho; dois videocassetes, um monitor de tevê, um microfone, uma cruzeta feita pela equipe, um tripé de fotografia e dois tripés para iluminação. Por trás desses recursos estava a idéia de se criar um espaço onde os trabalhadores pudessem apropriar-se da sua própria imagem. A idéia começou a brotar em

1985, quando Lula ganhou uma câmera VHS de três tubos e a doou para o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema. Lula tinha a percepção de que aquele instrumento portava uma grande força de intervenção na luta dos trabalhadores.

No começo de 1986, quase junto com o Plano Cruzado, começou-se a elaborar a proposta da tevê dos trabalhadores. Jair Meneghelli era então presidente do sindicato e estava empolgado com o projeto. Lula achava, naquele momento, que a televisão era um meio extraordinário para ser usado na formação dos trabalhadores. O Meneghelli dimensionava o uso alternativo da câmera de TV como um recurso jamais apropriado pelos trabalhadores para o registro da sua história. Com a presidência

* Integrantes da equipe da TV dos Trabalhadores

do Vicentino à frente do sindicato, deu-se mais um salto. O Vicentino acreditava que a classe trabalhadora tinha o direito de comunicar-se com a sociedade civil: com ele a TVT desenvolveu a estratégia de luta pelas concessões de rádio e televisão. É preciso não se esquecer que as lideranças que despontaram no período das greves do ABC descobriram o poder de manipulação da comunicação a partir dos conflitos que enfrentaram com a imprensa em geral e com a Rede Globo em particular.

A aprovação da criação do projeto da TVT pela diretoria foi fácil. Quem deu o impulso final foi o próprio Plano Cruzado. Tínhamos feito, em 48 horas, um vídeo com o Aloísio Mercadante explicando que o plano era contra o trabalhador. Naquele momento, 93% da "peãozada" aplaudia o governo e se opunha à direção sindical. O vídeo acabou sendo o instrumento mais eficaz de esclarecimento para a categoria. Os diretores, militantes, monitores da escola de formação sindical pegavam uma fita, o guia de debates, os equipamentos de exibição e saíam para as fábricas, reuniões, bairros, com a missão de esclarecer o trabalhador e sua família.

Com os trabalhadores da Mercedes Benz e da Ford, a TVT recebeu um grande impulso de crescimento. Com a participação da Comissão de Fábrica da Mercedes arrecadamos, juntos, mais de 3 mil assinaturas populares para a emenda constitucional que defendia a democratização dos meios de comunicação. Com os operários da Ford, aprendemos a nos defender da polícia do Estado e da polícia das multinacionais; conseguimos entrar dentro da fábrica sob pressão dos trabalhadores, e fomos protegidos por "corredores poloneses" para gravarmos as imagens que interessavam a eles.

Os próprios trabalhadores se encarregaram de apresentar a TVT para a categoria, através da tese sobre televisão discutida durante o V Congresso Metalúrgico, em 1987. A comunicação, a TVT e os direitos dos trabalhadores nessa área foram discutidos amplamente pela categoria, na maioria das fábricas da região.

Ainda em 1987, a TVT ganhou o prêmio Wladimir Herzog de jornalismo pela realização do Tribunal da Terra, apresentado no Congresso Nacional da CUT, no Rio de Janeiro, para quase 5 mil pessoas. Naquele mesmo ano, a TVT preparou a primeira publicidade popular para televisão, que foi ao ar em horário nobre na Rede Globo, depois de muita negociação com a direção da emissora: era uma simples homenagem ao Dia do Trabalhador Rural. Dez entidades ligadas aos direitos humanos, mais a CUT, se cotizaram para pagar a inserção.

Atualmente, existem duas TVTs: uma unidade em São Bernardo, totalmente controlada pelos trabalhadores. Estão na coordenação um dirigente sindical cassado, um trabalhador da Mercedes e uma trabalhadora da Macisa, todos em regime **full time**.

Eles desenvolvem o projeto na base sindical do ABC. A outra unidade está em São Paulo, integrada à Rede de Comunicação dos Trabalhadores, criada em 13 de maio de 1989. Trata-se de uma entidade civil, autofinanciada, fundada por 68 líderes sindicais, populares, intelectuais, artistas, jornalistas e trabalhadores da cultura. A TVT de São Paulo é uma produtora profissional montada com equipamentos **broadcast**, que trabalha prioritariamente voltada para os interesses dos trabalhadores. A proposta da TVT ligada à Rede de Comunicação dos Trabalhadores — RCT — é decidida através do Plano de Trabalho aprovado pelos sócios fundadores. Atualmente, a TVT realiza o programa político eleitoral do Lula para presidente da República.

Propostas metodológicas

A TVT não tem uma proposta metodológica definida. Ainda não estão totalmente claras para nós as possibilidades, as estratégias e táticas de uso do meio. Cada situação exige uma proposta. Às vezes, é possível uma estratégia de antecipação, mas geralmente, como no jornalismo, corremos atrás dos fatos. Diante dessa flexibilidade, traçamos metas: por exemplo, a TVT de São Bernardo persegue a autoformação. Ou seja, que sejam os próprios trabalhadores os sujeitos da comunicação e os protagonistas da ação. Aspiramos que os próprios trabalhadores sejam os responsáveis pela criação, produção, pós-produção e distribuição dos vídeos da categoria. Por isso, no sindicato, a TVT opta pelo processo e não pelo produto.

Na produtora, em São Paulo, a TVT opta pelo produto, intervindo a partir da contribuição dos trabalhadores no processo. O principal objetivo da TVT de São Paulo são os vídeos para formação, os telecuriosos e os documentários sociais realizados com apoio de cineastas, jornalistas e artistas. Em síntese: não temos uma metodologia. Temos distintas estratégias de intervenção na realidade e nos apoiamos no processo de reflexão permanente.

A TVT vive atualmente dois processos distintos e convergentes. Na unidade de São Bernardo, a natureza do projeto e dos atores sociais faz com que ela seja mais militante, ou seja, ela é factual e intervém diretamente no acontecimento, na necessidade emergente, na conjuntura imediata. O nível de solicitações é tão grande que permanentemente a unidade militante está apoiada na ação social e cotidiana dos trabalhadores. A produção, edição e exibição são simultâneas ao processo organizativo da categoria e das suas exigências múltiplas. A realidade cotidiana é tão forte que, geralmente, atropela o processo criativo e o projeto de médio e longo prazo nessa área. O auto-respeito, a autocrítica e uma formação permanente em relação ao uso do meio são condições mínimas para se avançar sempre.

Na nossa experiência, o vídeo militante é aquele que está mais sujeito à ação da conjuntura, à possibilidade de intervenção das lideranças e dos trabalhadores, no bom e no mau sentido. É um vídeo dependente do processo de educação popular e política da classe trabalhadora. É o vídeo mais difícil de ser feito pelo "realizador" e o mais criticado em todos os espaços. É também o menos exigente com qualidade e o mais eficaz, quando atinge os objetivos. É um vídeo que, igual a uma seta, atinge o interesse imediato. Mas, em seguida, torna-se "muito chato". Nessa linha de reflexão, encontra-se a grande maioria das produções que perseguem a conjuntura, de braços dados com as organizações sociais. Melhorar a qualidade dessa produção é um desafio que precisa ser enfrentado já.

A luta pela conquista de uma TV sindical regional: perspectivas e desafios

Nunca pensamos em criar uma TV sindical regional. O mote foi lutar pela democratização da comunicação, pelo direito de acesso e principalmente pelo "direito de comunicar" que, na nossa visão, antecede os direitos anteriores. Na verdade, o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo quer, em primeiro lugar, uma rádio. A TV entrou como parte das discussões que queríamos trazer a público. Entre as possibilidades de concessão, o Estado facilitava para nós o acesso à TV. Não aceitamos, porque era uma trampa com o Congresso Constituinte instalado. Se tivéssemos aceitado teríamos sido os bodes expiatórios da "madrugada

das concessões", quando o presidente Sarney pagou os favores do seu mandato de 5 anos.

Independente disso, nós acreditamos que uma TV sindical não funciona. A TV e o rádio são meios massivos por excelência. No Brasil, as concessões são públicas, embora o controle e o exercício desse poder pertençam prioritariamente à propriedade privada, que investiu pesado na área nos últimos anos. Nesse momento da conjuntura brasileira não acreditamos no uso corporativista da televisão, do rádio. O Vicentinho, presidente do Sindicato, sempre dá o seguinte esclarecimento: "Nós queremos uma rádio que possa competir em qualidade com as que estão aí. E vamos ser os melhores porque nós conhecemos o mundo do trabalhador". Não há ingenuidade nessa frase. Nós sabemos que se trata de um mundo permeado pela ideologia da classe dominante. Uma rádio, ou um projeto dessa natureza, teria que atuar, permanentemente, na transversal da ideologia, mediatizando causa e efeito. Afinal, o trabalhador nordestino que faz greve tem filho que frequenta shopping center, enquanto a esposa continua tão oprimida como a mulher de outras áreas menos urbanas que o ABC. Essa é a nossa realidade.

Quanto às perspectivas de uma TV-UHF, elas existem a partir do Ministério da Educação, que está implantando várias TVs comunitárias nas cidades de interior. Nós acreditamos, entretanto, que a alternativa mais democrática é a TV pública, com direito de acesso às organizações sociais. Mas, para conquistarmos esses direitos, precisamos de consciência, organização e apoio dos partidos políticos progressistas.



Greve Cachorro Louco - maio de 89

Relação com outros produtores de vídeo sindical

A TVT tem tido a preocupação constante de relacionar-se com produtores populares de vídeo em geral.

A área sindical tem sido muito mais "receptora", do que produtora de vídeo. Há mais vídeo sindical produzido por ONGs, do que pelos próprios sindicatos. Nossa avaliação é de que falta vídeo para ajudar os sindicatos do campo e da cidade. Cada vez que tomamos conhecimento da existência de um vídeo sindical, procuramos contatar a instituição para adquirirmos cópia. Tentamos apoiar ou assessorar os sindicatos e as instituições que nos procuram. Na área sindical, trabalhamos muito próximos à TV dos Bancários.

Contribuição do vídeo na luta sindical

A contribuição ainda é pequena, mas começa a tomar corpo. Primeiro, falta do lado dos produtores capacidade de ruptura com o imediatismo, isto é, falta estratégia. Nós da TVT demoramos muito tempo até aprendermos que nem tudo o que é ação política dos trabalhadores tem importância histórica. Depois, tivemos que adquirir força para dizer "não" a um diretor do sindicato. Finalmente, perdemos tempo fazendo coisas que depois não interessavam a ninguém, nem aos próprios trabalhadores. E só enchiam arquivo.

Segundo: a luta sindical se dá principalmente na relação imediata com a conjuntura e nos espaços de formação onde ambas se interagem. Somente há pouco tempo conseguimos formular uma estratégia, apoiada pelas lideranças, para intervir no processo. Na origem dessa percepção está a essência dos objetivos atuais da TVT/RCT.

Terceiro: há problemas de exibição. Por uma questão de prática e outra de concepção, a TVT não teve um carro de exibição entre as suas prioridades. Do lado prático está a nossa incapacidade de transmitir uma mensagem ágil para os trabalhadores metalúrgicos do ABC. De acordo com um estudo que fizemos, só para que os quase 40 mil trabalhadores da Volkswagen pudessem assistir aos vídeos da TVT — a idéia era produzir um vídeo-revista semanal — teríamos que levar em consideração as seguintes questões: como atingir os trabalhadores nas entradas ou saídas diárias dos três turnos; como atingir igualmente aos mensalistas; como fazer com que os 14 mil trabalhadores que saem entre 16h17min e 16h40min pelo mesmo portão sintam-se estimulados a parar para receber a nossa mensagem; como criar o hábito em respeito à teoria da frequência e da repetição em comunicação; como, enfim, atingir igualmente às outras grandes fábricas da região como a Ford, Mercedes, Scania,

Vilares, Brastemp e outras dez grandes além das quase mil fábricas médias e pequenas de São Bernardo e Diadema, municípios que compõem a base territorial do sindicato. Seriam necessários inúmeros carros de exibição para um trabalho consequente.

De outro lado, está a questão da concepção. No nosso caso, nós questionamos "a política como espetáculo televisivo" e achamos que um carro de som é muito mais eficaz enquanto agente de propaganda para as massas.

Há dois meses, entretanto, a diretoria do sindicato aprovou a construção do primeiro carro de exibição da TVT, que vai atuar junto com o fundo de greve. Ou seja, o ônibus Barão de Teffé, que é parte da história dos metalúrgicos do ABC, vai se transformar na TV dos Trabalhadores cultural. Objetivo: divulgar a luta e a cultura dos trabalhadores nos bairros e nas praças, na cidade e no campo. Nós continuamos achando que, salvo em casos excepcionais, o vídeo não é um instrumento eficiente para informar e agitar. Mas achamos que o imediatismo da televisão o é.

A apropriação das lideranças sindicais em relação ao papel da comunicação

As lideranças sindicais que se confrontam mais diretamente com os problemas da comunicação, com o poder que ela exerce sobre os trabalhadores, com a capacidade de manipulação e de formação da opinião pública têm mais clareza no papel da comunicação, na maioria das vezes, do que as lideranças do partido político. Mesmo assim, o caminho pela frente é longo. Muitos líderes se contentam com o dogma leninista de que "informação é poder" e jamais decupam a constituição do poder da informação e o seu caráter antidemocrático: acham que isso é coisa dos técnicos. Outros se autorizam, em nome da objetividade e da necessidade política, a cometer barbaridades no campo da comunicação. Por isso, frequentemente há confusão entre meio e mensagem, entre equipamento e eficácia, entre profissionalidade e competência, entre censura e direitos em geral.

De fato, ainda não conseguimos medir a eficácia do processo de apropriação dos valores e dos bens simbólicos da comunicação para a classe trabalhadora.

Tudo indica que o apoio para a instalação de recursos em comunicação é insuficiente para analisarmos o caráter da apropriação; que o manejo dos meios não parece, em si, capaz de provocar mudanças de concepção em favor da origem de classe; que a propriedade de meios tampouco é condição suficiente para analisarmos ideologia. Estamos numa área de respostas insatisfatórias.

As formas de difusão

É da natureza do projeto da TVT buscar atingir distintos atores sociais e não apenas a base da categoria dos metalúrgicos do ABC.

A TVT de São Bernardo divulga os vídeos para a sua categoria através de um circuito interno dentro do sindicato; de um videocassete instalado na subsede de Diadema; através de um videoclube para os trabalhadores sindicalizados; na Escola de Formação Sindical; dentro de algumas fábricas, cujo espaço de exibição foi uma conquista dos próprios trabalhadores; usando telão para exibições no sindicato e em salões comunitários da região; antes das assembléias da categoria, etc. Por exemplo, no dia 27 de outubro passado, o sindicato convocou toda a categoria para comemorar o aniversário do Lula e o lançamento do vídeo sobre a campanha salarial.

A TVT de São Paulo fez a campanha eleitoral do Lula para a televisão; um vídeo sobre hiperinflação para a CUT Nacional, que o distribuiu entre os sindicatos filiados; um programa para a Pastoral

Operária, distribuído nacionalmente; um telecurso sobre a Amazônia para as escolas de formação sindical; um programa sobre armazéns para a administração popular de São Bernardo etc. Está preparando o primeiro telecurso para ser implantado na formação dos trabalhadores do Instituto Cajamar, um documentário especial sobre violência no campo, e outro sobre a questão da mulher. Todos são para o INCA.

Objetivos da rede de comunicação dos trabalhadores

A RCT pretende atuar em quatro áreas: 1) Vídeo, Televisão e Cinema; 2) Imprensa e Editora; 3) Rádio; 4) Distribuição. Cada uma das áreas terá uma unidade-matriz. A primeira unidade da RCT é a TV dos Trabalhadores, cuja proposta é atuar na área de vídeo, televisão e futuramente cinema. A RCT é um projeto de médio prazo e tem objetivos de caráter comunicacional, educativo, cultural, estudos, pesquisa; e busca a formação de redes locais, regionais e nacional de produção e distribuição de produtos culturais-educativos de interesse dos trabalhadores.

Foto: Parizotti



Trabalhadores assistindo vídeo no circuito interno do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo - SP

A comunicação como mediadora do conhecimento

A utilização do vídeo na área da formação é revelada neste conjunto de experiências com dois enfoques: capacitar (os movimentos sociais) para a produção e utilização do vídeo e capacitar através do vídeo. Estes dois enfoques estão presentes nos relatos da FASE e do Mandacaru, tendo como elemento comum o fato de inscreverem o vídeo no contexto da comunicação como um todo, numa ação integrada de multimeios.

Uma imagem em movimento

A FASE no seu trabalho de educação popular elabora, produz e utiliza diversos recursos pedagógicos, sejam eles impressos ou audiovisuais. A FASE atua em quatro frentes de trabalho: na área urbana, presta assessoria aos movimentos sindicais e de bairros e, na área rural, atua com assalariados e pequenos produtores. Este trabalho é realizado através de 17 equipes localizadas em 11 estados, tendo a coordenação nacional (programa nacional) no Rio de Janeiro.

O conjunto das equipes dispõe da infra-estrutura necessária para a produção de impressos e audiovisuais e esta produção se caracteriza de três formas diferentes: materiais produzidos **para** o movimento, **com** o movimento e **pelo** movimento; ou seja, surgem dentro de um processo de apropriação e produção do conhecimento, na interação reflexão/ação.

Na área específica do vídeo, a FASE inicia sua produção em 1982. Em 1986 a partir de um coletivo de representantes de equipes e do programa nacional é definida uma política de comunicação para o conjunto da FASE. Esta política tem como ponto de partida todo um processo de capacitação interna, além da aquisição de equipamentos. As equipes operam em VHS e o programa nacional em VHS e U-Matic. Há um critério objetivo na opção de equipamentos VHS nas equipes por ser este sistema o mais comum a nível de mercado, assim como pelas características do trabalho das equipes, o qual parte de uma concepção de vídeo-processo, onde a prioridade não é produzir produtos acabados e sim ser um instrumento de reflexão sincrónico à ação.

Esta concepção processual do vídeo permite a sua reelaboração permanente; a sua elaboração, produção e utilização está integrada no trabalho cotidiano de assessoria e acompanhamento direto das equipes. O fato do programa nacional dispor de equipamentos nos dois sistemas possibilita editar de forma articulada produções mais bem acabadas a partir das frentes de trabalho, envolvendo coletivos de equipes, assim como produções elaboradas a partir do programa nacional.

A política de comunicação da FASE tem como proposta metodológica integrar os diversos recursos pedagógicos, o que implica elaborar estes recursos (impressos e audiovisuais) de modo a se complementarem; isto resulta na produção de kits ("pacotes" de vários recursos pedagógicos integrados) cujo conteúdo é definido pelas temáticas diretrizes de cada frente. Estes kits, produzidos sob a coordenação do programa nacional, são, por sua vez, complementados pela produção localizada das equipes a partir das demandas setoriais dos movimentos com os quais trabalham. Por exemplo: na frente urbana de bairros o tema diretriz é "reforma urbana", sobre o qual se produz um kit; este kit se soma à produção específica das equipes, como é o caso de Imperatriz (Maranhão) com saúde, Belém (Pará) com transporte, Fortaleza (Ceará) com saneamento, Rio de Janeiro (RJ) com loteamentos, São Paulo (SP) com mutirões habitacionais, etc.

Fazendo uma retrospectiva da sua produção de vídeo e o seu estágio atual, a FASE comporta duas formas de realização: vídeos-produtos e vídeos-processos; isto significa que as produções da FASE devem ser analisadas a partir destes dois parâmetros e a partir do seu contexto, ou seja, das características de sua intervenção educativa.

Os dois primeiros artigos a seguir resgatam e analisam a experiência com vídeo das equipes de Belém e São Paulo; em ambos os casos transparecem concepções de vídeos-processos. O terceiro e último texto é uma rápida sistematização a respeito da metodologia de capacitação, especificamente do vídeo, utilizada nas equipes; neste artigo está colocada, de forma implícita, a questão da apropriação do conhecimento (no fazer vídeo) nas atividades de formação.

O olhar cotidiano dos bairros

Equipe FASE-Belém

Desde 1968, a FASE vem desenvolvendo em Belém do Pará seu trabalho de educação popular junto à população da periferia urbana e também em diversos setores operários. Para este trabalho, ela tem à sua disposição uma equipe interdisciplinar de tempo integral.

Embora a questão dos recursos pedagógicos no trabalho de educação popular valha tanto para o setor trabalhista como para os bairros periféricos queremos, neste artigo, concentrar-nos mais na experiência desenvolvida junto à população de um bairro periférico de Belém chamado Bengui, bairro este resultado da expansão metropolitana, o que fez com que o mesmo crescesse muito nos últimos 15 anos; hoje, atinge aproximadamente a 120.000 habitantes.

Esta experiência visa, através de um processo formativo e organizativo, construir neste bairro sujeitos coletivos, capazes de defender os direitos fundamentais da população e criar os espaços necessários para a participação crítica de todos na construção da sociedade.

Alguns princípios norteiam este trabalho de formação e organização. O ponto de partida deve ser a objetivação da realidade local e, a partir disso, chegar à análise crítica, buscando alternativas de ação coletiva, isto sem cair em doutrinação e manipulação, procurando construir uma representatividade real em vista dos interesses populares.

A experiência acumulada no tratamento dado aos recursos pedagógicos neste trabalho direto e localizado, e também a necessidade de um intercâmbio nacional viabilizaram-nos a participação em vários encontros específicos de comunicação, entre os quais um realizado em Teixeira de Freitas, no sul da Bahia, em 1983, onde tivemos contato pela primeira vez com o vídeo que, naquele momento, iniciava um processo de integração como mais um instrumento de comunicação popular, vindo preencher uma lacuna no movimento, no que se refere à documentação simultânea de som e imagem, substituindo com vantagem econômica o cinema.

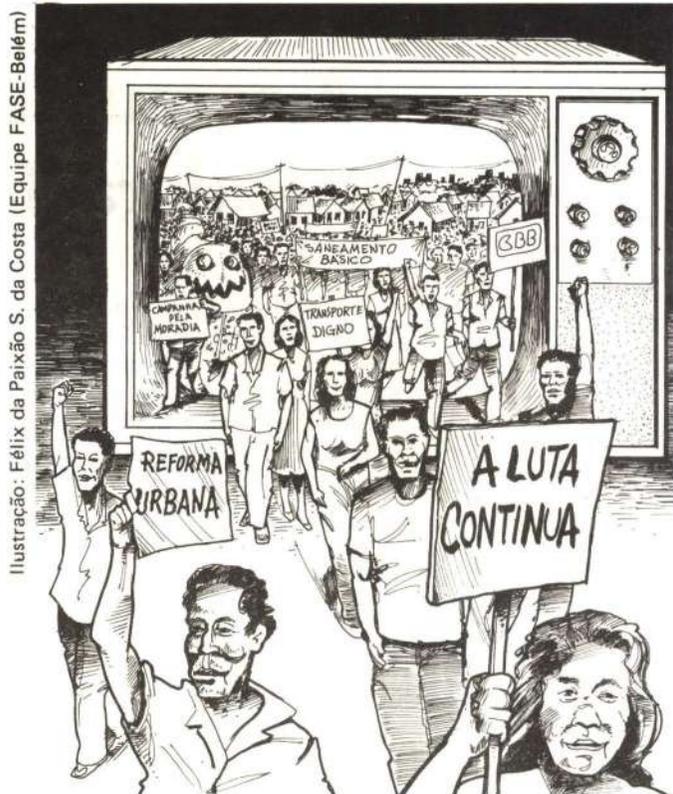


Ilustração: Félix da Paixão S. da Costa (Equipe FASE-Belém)

Após este encontro de comunicação popular em Teixeira de Freitas, passamos a nos interessar ainda mais pelas possibilidades que o vídeo poderia proporcionar ao nosso trabalho, vindo somar forças aos instrumentos pedagógicos que já vínhamos utilizando.

O vídeo, como força expressiva de registro instantâneo, ganhava força no movimento popular.

Pequenas produções dentro do campo do vídeo-produto e vídeo-processo começaram a aparecer estimulando encontros de formação, seminários e congressos em outros estados; a cada participação nesses encontros, companheiros da equipe voltavam cada vez mais convencidos da importância desse instrumento.

As possibilidades do registro instantâneo de som e imagem e a sua devolução imediata, o baixo custo de produção, a quebra do monopólio da imagem televisiva e a oportunidade de operacionalizar, de modo mais prático, o registro histórico do processo de luta do movimento transformaram-se em fatores decisivos para que elegêssemos o vídeo como mais um instrumento pedagógico.

Em 1983, adquirimos nosso primeiro equipamento de vídeo modulado e mais uma câmera, que nos dava condições de iniciar os primeiros registros de um conjunto de acontecimentos na vida e luta do povo do bairro, que hoje identificamos como acervo histórico importante do processo de trabalho desenvolvido na área de atuação da equipe, ou seja, o bairro do Bengui.

Ao iniciarmos as operações com o vídeo, registrávamos a maioria dos eventos relacionados com a conjuntura do movimento popular da época, entre os quais podemos citar como primeiro o "Comício das Diretas", seguindo daí uma série de outros (assembléias reivindicatórias do povo frente a representantes do Estado, inaugurações de conquistas populares, enquetes sobre problemas do bairro, evolução de projetos populares, manifestações culturais com a fantasia coletiva [cobra de pano] passeatas, congressos, audiências e outros), sempre com o objetivo de documentar as decisões geralmente produzidas nestes momentos.

Estes registros eram devolvidos às lideranças e à população envolvida na versão original (matéria bruta) sem ter sofrido um tratamento de edição. Esta forma de devolução imediata possibilitava à comunidade analisar aqueles momentos no seu aspecto global, motivava e despertava o interesse e a participação nos passos seguintes.

O Bengui, como a maioria dos bairros em Belém, possui inúmeros problemas de infra-estrutura, o que levou a população a se organizar por melhores condições de vida através da Associação de Moradores do Bengui (AMOB). Problemas como água imprópria para consumo humano, ausência de drenagem, provocando constantes enchentes no período das chuvas, ruas sem condições de tráfego, falta de mercado, falta de equipamento coletivo de saúde, transporte digno, segurança e outros, transformaram-se em bandeiras de luta, fazendo com que a comunidade participasse ativamente, realimentando o processo de formação e organização em andamento.

Em 1986, no entanto, uma dessas bandeiras iniciou um processo de envolvimento da população, chegando a tomar conta do bairro: foi a luta pelo transporte.

Nós já vínhamos documentando vários momentos dessa reivindicação popular com o novo recurso, o vídeo, através de algumas tomadas mostrando a situação precária de atendimento que a empresa estava oferecendo à população.

Paralelo ao vídeo, realizávamos registros fotográficos para ilustrar eventuais produções gráficas como cartilhas, panfletos e cartazes, bem como possibilitar uma exposição fotográfica permanente sobre o problema no bairro a ser fixada no prédio da associação.

O processo de envolvimento do bairro foi se tornando mágico à medida que a comunidade, ajudada pelo conjunto de recursos pedagógicos empregados, passou a assimilar o peso do problema e a justiça dos passos dados sob a direção da sua associação.

Pelo contato que tínhamos no bairro, percebíamos a necessidade de rever alguns dados impor-

tantes da história, recuperar tentativas anteriores com relação ao transporte. Isso despertou-nos para a formação de uma equipe de trabalho composta por companheiros da coordenação da associação de moradores e membros da equipe.

Este conjunto realizou todo um trabalho com levantamento histórico das dificuldades enfrentadas, dos ganhos e das perdas e também da situação atual de atendimento precário da empresa responsável pelo transporte coletivo no bairro.

Sentimos, pelo levantamento realizado, que a recuperação histórica poderia ser devolvida pelo instrumento vídeo, já que praticamente todas as fases da luta pelo transporte, no passado, tiveram moradores que transmitiram a sua experiência vivida de modo envolvente e até com uma certa revolta. Então, a matéria-prima desse vídeo seria os depoimentos vivos dos moradores, ilustrados por imagens correspondentes a situações e confrontos sofridos já acumulados em nosso arquivo de imagens. Assim, foi produzido um pequeno documentário de sensibilização (VHS) de 30 minutos, em vista de uma assembléia popular da associação — um momento decisivo de reencaminhamento da luta. Pela primeira vez nesse processo foi elaborado, em conjunto com os moradores, um roteiro detalhado para vídeo, assim como a edição e apresentação.

Podemos dizer que este documentário apresentado significou para a assembléia de mais de 400 moradores uma motivação forte para participar dos debates e encaminhamentos.

Por outro lado, a elaboração do roteiro e a edição foram, para o conjunto que participou, um processo de capacitação, sistematização e análise crítica.

É bom registrar que aquela assembléia tomou a pesada decisão de paralisar o transporte coletivo no bairro com todos os riscos de violência, desmoralização da associação pelos meios de comunicação de massa e da repressão.

Esta decisão foi tomada devido ao não cumprimento das promessas feitas pelas autoridades e até pela recusa constante de receber as comissões representativas que se formaram no decorrer desta luta.

A iniciativa de termos filmado já durante prolongado tempo os eventos importantes no bairro havia possibilitado ter no arquivo imagens de grande força, as quais foram inseridas no documentário acima mencionado.

O resultado positivo da primeira produção realizada neste processo de luta fez com que o conjunto da direção da associação, com o apoio da

assembléia, solicitasse a continuação do registro dos acontecimentos nas próximas fases de luta e o trabalho de sistematização e devolução quase imediata em função do movimento.

Assim, foram produzidos mais dois documentários que receberam os seguintes títulos: "A luta pelo transporte — o dia em que o Bengui parou" e "A luta pelo transporte — a resposta do Estado".

Esses documentários, à medida que iam sendo produzidos em função do desenvolvimento da luta pelo transporte, foram se incorporando a uma política de comunicação discutida para o bairro que envolveu a produção gráfica (faixas, panfletos, o jornal da associação **O Bengola**, cartazes), exposição fotográfica e atividades sonoras, como a utilização do carro de som percorrendo o bairro veiculando pequenas matérias em forma de rádio-teatro.

O vídeo fazia parte deste conjunto com projeções noturnas nas esquinas de ruas, estrategicamente escolhidas, seguidas de debates com os populares.

Sem dúvida, a experiência da produção dos três vídeos sobre o transporte do bairro do Bengui foi de extrema importância. A participação da população como atores naturais do processo foi decisiva para o exercício de algumas práticas significativas para produções futuras no campo da comunicação, de forma conjunta dentro de um processo de formação e organização popular.

O levantamento histórico, a produção de cada roteiro, instalação e manuseio de parte do equipamento como som e iluminação, os exercícios do modo de falar diante da câmera foram atividades vivenciadas dentro das limitações naturais junto às lideranças.

Além disso, os documentários produzidos no decorrer desse processo, hoje servem não somente de acervo histórico para o bairro do Bengui mas também de intercâmbio de experiência para outros bairros que partem para a luta objetivando a conquista de seus direitos.

Para nós que perseguimos e utilizamos o vídeo-processo que vem se caracterizando como instrumento extremamente ligado à luta do povo, achamos que especialmente quando não existem estações de TV ideologicamente voltadas para as classes oprimidas, possibilitando uma maior democratização com os movimentos, o vídeo será um estágio importante no aperfeiçoamento para esta meta.

O nosso objetivo é contribuir para o desenvolvimento deste estágio e de modo progressivo socializar os métodos de produção.

Achamos ainda uma limitação: a equipe de trabalho que participou mais de perto da execução

dos vídeos não realizou as próprias filmagens, reflexo ainda da falta de domínio dos equipamentos, o que, acreditamos, desaparecerá à medida que vai se popularizando.

Essa popularização já começa a ser sentida no bairro no que se refere a equipamento para reprodução de fitas de vídeo.

O trabalho com vídeo continua incorporado à dinâmica de nossa equipe de educação popular como um dos instrumentos pedagógicos empregados no processo de formação e organização, especialmente no sentido de vídeo-processo como tentamos descrever acima.

Além disso, atenta-se também para uma certa produção de vídeo de maior elaboração, abordando questões da realidade local, regional e nacional, que significa uma maior sistematização em volta de alguns problemas-chave, necessários ao trabalho de formação e que exigem um aprofundamento maior.

Não podemos dispensar o vídeo no trabalho de educação popular pela sua versatilidade no processo pedagógico, mesmo nas produções amadoras que estamos levando, preocupado com o aprimoramento prático e capacitação permanente tanto na produção como na reprodução.

Foto: Equipe FASE-Belem



Exibição de vídeos nas ruas dos bairros de Belém

A equipe FASE/SP realiza o trabalho de assessoria junto aos movimentos de moradia, ajuda mútua e autogestão da zona sul de São Paulo desde 1984. Estes movimentos trabalham na construção de casas através de mutirões¹ e surgiram nos movimentos de favelas em 1978 como reação contra a política de desfavelamento.

A assessoria da FASE a estes movimentos se desenvolve tanto no aspecto formativo quanto organizativo no sentido de articular as demandas imediatas existentes na luta cotidiana dos movimentos com a questão urbana como um todo. A elaboração, produção e utilização de recursos pedagógicos, assim como o acompanhamento e assessoria nos diversos meios de comunicação existentes no interior do movimento são atividades essenciais no trabalho educativo.

Este texto pretende, numa análise cronológica, resgatar a experiência do vídeo inserida no contexto da luta dos mutirões habitacionais.

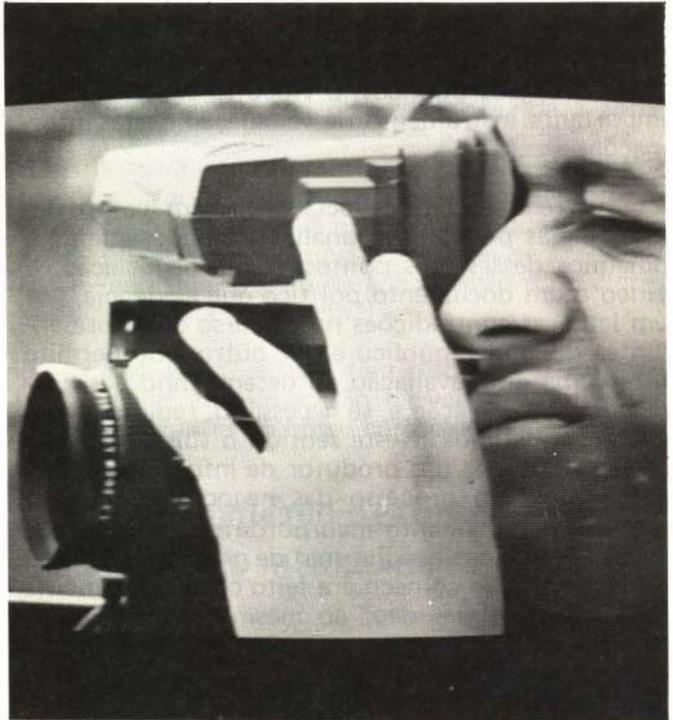
O mutirão, embora seja um movimento de bairro, tem uma característica fabril na ação de construir coletivamente as casas. O seu cotidiano é uma imensa fábrica envolvendo o conjunto da base do movimento. As relações internas são estabelecidas democraticamente, alterando a noção de poder numa noção de responsabilidade coletiva. Todo o processo de negociação (e confronto) com o governo é discutido e deliberado em assembleias. O processo da luta é literalmente concreto: as vitórias e derrotas são visíveis no projeto urbano do bairro que vai se formando.

O vídeo, da mesma forma que o mutirão, se constitui num processo de trabalho em permanente reelaboração. A sua utilização é sincrônica à ação registrada. O elemento gerador do vídeo é a sua função, a qual determina o grau de elaboração prévia, assim como a necessidade de edição na própria filmagem (montagem na câmera). A reelaboração permanente do material caracteriza a edição como um processo semelhante à memória, indo do quantitativo para o qualitativo, sintetizando e recombinando o conteúdo.

O ponto de partida para incorporar o vídeo no trabalho de assessoria junto aos movimentos é o registro e sistematização da reflexão oral, desde as lideranças com um discurso mais articulado até as bases expressando opiniões, depoimentos, etc. No vídeo esta reflexão é integrada à ação, a qual se desenvolve em dois níveis: interno, na construção

das casas, e externo, na relação com o Estado e com os outros movimentos. A primeira necessidade do vídeo é portanto registrar a riqueza deste cotidiano e resgatar o conjunto das suas relações internas. Esta inserção acabou gerando diversas formas de utilização do vídeo. Nas primeiras exibições a atenção dos mutirantes se concentrava no "espelho", ou seja, no fascínio de se ver na televisão sem se preocupar com qualquer conteúdo implícito.

Foto: Marcelo Riani Marques



Curso de vídeo para os mutirantes de São Paulo

Para eles num primeiro momento a informação estava na imagem e não no som. Aos poucos, com a familiarização do meio, o vídeo foi se tornando uma espécie de "mural" de informações e opiniões. Os mutirantes através de depoimentos e entrevistas² expressavam críticas ou propostas que eram divulgadas e discutidas nas exibições. É interessante observar que a reação geral durante a exibição é de intervir na hora comentando a informação. Isto transforma a relação emissor/meio/receptor numa relação de interlocutores. O vídeo passa a fazer parte do debate podendo interromper a exibição e retomá-la depois.

A questão da apropriação da informação e do meio (veículo de comunicação) se dá aqui de forma diferente da televisão (relação emissor/receptor). A relação entre interlocutores se efetua na exibição em pequenos grupos, atuando inclusive como estimulador num debate coletivo. Esta integração do vídeo com o movimento ocorre, em primeiro lugar,

¹ Ver revista **Proposta** nº 35 "Mutirões habitacionais: da casa à cidadania" — Setembro, 1987.

² Estas entrevistas eram feitas pelo próprio movimento, seja na reação espontânea de um grupo diante da câmera onde algumas pessoas mais descontraídas assumem o papel do entrevistador, seja em entrevistas planejadas em conjunto com as lideranças onde elas seguem o roteiro estabelecido previamente.

porque o receptor (mutirantes) é ao mesmo tempo o sujeito da ação e, em segundo lugar, porque, na exibição, o "público" interfere ativamente comentando a informação. Este ritual de intervenção do vídeo (diferente do ritual solene do cinema ou teatro) é na verdade uma herança da televisão (a televisão não é um palco como o cinema ou o teatro; na televisão o verdadeiro palco é a platéia; a televisão é um objeto doméstico de cena).

Num segundo momento, e a partir da problemática central do movimento que era a negociação com os órgãos públicos, o vídeo se constitui num importante instrumento de veiculação destas informações.

O registro das negociações assim como das assembléias possibilitou analisar cuidadosamente a dinâmica desses dois pontos: numa negociação, o vídeo é um documento político que evidencia, por um lado, as contradições no discurso dos representantes do poder público e por outro lado permite fazer uma auto-avaliação do desempenho das lideranças na negociação e, se necessário, redirecionar a estratégia definida. Neste sentido o sujeito da ação coletiva se torna um produtor de informação. Desde o início do processo das negociações com o governo o movimento incorporou o costume (que nasceu com o cacique Juruna) de gravar as falas dos governantes. No começo era feito clandestinamente e depois com o vídeo, ao mesmo tempo que se tornava uma ação mais ostensiva, se "confundia" com a imprensa (TVs).

Nas assembléias os registros em vídeo permitiram avaliar o grau de assimilação da base em relação às informações transmitidas pelas lideranças e alterar a sua dinâmica formando grupos de discussão, antes das plenárias, para encaminhamento e votação das propostas.

Em 1985 a coordenação dos mutirões adquire uma câmera de vídeo VHS e se inicia um processo de capacitação onde cada mutirão designa duas pessoas para serem responsáveis pelo vídeo. Cada dupla é portanto uma equipe composta por um câmera e um entrevistador (a capacitação possibilitava o revezamento das funções). Além de assimilar o manejo do equipamento, a capacitação consistia, através de discussões, da apropriação da linguagem audiovisual e da construção de uma linguagem própria a partir do contexto e da função do vídeo no interior do movimento. É interessante observar que a capacitação em vídeo neste contexto altera substancialmente a metodologia dos cursos deixando de lado a sala de aula para se inserir no acompanhamento e assessoria permanente. Os conceitos e valores também são alterados: os gêneros de ficção e documentário se misturam no próprio cotidiano diferenciando apenas o registro da ação direta da reconstituição de uma ação com planejamento prévio. A grande diferença se dá na opção eventual entre uma "filmagem na ordem" (montagem na

câmera) e outra editada posteriormente. No efeito multiplicador da capacitação (os primeiros participantes dos cursos capacitando outros) conceitos de enquadramento tais como **close**, plano médio, plano geral, etc. se transformam em rosto, peito, etc., mantendo o seu significado.

O período mais difícil na relação do movimento com o governo se deu em abril de 1986 com o decreto do prefeito Jânio Quadros proibindo os mutirões e entregando-os às empreiteiras privadas. A coordenação discute a necessidade de articular todo o movimento a nível do município e começa a fazer contatos com os mutirões da zona leste e norte. O vídeo foi um instrumento auxiliar neste processo de articulação, registrando cada um dos mutirões, suas técnicas de construção, o histórico e propostas de luta, resultando num fator de identificação e de estímulo ao intercâmbio de experiências, além de ser o registro da memória destes diversos grupos. Historicamente, as primeiras discussões sobre a alternativa de construção através de mutirões se deram a partir da exibição de um vídeo sobre a experiência das cooperativas habitacionais do Uruguai (representantes destas cooperativas estiveram presentes no I Encontro dos Movimentos de Moradia em 1984).

Se no aspecto organizativo a função do vídeo se concentrava na relação com o Estado, no aspecto formativo a prioridade se dava na questão técnica da construção. O acompanhamento e a assessoria de arquitetos (independentes ou aglutinados no núcleo de habitação, originalmente da Faculdade de Belas Artes e posteriormente na Unicamp) possibilitaram a criação de modelos alternativos de construção, reforçando as reivindicações e propostas do movimento perante o Estado. A alteração do modelo convencional de construção exigia um processo de capacitação da base do movimento do novo modelo proposto. Foi feito um vídeo (com montagem na câmera) onde o arquiteto explicava no próprio canteiro de obras todo o processo de construção. Este vídeo foi exibido diversas vezes como auxiliar à explicação (com gráficos e plantas) dos arquitetos permitindo ao mutirante visualizar a técnica construtiva de forma concreta ao invés de conceitos abstratos num primeiro contato com a linguagem arquitetônica.

Se por um lado existiram avanços importantes na relação do vídeo com o movimento, por outro lado a apropriação do vídeo pelos movimentos comportava conflitos e dificuldades. As contradições inerentes a qualquer processo devem ser enfrentadas como um elemento estimulador ao debate e à reflexão coletiva.

A apropriação do vídeo pelos movimentos levanta algumas questões a serem aprofundadas.

A primeira diz respeito à caracterização do movimento; uma associação de moradores num

bairro já constituído, assim como um sindicato (os quais já são bastante diferenciados entre si) comportam uma base social consolidada. O seu aparelho administrativo permite uma distribuição de tarefas e responsabilidades mais racional; um movimento como o dos mutirões é um movimento (bairro) em construção e a sua ação polariza ou concentra todos os esforços. A sua dinâmica determina uma função definida não deixando espaços que permitam um desenvolvimento mais diversificado e ao mesmo tempo autônomo em relação ao vídeo. A apropriação da rádio popular, por exemplo, se deu num mutirão já construído (e portanto um bairro) com uma base social consolidada e onde segmentos sociais configuram grupos de interesse como, no caso, grupos de jovens os quais assumem essa tarefa. Neste caso o fato da rádio ter sido assumida pelo grupo de jovens implica numa forma de apropriação com um tipo de linguagem própria.

A segunda questão diz respeito à caracterização do veículo de comunicação. Tomando como referência um grupo de jovens, a apropriação do vídeo é diferente da apropriação no teatro ou na rádio popular. Isto envolve desde a operacionalização do vídeo e linguagem até a função e ritual de exibição, assim como formas diferenciadas de participação, da produção e coletivização da mensagem, etc.

A terceira questão é a caracterização da própria forma de apropriação. Existe uma diferença radical entre a apropriação coletiva e participativa e a apropriação como controle e poder da informação (e/ou do saber). Este antagonismo não pode ser localizado de forma simplista no confronto movimentos populares/monopólios do capital. Esta contradição é passível de existir no interior dos movimentos a partir da postura egocêntrica de uma ou

outra liderança. É necessário resgatar permanentemente qual é o sentido e o objetivo na apropriação de cada meio. Neste processo é fundamental pesquisar o potencial do meio (no caso vídeo) de modo que evite subestimar as suas possibilidades relegando-o a um mero documento de arquivo. A essência do vídeo-processo é resgatar de forma permanente a dinâmica da reflexão oral presente em cada um dos sujeitos sociais através das suas diversas formas de manifestação. Neste ponto o vídeo interage com os outros meios (rádio, teatro, jornal, etc.).

A última questão diz respeito ainda à apropriação na relação do vídeo com a televisão: qual o grau de autonomia (enquanto expressão de classe) na construção da linguagem; qual o grau de interferência da televisão neste processo; até que ponto se limita ou se critica a linguagem televisiva? (e por outro lado qual o grau de apropriação dos valores implícitos nesta linguagem?).

Estas questões não têm respostas definitivas ou verdades absolutas; são na verdade elementos críticos presentes no nosso cotidiano.

Percepção, reflexão e expressão: uma discussão metodológica

Setor Audiovisual-FASE

O objetivo deste texto é sistematizar a metodologia utilizada na capacitação das equipes da FASE na área de comunicação (meios impressos, audiovisuais e subsídios metodológicos*) e especificamente do vídeo.

Esta capacitação parte de alguns pressupostos: em primeiro lugar, consideramos fundamental realizar cursos equipe por equipe ao invés de selecionar um técnico de cada equipe (eleito responsável pela área de comunicação) e utilizar um método padronizado para o conjunto. Isto quer dizer que privilegamos o contexto da realidade local em que cada equipe se situa, a caracterização dos movimentos e a relação de assessoria que a equipe efetua. O curso se inicia com a seguinte pergunta: de que forma são elaborados, produzidos e utilizados os diversos recursos pedagógicos em relação ao movimento? (o perfil dos destinatários define quais os instrumentos privilegiados, qual a linguagem e a simbologia empregadas, o grau de densidade do conteúdo, etc.). Nesta caracterização são resgatadas as diversas formas de manifestação cultural presentes no interior dos movimentos em cada uma das regiões do Brasil. O mapeamento destas manifestações da cultura popular são posteriormente socializadas para o conjunto das equipes de modo a ampliar o seu repertório instrumental.



Gravação de uma passeata dos mutirões pela Equipe FASE-SP

* Como por exemplo: transparências, álbum seriado, quadro-negro, dinâmicas de grupo, etc.

Os cursos, portanto, se adaptam às problemáticas da realidade local e a apropriação do conhecimento técnico da linguagem na comunicação se dá na aplicação de forma concreta no trabalho educativo. Os participantes dos cursos não são meros receptores de fórmulas prontas e sim interlocutores numa discussão, criando formas participativas de comunicação e construindo processos educativos mais conseqüentes.

Em segundo lugar é discutida a função de cada recurso pedagógico, seja no aspecto organizativo, seja na formação. No aspecto organizativo predominam as diversas formas de comunicação presentes no interior dos movimentos (como um instrumento de luta-mobilização, informação, etc. — ou, como já foi citado, através das manifestações da cultura popular). Nas atividades de formação, as discussões se concentram no papel do educador e no processo de apropriação e produção de conhecimento.

Toda atividade de formação tem por objetivo, na essência da sua estratégia, o efeito multiplicador que desencadeia (o participante do curso se constitui num formador e este formador, por sua vez, forma novos formadores e assim por diante). Este efeito multiplicador é conseqüência direta do grau (e da forma) de apropriação do conhecimento. Isto implica em que este futuro formador desenvolva um processo de reflexão a partir da realidade e que, por outro lado, esteja instrumentalizado, ou seja, que tenha os recursos pedagógicos indispensáveis para desenvolver o processo de transmissão e apropriação do conhecimento.

A comunicação, como elemento mediador no processo de apropriação do conhecimento, se efetua através de duas formas de relação: a primeira é na relação EMISSOR ^{meio} → RECEPTOR; a segunda é na relação INTERLOCUTOR ← ^{meio} INTERLOCUTOR. A indicação da seta nas duas formas de relação é reveladora: na primeira o receptor é passivo; está impossibilitado de contestar a emissão e a sua reação está portanto condicionada pelo emissor e, em princípio, se limita a **entender** (um estágio anterior a **conhecer**); na relação entre interlocutores os dois pólos são emissores/receptores e é portanto uma relação de intercâmbio; é interessante observar que esta relação comporta o conflito (de opiniões) ou, visto de outra forma, a contradição que é o princípio da dialética (se estabelece aqui uma relação entre a reflexão coletiva e o pensamento dialético). Na relação emissor/receptor os conflitos e contradições inerentes ao processo reflexivo tendem a se diluir na “coerência” do discurso (e interpretação) do emissor.

Um exemplo que ilustra como se efetua o processo de transmissão e apropriação do conhecimento se dá na produção de impressos no trabalho direto das equipes, onde existem três tipos de produção em relação ao movimento (para, com e pelo mov.); transpondo este exemplo para a metodologia de um curso de formação se constata que geralmente os materiais são elaborados pelo educador **para** os participantes e as dinâmicas participativas visam somente à constatação, por parte do educador, do **entendimento** dos participantes em relação à informação transmitida; é necessário, portanto, que nos cursos de formação sejam elaborados e produzidos também materiais **com** e **pelos** participantes. Estas três formas representam o processo de **percepção** (entendimento), **reflexão** (conhecimento) e **expressão** (sistematização), necessários na apropriação do conhecimento. Por outro lado, se o objetivo da formação visa seu efeito multiplicador, estas três formas deveriam estar integradas no sentido de constituir o instrumental (recursos pedagógicos) do futuro formador.

Na questão da apropriação do conhecimento é importante compreender a **consciência como processo de distanciamento**¹. Partindo, enquanto metodologia, da relação prática/teoria/prática; isto é, partir da apreensão da realidade (demandas imediatas) para, refletindo coletivamente, atingir a noção da totalidade (teoria) e depois compreender o processo de mediação necessário (práxis), significa que a consciência se desenvolve (ou se configura) na medida em que o sujeito, envolvido na própria ação, se distancia dela para compreendê-la.

Outro exemplo na área de comunicação que ilustra a diferença entre **entender** e **conhecer** (e conseqüentemente o processo da consciência) se dá nos meios audiovisuais; de um lado, a televisão comercial (com um esquema de produção de complexo industrial) e, de outro lado, o vídeo como recurso pedagógico no trabalho direto (mais especificamente o vídeo-processo), de produção artesanal. A televisão é o melhor exemplo da relação emissor → receptor: uma emissora transmite uma programação de forma massiva (audiência de milhões de telespectadores) e ao mesmo tempo isolada (receptores individuais ou familiares o que é o mesmo em termos do conjunto da audiência); a televisão invade e ocupa o espaço lúdico da maioria da população (durante o dia se destina às crianças e à noite, no período de descanso, aos adultos); a informação transmitida é pulverizada e o conteúdo é pontual (por um lado explora a diversidade = diversidade sem aprofundar nenhum conceito, e por outro lado é factual, valorizando o instante, o presente,

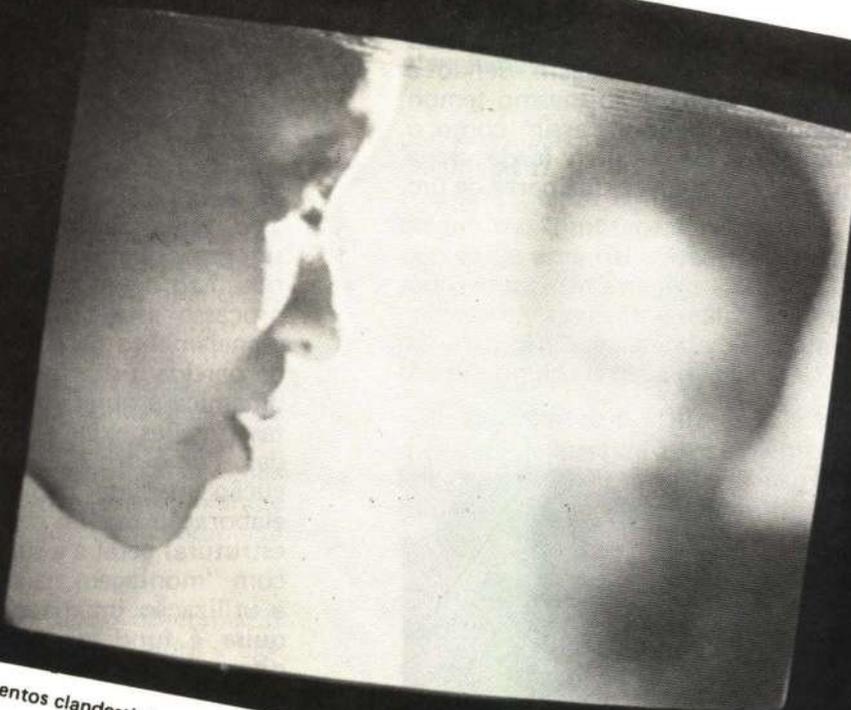
¹ Bertolt Brecht — “O teatro dialético”: Brecht utiliza o “estranhamento” ou distanciamento como estrutura dramática no teatro; relaciona o universo diegético (ficcional) ao universo próprio perceptivo (da própria realidade). Brecht tinha uma concepção de teatro político onde, no começo de uma peça, caracteriza os personagens e configura um conflito (“plot” ou núcleo de ação dramática), geralmente de classes; neste momento interrompe a trama ficcional e estabelece um diálogo com a platéia no sentido de discutir o conflito; após a discussão, retoma a trama.

sem remeter à causa); o receptor procura (é a sua vontade) o entretenimento, ou seja, o entendimento sem ter que pensar (está descansando). A manipulação da linguagem se evidencia na análise destes diversos fatores apontados: a) o emissor detém o poder do discurso e o receptor é passivo; b) na aparência (e oferta) de entretenimento traz incorporada na sua trama toda uma concepção e condicionamento ideológicos (enaltecendo o indivíduo e aprofundando o isolacionismo do receptor). A televisão consegue despejar continuamente uma quantidade de informações (inclusive "visualizando" diariamente uma noção do planeta) sem que, propositalmente, se consiga ultrapassar o nível superficial de **entender** um número de fatos pulverizados sem atingir o nível de **conhecer**; isto é, pensar o conjunto de fatos assimilados, tanto de forma **sin-crônica** relacionando as diversas informações, assim como de forma **diacrônica**, incorporando essas diversas informações numa visão mais ampla ou teórica. Ao contrário da televisão, o vídeo educativo, e mais especificamente o vídeo-processo, estabelece uma relação interlocutor ← → interlocutor: o destinatário é o sujeito (e não o objeto) tanto na produção quanto na exibição/utilização, assim como a reelaboração permanente é o próprio processo de reflexão coletiva; desta forma resgata a expressão oral (no interior dos movimentos sociais a reflexão — individual ou coletiva — se veicula de forma oral;

a forma escrita é utilizada apenas para informar); o vídeo-processo sendo um instrumento-meio e não um objetivo-fim não pretende ser um produto acabado e sim um processo em permanente reelaboração. Tudo isto possibilita ao educador no trabalho integrado de ação e reflexão em conjunto com o movimento (a reelaboração é produto da auto-avaliação e do enfrentamento dos conflitos e contradições redirecionando a prática, ou seja, realizando as mediações do processo histórico). Ao invés da televisão, que privilegia o fato, o vídeo-processo deve ter por objetivo resgatar o processo de apropriação do conhecimento: registrar e sistematizar o processo histórico de um determinado movimento mostrando a evolução da reflexão coletiva. A reelaboração não impede que, após um determinado período, a sistematização configure um produto "acabado" (embora o processo continue); o efeito multiplicador deste "produto", ao invés de um documentário descritivo (sobre o mesmo movimento) é que, de fato, representa o processo real do movimento (incluindo as contradições).

Os recursos pedagógicos devem se diferenciar dos mediadores de informação (como é o caso da televisão) para ser mediadores de conhecimento. A verdadeira reflexão coletiva, num curso de formação, enfrenta as contradições e se reformula em

Foto: Marcelo Riani Marques



Cena do vídeo sobre loteamentos clandestinos

cada situação ou contexto ao invés da tendência inercial da "mecanização" das dinâmicas provocada pela contínua repetição de um mesmo curso. A relação interlocutor \leftrightarrow interlocutor não se resolve na aplicação mecânica de técnicas participativas e sim na concepção que o educador tem em relação ao processo de apropriação do conhecimento.

A comunicação se insere de duas formas distintas no contexto da educação popular: no papel do educador e no interior dos movimentos sociais (onde ao mesmo tempo é um instrumento numa estratégia de luta e, por outro lado, formas de manifestação da cultura popular). No papel do educador a comunicação é também um elemento mediador entre os aspectos formativo e organizativo. Estes dois aspectos devem ser compreendidos de forma integrada ao se analisar três pontos básicos: a **transparência**, a **sistematização** e a **circulação** da mensagem. Da mesma forma que foi analisada a diferença entre entender e conhecer (reflexão+ consciência) deve ser realçada a diferença entre conhecer e expressar. Assim como o fato de entender algo não significa conhecê-lo, para conseguir expressar algo é necessário, além de conhecer, sistematizar este conhecimento; isto é, ordená-lo. É por isso que, nos cursos de capacitação em comunicação, o processo de elaboração dos recursos pedagógicos é colocado como um processo analítico (de um tema em questão). Assim como é necessário sistematizar o conhecimento para poder expressá-lo, é preciso também traduzi-lo numa linguagem apropriada aos destinatários; a **transparência** da mensagem, portanto, diz respeito à elaboração do conteúdo para obter uma leitura e assimilação mais nítida. A **sistematização** da mensagem, sendo a organização do conhecimento, é ao mesmo tempo o planejamento global do método, assim como o seu processo de memória ou arquivo (cada etapa tem um valor em si e, por sua vez, faz parte de um

todo cada vez mais amplo). A **circulação** da mensagem define qual a irradiação (ou efeito multiplicador).

No interior dos movimentos sociais a eficiência da comunicação (enquanto instrumento numa estratégia de luta) é consequência tanto da clareza da mensagem elaborada quanto do investimento empregado na sua circulação. Isto quer dizer que o trabalho de educação popular não se esgota na simples produção de materiais e sim na sua utilização junto aos movimentos, no trabalho educativo a partir do material produzido.

Na capacitação específica do vídeo é estabelecida em todas suas etapas (elaboração, produção e utilização) um paralelismo entre o vídeo-produto e o vídeo-processo. Como subsídio dos cursos foi elaborada uma apostila ("O vídeo e a educação popular"), a qual é utilizada antes dos cursos como leitura prévia, durante os cursos como referência em cada etapa ou capítulo desenvolvidos e depois dos cursos como material de consulta.

A seguir será feito um maior detalhamento na etapa da elaboração com o objetivo de ilustrar, na questão da apropriação e produção de conhecimento, um método de análise e construção de uma idéia temática.

A primeira etapa, da elaboração, comporta o roteiro e o planejamento (ou plano de produção). O roteiro (tanto no vídeo-produto quanto no vídeo-processo) tem a concepção de um processo analítico de elaboração; a diferença se dá no fato de que o produto é imediato e o processo é a longo prazo, embora os dois, na sua realização, devem constituir um processo educativo (ou de reflexão analítica da sua própria realidade). O procedimento da elaboração do roteiro se desenvolve em 5 partes: 1) o **tema** define a idéia geral (uma espécie de sinopse), qual a "mensagem" central a ser transmitida, isto delimita o seu corte analítico. No vídeo-processo esta primeira etapa está voltada para o planejamento geral do trabalho e tem como ponto de partida a sua função; isto é, o tipo de atividade, dinâmica e objetivo que se propõe. Cada uma destas funções exige formas de elaboração diferenciadas. Por outro lado, o vídeo-processo, na sua execução imediata, não comporta roteiros com grande elaboração prévia: basta definir o seu esquema (ou estrutura) geral e a sua realização geralmente é feita com "montagem na câmera", pois o seu objetivo é a utilização imediata, sincrônica à ação. 2) A **pesquisa** é fundamental nos dois tipos de vídeo; a diferença se dá na sua concepção: no produto ela se completa na própria delimitação do tema (corte analítico), no processo ela é dinâmica, sincrônica à evolução dos fatos; em suma é semelhante ao processo da memória, indo do quantitativo para o qualitativo e cruzando os diversos elementos circunstanciais. 3) O **argumento** desdobra a idéia ou tema central nos seus diversos subtemas; é feito



Curso de vídeo na equipe FASE-Fortaleza



Curso de vídeo na Equipe FASE-Imperatriz

então um quadro sinóptico com o desenvolvimento de cada um destes subtemas e, na etapa seguinte, 4) a **trama**, os diversos subtemas são interligados constituindo o eixo narrativo. O final de um período definido num vídeo-processo pode comportar diversos "eixos narrativos" implícitos no próprio processo interno do movimento; cabe definir aqui quais destes eixos foram definidos previamente no planejamento geral e quais surgiram naturalmente no decorrer do processo. Esta análise já é uma avaliação do processo nesse período. No final desta etapa, no vídeo-produto, é feito um gráfico da dinâmica (ou do "ritmo") da estrutura da trama, onde se definem os "picos dramáticos" e as "respirações" (conteúdos com maior ou menor densidade informacional) e, finalmente 5) a **estrutura**, também chamada de **script** onde são definidas as cenas (planos), seqüências e partes (como foi citado antes o vídeo-processo, mais do que um **script**, comporta esquemas de produção).

Cabe observar que, no contexto do trabalho de educação popular, o roteiro nem sempre é elaborado previamente; freqüentemente é realizado depois das filmagens (muitos documentaristas preferem esta forma); o que é indispensável nestes dois procedimentos é ter clareza na idéia ou mensagem que quer ser transmitida e o método exposto é uma referência para facilitar a sistematização e elaboração a partir de um tema predeterminado.

O planejamento diz respeito, no vídeo-produto, ao plano de produção; no vídeo-processo o planejamento está integrado na própria elaboração.

A segunda etapa, da produção, comporta três partes (subseqüentes): a filmagem, o arquivo (e a decupagem) e a edição. No caso do vídeo-processo, freqüentemente a filmagem e a edição estão integradas na "montagem na câmera" na medida em que exige uma utilização imediata; quando o resultado desta "montagem" é mais longo do que o necessário, a edição é realizada na própria dinâmica da exibição (avançando rapidamente a fita e/ou fixando imagens mais relevantes).

Em relação à utilização, já foi colocado que é o ponto de partida ou elemento gerador da idéia. Por outro lado, a utilização não se resume à exibição; o vídeo comporta múltiplas funções e cada uma destas funções tem uma concepção bastante diferenciada, como é o caso da utilização do vídeo numa dinâmica de grupo com câmera "aberta".

A essência do objetivo do vídeo-processo está na sua utilização, isto é, se inserir no interior do processo dos movimentos e ser um instrumento de reflexão atuante, instigador.

Uma das diferenças básicas entre um movimento social realmente de massas e outro restrito a alguns militantes está na plena utilização — ou não — dos recursos da comunicação.

Mandacaru: um projeto audiovisual

Entrevista

Entrevista concedida por Alfredo Alves, ex-Coordenador do Projeto Mandacaru, Piauí, a Alberto López Mejía e Mabel de Faria Melo (participou da entrevista Cleide Afonso, do CETA-IBASE).

Proposta: Acho que seria interessante começar contando um pouco como é que você começou, a tua relação com a comunicação, a tua própria formação, a forma que você começou a trabalhar com comunicação . . .

Alfredo: Na verdade a minha formação na área de comunicação foi desde os 15 anos. Eu fazia audiovisual como **hobby** e como passatempo nas férias. Fui editor do jornal do colégio, Colégio Objetivo.

De fato a minha formação universitária é outra. Eu comecei a fazer um curso de Economia, que larguei pelo meio do caminho. Mas na prática, toda a minha formação vinha sendo nessa linha. Tem uma parte meio escura da minha vida: eu trabalhei um pouco na televisão, na TV Tupi, TV Excelsior, eu era modelo fotográfico, fazia comerciais, e vivia na época da chegada do vídeo ao Brasil.

Toda essa minha formação, um pouco veio me dar um instrumental mínimo pra eu trabalhar no projeto audiovisual. O projeto audiovisual é o seguinte: um padre, que eu considero uma pessoa com uma visão bastante aguda nessa área de comunicação, foi trabalhar no começo dos anos 80 em Teixeira de Freitas. Padre Jeff. Ele foi o fundador da ASSESSOAR, no Paraná, e foi convidado a trabalhar no sul da Bahia, para desenvolver um trabalho pastoral de incentivo de lideranças sindicais, de oposição sindical, enfim, todo um trabalho pastoral voltado pra área de sindicalismo e pra área de pescadores também. E quando o padre Jeff chegou lá na Bahia, ele se deparou com um problema: aquela experiência que ele tinha no Paraná, que era a formação através de cadernos, boletins, essas coisas, não dava resultado na Bahia, pelo grande índice de analfabetismo que tinha lá. Então ele começou a fazer algumas experiências, a ver que o audiovisual poderia ser uma saída. Ele conseguiu recursos, botou no papel o que era o embrião do projeto audiovisual de Teixeira de Freitas, que tinha como política inicial exibir o material em apoio ao trabalho pastoral, ao trabalho sindical que existia na área.

A idéia básica era ter um carro bem equipado para a exibição do audiovisual, ter um acervo bom onde o pessoal — liderança sindical, liderança comunitária e os próprios agentes pastorais da Diocese — podiam solicitar os serviços desse centro. E o pessoal desse centro iria exibir material nas comunidades para animar uma discussão. Mas sem produzir.

Até então a idéia era produzir com o passar do tempo. Com as exposições fomos vendo que por melhor que fosse o material que a gente tinha lá, não tinha nada a ver com a realidade. E a gente se deu conta disso numa exposição pra crianças do audiovisual "Chapeuzinho Vermelho" (feito pela Sonoviso), numa aldeia de índios . . . Depois da exposição começamos a conversar com as crianças, e o Jeff perguntou pros indiozinhos: "Quem é o lobo mau?". E aí um dos indiozinhos levanta, vai atrás da tela, lá no carro, e diz: "esse barbudo que tá", (era eu que tava no carro). Aí então realmente descobrimos que não tinha nada a ver.

Então começamos a nos dar conta que o material que tínhamos em acervo era todo produzido no Rio, porque naquela época também não tinha outros grupos que produzissem. Tinha a FASE que produzia alguns audiovisuais, tinha a Sonoviso e tinha as Paulinas. Não tinha mais ninguém que produzisse audiovisual nessa ocasião. Percebemos que tínhamos que começar a produzir alguma coisa com a cor local. Começamos adaptando o material que tínhamos pra uma realidade local. Depois de passar um tempo, a gente já tinha um acervo fotográfico legal, a gente começou a produzir audiovisual pra realidade do sul da Bahia, e foi aí que chegou o vídeo.

Tínhamos uma tela de 2m por 2m, que chegava a 3m de altura. O carro equipado com gerador, projetos de slides de primeiríssima linha, sincronizado. Você imagina isso há dez anos atrás. A gente chegava nas comunidades e era de fato um momento de festa, foi aí que começamos a discutir um pouco a metodologia de exibição do audiovisual.

Você imagina num lugar onde tem 200 casas, a gente exibia para 500 a mil pessoas o audiovisual, e aí a gente fazia um pacote mesmo. Tinha audiovisual desde o "Chapeuzinho Vermelho" para agradar as crianças que estavam lá na praça, até higiene e saúde, sindicalismo e alguma coisa sobre catequese. Então a gente passava aquilo na praça pra essas pessoas sem saber nem como encaminhar a discussão depois, porque tinha desde o sindicalista que era o cara que a gente queria atingir, o líder da comunidade, até a vovó, o cachorro, o gato, tava todo mundo ali na praça assistindo ao audiovisual. Isso em 81/82, quando começou o projeto. Depois fomos revendo essa metodologia. Vimos que não adiantava passar cinco audiovisuais; era preferível passar estes cinco audiovisuais, mas depois chamar o pessoal para uma reunião mais limitada para passar uma coisa que de fato era o objetivo da visita da gente. Enfim, a coisa foi se purificando.

Proposta: Quando vocês chegavam numa área para exibir, vocês já tinham contato com a área, já tinham um trabalho na área?

Alfredo: Já tinha um trabalho feito pelo pessoal da Pastoral, que não era trabalho nosso. E o pessoal da Pastoral chegava num determinado momento e achava que era importante pra fortalecer o trabalho que eles estavam fazendo a exibição de um determinado programa. Então a gente ia pra lá e fazia exibição deste material.

À medida que a gente ia exibindo na comunidade, a gente ia se dando conta de uma coisa: não era possível exibir pacotes fechados desse gênero. Quer dizer, metodologicamente a gente não tinha resultados positivos: era um momento de grande festa para cada vilarejo daquele, era um momento importante para a comunidade, mas efetivamente a gente não avançava muito no trabalho.

Como eu disse no início, a gente em vez de produzir de cara o material, começou a adaptar os materiais que tinha. Dou só um exemplo: Fé e Política, pro-

duzido com desenhos do Cláudio para a Arquidiocese de São Paulo, foi um audiovisual muito usado nessa época lá na região, todo em desenhos e que não tinha trilha sonora, tinha um livro com texto, e a gente gravou a trilha sonora, com gente da região, e começou também a acrescentar fotos ao audiovisual, que deu bastante resultado. Acho que a partir daí, o pessoal que trabalhava com sindicatos e na Pastoral se deu conta de que era importante produzir material e começou a solicitar que a gente produzisse material.

Proposta: Quer dizer que a partir do trabalho de vocês começou a se criar uma demanda?

Alfredo: Quando eles começaram a se ver nessas adaptações, começou a surgir uma demanda de produção de material, tipo "vamos ter uma assembléia da Diocese para discutir um determinado tema, vamos fazer um audiovisual em preparação?" Vamos!

A maneira como a gente fazia era a mais artesanal possível; imaginem que gravávamos trilha sonora em Vitória (ES), quando era uma coisa mais bem acabada, no estúdio da Arquidiocese, ou então numa loja que tinha equipamento de som, em Teixeira de Freitas, juntando 3 ou 4 aparelhos no canto da loja e ali mesmo gravava a trilha sonora dos audiovisuais. Com isso íamos atendendo à demanda de produção de material local. Com o passar do tempo esses materiais começaram a surtir efeito e outros lugares, conhecendo-os, queriam cópia.

Nesse meio tempo chega o vídeo, que foi toda uma discussão. A gente já produzia material de forma artesanal, deficitária. Não tínhamos equipamento de áudio, tínhamos uma máquina fotográfica, com pouco recurso. Quer dizer, ainda não éramos auto-suficientes na área de audiovisual e não tinha ninguém trabalhando, era eu e o padre. Quando questionou-se comprar ou não um vídeo, foi uma briga, porque eu, de fato, não era favorável devido a conjuntura que o centro vivia. E em janeiro de 1983 chegou o equipamento de vídeo. Vê que foi um dos primeiros centros a ter um equipamento até de edição, uma ilhazinha em VHS. VTs portáteis de VHS, com câmera. Até hoje trabalhamos com esse material.

Proposta: Quais os desafios que se colocavam para vocês?

Alfredo: Primeiro, ninguém conhecia a linguagem de televisão, absolutamente. A minha formação era de fotógrafo. Foi o Santoro que foi a Teixeira de Freitas, em 1983, no I Encontro de Audio-

Foto: David Aço



visual e Vídeo, e explicou como funcionavam as coisas, tipo aperta esse botão aqui, e câmera funciona assim. Esse problema não era só nosso, era de todos que estavam com vídeo. Não havia naquela época ninguém formado na área de televisão, éramos todos vindouros e produtores de audiovisual, alguns nem isso.

Cleide: Esse Encontro de 1983 foi patrocinado por Teixeira de Freitas e foi realmente o primeiro que houve no Brasil. Acho importante até porque daí foi discutida a formação da Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP) pela primeira vez.

Alfredo: O importante é que esse encontro foi o primeiro movimento de formação na área de vídeo, foi o primeiro contato que o pessoal de instituições, de centros de comunicação popular de todo Brasil, teve com equipamento de vídeo, à exceção do treinamento que Santoro havia dado com o pessoal do CEPIS, e de São Bernardo do Campo e tudo o mais, que resultou no vídeo de registro da fundação da CUT. Foi o primeiro movimento de formação que teve um movimento maior, privilegiando o audiovisual e o vídeo.

Proposta: Que pessoas participaram desse encontro, em Teixeira de Freitas?

Alfredo: Há uma história antecedente de Teixeira de Freitas. Um belo dia, em Teixeira de Freitas, recebemos um con-

vite pra um Curso de Comunicação Grupal, no Paraguai, e é importante destacar que, nesse momento, ninguém se conhecia, nenhum produtor conhecia o outro, a gente não sabia quem produzia o quê, no Brasil.

Então fomos para Assunção, pro curso promovido pelo Ocic, e lá encontramos alguns outros brasileiros que também produziam audiovisual, e foi uma surpresa muito grande. Foi aí que nos conhecemos. Gilda, que trabalhava na Arquidiocese do Rio, no setor de audiovisual; Regina Festa, que estava ali como instrutora e orientadora do curso, e não como participante. Lá, chegamos à conclusão de que era vergonhoso a gente não saber que existiam outros centros no Brasil. "Então vamos tentar organizar um encontro para todo mundo?"

Então resolvemos fazer o I Encontro de Audiovisual Brasileiro. O que a gente queria era caracterizar um encontro de produtores de audiovisual para sair um pouco dessa linha de encontros de documentação e comunicação. Mas aí achamos também que havia um interesse quase unânime do pessoal que fazia audiovisual em conhecer o vídeo, e incluímos o vídeo nesse encontro.

Esse curso tinha 20 participantes, alguns centros do Nordeste e foi aí que a gente realmente se conheceu.

Proposta: A gente estava falando da diferença entre audiovisual e vídeo e aí

caracterizar no que cada um desses veículos é mais eficiente enquanto objetivo. Aí acrescento uma pergunta. Por que você acabou falando mais do audiovisual, o que houve nessa transição para o vídeo?

Cleide: Eu acho que o audiovisual, justamente por ter as imagens paradas, de dar um momento de reflexão, a nível de material didático, é mais efetivo do que o vídeo. Então em qualquer processo de formação didática o audiovisual tem uma força muito grande. Eu acho, inclusive, que em processos de grande análise de políticas nacionais e etc. o audiovisual tem condição de, num curto espaço de tempo, como por exemplo em 15 minutos, de passar uma abrangência geral desses problemas, enquanto num vídeo de 15 minutos ou meia hora seria impossível abranger todos esses temas com mesmo efeito, a nível do público que está assistindo.

Agora, a outra função do vídeo, desde registros históricos, onde o vídeo tem papel fundamental, até fazer uma documentação de uma reunião da CUT em audiovisual, não há Cristo que agüente, não tem a menor condição. Outra coisa: toda essa parte de mistura de ficção e realidade e todas essas coisas que você pode trabalhar a nível do vídeo, em audiovisual é impossível realizar, a não ser que você trabalhe com desenhos, conseguindo abstrair e sair pra ficção, senão é um processo bem difícil. No material documentado, o vídeo tem uma força muito maior do que um audiovisual.

Alfredo: E tem a questão do ritmo. Foi uma coisa que a gente foi descobrindo não pelo conhecimento científico, conhecimento em linguagem televisiva. Por exemplo, a gente produzia uma série de vídeos e falavam que estavam lentos, sugeriam cortes em *takes* muito longos. Me lembro, alguns anos atrás, numa mostra de vídeo na PUC, aqui no Rio, e estavam lá Silvio Tendler, algumas figuras ilustres, e o grande papo era esse, de que o vídeo é muito lento, é bom, mas tem *takes* muito longos, você podia editá-los com mais intensidade. Confesso que não chegamos a essa definição de tempo por conhecimento de linguagem, mas era o que estávamos vivendo: o ritmo do índio, do pescador, e aí, especialmente, o ritmo de uma pessoa que não está tão habituada com a linguagem de videoclip quanto a população urbana. Não é uma população que não vê televisão, eles vêm, mas não estão habituados à linguagem televisiva como um sindicalista urbano, não estão vendo videoclip toda hora. Era uma coisa que a gente foi fazendo porque fazia parte do nosso cotidiano.

Proposta: Qual o grau de absorção possível do ritmo que a gente vem utilizando?

Alfredo: Vou citar um exemplo. Vocês conhecem o vídeo da Colônia de Pescadores? Quarenta e cinco minutos sobre estatutos de colônias, fazendo uma análise de quanto o estatuto é ou não a favor dos pescadores. É um vídeo, acho que todos concordamos, maçante, chato, comprido, completamente diferente do que gostaríamos de ter num vídeo acabado. Exibindo esse vídeo para pescadores, discuti com o pessoal da Pastoral dos Pescadores, que solicitou a exibição, que o achava muito comprido, apesar de ser uma de nossas primeiras experiências em vídeo. Depois da exibição e da discussão perguntei se eles não tinham achado longo, chato? Um pescador disse que não achava e explicou que estavam se vendo naquele vídeo e, segundo, porque nunca tinham visto um programa de TV que falasse de suas vidas. "Se ele tivesse mais tempo, para nós seria ótimo."

Cleide: Dentro dessa questão, há o problema do vídeo que deveria concentrar-se em temas mais específicos e não nos de abrangência muito grande. Vemos que num material, com abrangência geral, o nível de percepção cai tremendamente. No audiovisual é um pouco melhor, mas já vimos que quanto menos temas tratados dentro do mesmo ponto, sobre reforma agrária, centrando dois ou três temas, a nível de entendimento, percepção e discussão do pessoal, é muito mais rico do que fazer uma abrangência muito grande.

Proposta: Falamos antes, no sentido didático, transmissão de conceitos, etc. O audiovisual facilita mais, ele é mais básico, nesse sentido, enquanto veículo. O vídeo exhibe relações mais complexas, por mais simples que seja, comporta uma linguagem mais complexa.

A questão é que grande parte do ganho na transmissão de conhecimentos se dá durante o processo, o que garante a formação dos monitores que vão tocar esse processo pra frente, estudando o material. Minha pergunta é a seguinte: se por um lado o áudio transmite mais facilmente certas formas básicas de conhecimento, por outro lado, o vídeo poderia resgatar o próprio processo em si, não tanto como registro, mas como dinâmica.

Alfredo: Eu acho que o processo educativo é tão importante quanto o resultado. Na época da Bahia produzimos "Somos Gente" com os índios Pataxós. Era uma tentativa de mostrar o ângulo de visão do índio, com relação ao conflito

de terra que estava havendo na área. Essa foi a primeira vez que nós tomamos o cuidado de documentar tudo o que rolou, desde as primeiras discussões com lideranças indígenas até os movimentos de câmera aberta.

Reunimos a aldeia toda, mais ou menos 600 ou 800 índios, num grande galpão, e fizemos uma seção de câmera aberta, pra lhes explicar o processo de gravação e ao mesmo tempo que explicávamos, gravávamos e mostrávamos nos monitores, onde eles se viam. Nós quebramos esse distanciamento do equipamento com o personagem e depois discutimos com todo mundo como seria o programa, de tal forma que todos que iam dar seus depoimentos sabiam exatamente o seu papel dentro do programa.

A gente tava falando da formação. Esse processo de produção tem um caráter de formação. A gente tem uma linha de trabalho no Mandacaru que é de formação a nível técnico, dar um mínimo de instrumental necessário para as pessoas que tenham interesse de começar a produzir vídeo, audiovisual ou outros meios. Chegamos à conclusão de que era importante, em Teixeira de Freitas, começar a dar alguns treinamentos eventuais e a experiência foi bem nesse sentido. A idéia era ter cinco cursos em áreas diferentes: vídeo, teatro, rádio, audiovisual, boletins. Você optava por um dos meios e durante 15 dias teria um treinamento intensivo em um desses meios, para te preparar para produzir seu trabalho no sindicato, na associação de bairro ou na instituição em que você fazia parte. Esses cursos procuravam atender o pessoal que assessorava o movimento popular ou o trabalho pastoral, que já utilizava meios de comunicação no seu cotidiano e se davam conta da importância de produzir dentro da sua realidade e para isso precisavam de conhecimentos técnicos mínimos.

Proposta: Eu queria resgatar um outro lado do Mandacaru, que você falou, a nível da produção. Distintamente de Teixeira de Freitas, o contato de vocês é hoje a nível menos de acompanhamento, ele vem da solicitação. Eu queria que você falasse um pouco dessa produção hoje relacionada à utilização. Por quê e pra quê esse material? O outro lado da produção, a gente tem pensado muito nessa coisa intrínseca que é o produzir já relacionado com o utilizar.

Alfredo: É importante destacar que quando eu disse que em Teixeira de Freitas a gente tinha um contato mais

Íntimo com a comunidade, era no que diz respeito à exibição. Em Teresina a gente já não faz isso e por conta disso a gente pode centrar mais força na produção, avançando em Teresina nesse processo de produção comunitária, as pessoas participam mais do que participavam na Bahia. A gente só produz se o grupo que está solicitando garantir um bom canal de escoamento, a gente não produz mais pro sujeito engavetar, só pra dizer que produziu. Essa produção comunitária, agora no Mandacaru, vem sendo mais lapidada. A gente tem conseguido avançar, até por não ser uma fórmula mágica que se tem na mão, a gente vai ter que ir aprimorando, descobrindo até que ponto a participação da comunidade é boa ou não, até que lugar da produção poderão ir ou não.

Descobrimos que cada vídeo é um caso. Tem vídeos, por exemplo esse de Esperantina, que a interação foi tão grande que eles não só produziram, e deu certo, como esse processo acabou encaminhando o grupo a criar um Centro de Comunicação Popular, hoje eles têm lá um centro, um pouco em função dessa experiência que tiveram.

O que eu acho que é mais interessante, que a gente conseguiu fazer em Teresina e não fazia na Bahia e mostra que não é só produzir um vídeo ou audiovisual que vai resolver o problema deles. Primeiro, é importante perceber que os meios não têm força suficiente para alterar qualquer realidade, o importante é a discussão e o debate que continuarão após a exibição. O vídeo em si não altera nada. A outra coisa é por que o vídeo só? Por que não pensar em campanhas? Em alguns casos se justifica. Como foi o caso dos pescadores no Maranhão. A Pastoral dos Pescadores vivia um problema seríssimo que é a penetração da indústria pesqueira no litoral norte do Maranhão, até a divisa com o Pará e é uma região de grande concentração da pesca artesanal. Fizemos a proposta de um pacote de comunicação que discutisse essa questão e, de fato, produzimos dois audiovisuais, e um vídeo está sendo editado agora. Esses áudios foram baseados em documentos e depoimentos de 30 lideranças de pescadores. Elaboramos os roteiros, produzimos em conjunto com a equipe da Pastoral de Pescadores e treinamos, depois do material pronto, 30 lideranças para levarem os áudios prontos e terem um debate sistemático com as comunidades, e como elas são muitas, elaboramos caderninhos com fotos e textos que remetiam ao audiovisual. Paralelo a isso entramos com um programa de rádio, numa rádio ouvida em todo o nordeste do Maranhão, e também colocamos um encarte num jor-

Foto: Mandacaru



nal que é lido em todas essas comunidades, o **Templo dos Novos**, da Igreja, que tem grande penetração e o pessoal lê em mutirão. Geralmente uma pessoa lê, todo mundo ouve e depois discute o assunto. Por fim, um grupo de teatro de São Luís, também, deve nesse meio tempo elaborar uma peça para essas comunidades e nós estamos editando um vídeo sobre a realidade da pesca artesanal.

Proposta: Isso aponta pra mim uma questão final que é pensar a comunicação como um todo, a questão da comunicação como estratégia política...

Alfredo: Eu diria que o vídeo do Tribunal do Menor é um exemplo disso. Ele é o resgate de um evento. Ele é um registro, não tem característica de TV. O tribunal em si foi uma experiência fascinante nessa utilização de multimeios. Foi um tribunal simulado que julgou a sociedade e o Estado pelos crimes que vêm cometendo contra os menores, meninos de rua. A idéia era que chamasse a atenção da sociedade do Piauí. Não se pensava em ir além. Pensamos num espetáculo teatral, seguindo a experiência, aqui do Rio, do Tribunal da Terra, do qual participamos, com a mesma equipe, já lapidando, consertando os defeitos na primeira experiência. A vantagem do Tribunal do Menor foi que ele foi feito em Teresina; se tivesse sido no Rio ou em São Paulo, certamente não teria tomado o vulto que tomou. Conseguimos reunir 7 mil pessoas num estádio, tipo Maracanãzinho. Foi um espetáculo de teatro, o ginásio todo às escuras, um palco de 2m de altura, com 10 x 10, com cenários de um tribunal, os atores

eram personagens da sociedade: Hélio Bicudo, Paulo Freire, Dalmo Dalari, o presidente da OAB entre outros. Os meninos eram as testemunhas e o vídeo entra no espetáculo, através de um telão que está ao lado do palco. No primeiro momento o telão está apagado, a gente só tem o espetáculo teatral, mas quando o juiz pede para ser lido o libelo acusatório, tudo se apaga e acende-se no telão. Ao invés de ser lido, ele é apresentado na forma de um vídeo. Num segundo momento, o juiz pede pra que se apresentassem casos que comprovassem o libelo acusatório. Novamente o telão apresenta o caso de meninos mortos ou violentados em todo o Brasil, o que seria a peça de acusação do tribunal. Terminado isso, o telão continua ligado e duas câmeras que estão no palco começam a transmitir em **close** imagens do acontecimento, de forma que as pessoas do público identificassem tudo. Tudo isso foi simultaneamente gravado e a gente teve um produto final, que foi uma fita de 70 minutos de registro desse evento, que possibilitou às entidades que trabalham com menores a multiplicação do evento em diversos locais do Brasil e do exterior. Tiramos mais de 100 cópias desse vídeo.

Por ser em Teresina conseguimos um apoio muito grande da imprensa. Meta-de das rádios AM transmitiram ao vivo e na íntegra. Fizemos um comercial de TV, com um menino de rua convidando as pessoas para participarem do evento, todas as emissoras de TV locais deram cobertura. Todo o Tribunal do Menor se baseou numa frase: "O grito de 36 milhões de menores marginalizados será ouvido no Tribunal do Menor".

A criação coletiva

Claudius S. P. Ceccon*

Reunir pessoas na rua, a céu aberto, para ver sua própria imagem ou outras que lembrem o seu cotidiano, tem sido a prática de alguns realizadores de vídeo popular, que aponta novas perspectivas de produção e animação cultural.

Este tratamento no vídeo popular é analisado aqui nos artigos que retratam a experiência da TV comunitária de Nova Iguaçu, desenvolvida pelo Centro de Imagem de Criação Popular — CECIP e na apresentação do projeto de vídeo da Cáritas Diocesana do Rio de Janeiro para agentes comunitários, de onde nasce a TV Maré.

Uma semente em solo fértil

CECIP

Será que o vídeo pode ser usado como instrumento de mudança social em vez de apenas estimular o consumismo e reforçar o *status quo*?

— “A terra é generosa: ela devolve multiplicado o que você dá pra ela” — Cristiano Guedes é um camponês alto e forte. Sua idade é indefinida, mas um cálculo aproximado pode ser feito pela sua descendência: ele é pai de dez filhos, avô de trinta netos que, por sua vez, lhe deram onze bisnetos.

— “Eles todos vêm aqui buscar o que eu tiro desta terra, trabalhando sozinho. Quando eu cheguei aqui, não tinha nada disso que vocês estão vendo aí. Era mato, mato mesmo. Mas eu gostei do lugar e decidi plantar umas coisas. Fiz uma tenda por ali” — e seu dedo aponta algum lugar no meio das bananeiras — “onde vivi durante uns seis meses, limpando a terra de erva daninha e de espinhos. Aí plantei feijão, milho, mandioca, banana e umas hortaliças.”

A platéia ouve “seu” Cristiano, atenta. São outros camponeses, que chegaram depois. Eles riem das tiradas do narrador, comentam uma passagem, fazem um silêncio respeitoso quando a história adquire tons dramáticos. Consciente de seu papel,

“seu” Cristiano o desempenha com a segurança de um ator experimentado em cena, segurando a platéia.

— “Quando a terra começou a dar, comprei uma carrocinha e fui vender minhas coisas por aí. Tenho fregueses certos, porque sou um bom agricultor, o que eu vendo é melhor e mais barato do que no supermercado da cidade.”

Cabeças concordam. “Seu” Cristiano se apóia com as duas mãos no cabo da enxada, o tom de voz baixa torna-se confidencial:

— “Aí um dia apareceu um sujeito aí, um português, carregando uma espingarda enorme. Veio logo dizendo ‘seu nego, que que tu tá fazendo aí?! Não quero ninguém plantando aqui, não, entendeste?’”

— “Ele tinha aquele espingardão enorme, então eu disse ‘Sim, senhor, não vou plantar mais não, só essas plantinhas que eu tenho aí pra mim’ foi o que eu disse pra ele, mas logo que ele virou as costas, eu comecei a plantar outra vez.”

As pessoas riem, divertidas, “seu” Cristiano ri gostoso, contente com a própria esperteza: “Aí eu fui ficando. Isto aqui é minha vida, entendeu?”

* Secretário Executivo do CECIP.

Havíamos encontrado "seu" Cristiano numa reunião organizada pela diocese local, colocando funcionários do governo face a face com posseiros da região que vêm cultivando a terra por décadas mas não possuem os títulos de propriedade que legitimem seus direitos. Isto os torna presas fáceis de vigaristas e espertalhões que se apresentam como proprietários, com documentos falsos.

Quando "seu" Cristiano, vestido com sua roupa domingueira, pediu para falar, deram-lhe o microfone. Ele o segurou sem intimidar-se e falou como se não houvesse feito outra coisa na vida.

O que estava sendo uma reunião morna, sem interesse, transformou-se completamente: os outros posseiros, que até aquele momento ouviam passivamente o que diziam as autoridades, começaram a manifestar-se e colocar suas reivindicações.

Marcamos um encontro com "seu" Cristiano em seu pedaço de terra, dali a alguns dias. Chegar lá não foi fácil. Nosso carro quase é engolido pela lama das estradas sem pavimentação. Mas valeu a pena. Hoje, quando "seu" Cristiano aparece na tela, nas sessões que fazemos em Nova Iguaçu, nas associações de moradores, nas comunidades eclesiais de base ou nas escolas, sua fala é ouvida com atenção:

— "Apareceu um outro sujeito, há pouco tempo, dizendo que ele queria fazer um acordo comigo. Ele me disse que meus direitos iam ser

respeitados, mas que os outros, os que vieram depois de mim, não têm direito nenhum e seriam expulsos".

"Seu" Cristiano pisca o olho:

— "Ele pensa que porque eu sou analfabeto eu sou burro. Ele quer é se livrar dos outros pra poder me pegar sozinho. Então a gente fica juntinho, ombro a ombro, como os dedos de minha mão".

A platéia ri, enquanto "seu" Cristiano mostra seu punho de trabalhador da terra bem cerrado, enquanto coça o cabelo grisalho com a outra.

— "Eu escutei dizer que o presidente assinou a reforma agrária. Acho que, se ele assinou, foi de mentirinha. Eu não vejo nenhuma diferença. Olha toda essa terra aí em volta, olha quanta terra tem por aí, abandonada. E olha quanta gente está sem terra para plantar. Você pode tomar nota disso que eu vou dizer. Eu repito isso na frente do presidente, do governador ou de quem quiser: enquanto a gente não tiver uma reforma agrária, nada vai mudar".

— "O homem é analfabeto, mas a fala dele faz mais sentido do que a fala do presidente", diz alguém, durante uma exibição.

Este testemunho em vídeo é parte do Projeto Vídeo Popular do CECIP, que começou há três anos em Nova Iguaçu.



Nova Iguaçu fica na Baixada Fluminense, a três quartos de hora do centro do Rio. Tradicionalmente uma região agrícola que abastecia a capital, Nova Iguaçu se transformou em pouco tempo, passando de vilarejo a centro urbano densamente populoso, com um número de habitantes hoje estimado em dois milhões, o que coloca Nova Iguaçu em sétimo lugar entre os maiores centros urbanos brasileiros, bem à frente de muitas capitais estaduais. Naquela região, a maior parte da terra que era usada para agricultura está hoje abandonada.

Nova Iguaçu é um microcosmo do Brasil: centro urbano inchado, sem infra-estrutura, em condições precárias de funcionamento e regiões enormes vazias, improdutivas, onde os conflitos de terra estão crescendo em ritmo alarmante.

Estes fatos tornaram Nova Iguaçu uma das regiões mais violentas do Brasil. A combinação de desemprego, doenças, altas taxas de mortalidade infantil, delinquência, corrupção e descaso por parte do governo local produziram estatísticas pouco invejáveis: mais de trezentas mortes no primeiro semestre de 1989, cometidas por esquadrões de extermínio compostos em parte por membros da própria polícia.

Mas existe um outro lado, menos espetacular, menos conhecido, que não frequenta manchetes de jornais. Um movimento de resistência se iniciou durante o período da ditadura que durou de 1964 a 1985. No momento em que todas as garantias constitucionais estavam suspensas, em que qualquer atividade política ou sindical era proibida e em que o arbítrio e a violência eram as únicas formas de responder às reivindicações populares, a Igreja Católica abriu espaço para que as pessoas pudessem encontrar-se. E as pessoas vieram, para discutir seus problemas mais prementes, em torno de projetos educacionais, de problemas enfrentados por mães trabalhadoras que não tinham onde deixar seus filhos, de doenças endêmicas e de epidemias, de problemas ligados à terra, à vida cotidiana ou a questões como de que modo tornar a fé relevante no dia-a-dia do povo trabalhador.

Dessas atividades nasceu um movimento novo e forte, uma "nova maneira de ser Igreja": as comunidades eclesiais de base. Dessas comunidades e do espaço aberto pela Igreja aos que, mesmo sem comungar com suas idéias, partilhavam sua busca por justiça, saíram pessoas que começavam a agir no tecido social. Assim nasceram as associações de moradores.

Em Nova Iguaçu elas se reuniram em torno do MAB (Movimento de Amigos de Bairro) hoje Federação das Associações de Moradores de Nova Iguaçu. As associações constituíram-se numa experiência inteiramente nova na vida política brasileira, nascida fora de governo ou partidos, uma democracia praticada na base. Hoje, o MAB tem cerca de trezentas associações afiliadas.

Nossa relação com a Diocese de Nova Iguaçu e com o MAB data de vários anos, durante os quais os laços de confiança mútua foram-se estreitando. Um trabalho de assessoria na criação de materiais gráficos e audiovisuais, na organização de ateliês de comunicação e na participação em atividades variadas nos levou a pensar na utilização do vídeo como reforço a este trabalho. Uma rede de comunicação e educação popular através do vídeo poderia desempenhar um papel relevante no trabalho de informação sobre os direitos humanos e de cidadania.

O Projeto Vídeo Popular é uma experiência com um meio de comunicação geralmente usado para reforçar a opressão. Nossa proposta é usá-lo buscando responder a questões que os meios comerciais de comunicação de massa parecem incapazes de tratar como se necessita que sejam tratadas:

- Podem os valores democráticos ser construídos a partir da vida cotidiana do povo?
- Pode a experiência dos movimentos populares ser registrada, servindo para reflexão e inspiração para novas etapas?
- Podem as expressões culturais do povo ser preservadas não apenas para garantir sua sobrevivência, mas para estimular novas formas de criação artística?

Estas são algumas das questões que nosso projeto experimental deseja responder. O uso do vídeo é também uma experiência pioneira envolvendo a busca de uma nova linguagem, mais adequada ao público e a que se destina. Nessa busca é preciso levar em conta como um dado da realidade a presença envolvente da televisão em nosso país, a maneira como é feita, como habituou as pessoas ao seu padrão global. A busca de uma linguagem popular que não seja grosseira, imbecilizante ou manipuladora é um desafio muito grande.

Na experiência em curso há um elemento importante: o retorno. Não a pesquisa de audiência, mas a possibilidade de resposta que só o vídeo permite, sobretudo quando é feito a partir de uma preocupação de estar o mais aderente possível a realidades e aspirações das pessoas que o vêem.

É um verdadeiro milagre ter som e imagem instantaneamente na tela. Além da novidade representada por um novo **gadget**, algo mais profundo acontece quando as pessoas se vêem na televisão. Vêem-se, pela primeira vez, não como objetos, mas como sujeitos. Em vez de serem descritos como a televisão comercial os vê habitualmente — vítimas desamparadas de alguma catástrofe, alvo de batidas policiais ou confirmações evidentes da miserabilidade dos pobres — eles aparecem no vídeo falando por si próprios, sem locução em **off** explicando o que os olhos já vêem ou cobrindo suas vozes e esmagando o que eles estão tentando dizer. Nos

nossos vídeos as pessoas falam por sua própria voz e seu discurso tem a articulação e por vezes a eloquência dos que foram calados por tanto tempo e agora podem dizer a sua verdade.

Nas exibições, as imagens mostram uma realidade que as pessoas conhecem, problemas que lutam para superar e acontecimentos em que tomaram parte ativa. Mostram também muita coisa que faz as pessoas rirem. Afinal, a alegria e o bom humor são um elemento importante da maneira de ser deste nosso povo, uma forma de exercer um direito de crítica às trapalhadas dos governantes de plantão. O riso, além de eventualmente aliviar tensões, funciona como mecanismo de auxílio na tomada de consciência, daí ser tão temido e tão perseguido por qualquer instituição que detenha poder.

A rede nacional de televisão é uma dessas instituições. As emissoras são concedidas aos amigos do rei (a nova Constituição determina que o Congresso tenha poderes sobre o assunto) mas, por via das dúvidas, a título precário. Este dispositivo garante que os donos das emissoras moderem suas críticas ao governo federal ante a possibilidade de ter a concessão cassada. Há mais: tendo optado pelo modelo comercial, a televisão vende seu tempo aos anunciantes, entre os quais está o próprio governo, que, compreensivelmente, não contemplaria eventuais críticos com suas gordas verbas de publicidade. O sistema fecha espaço a toda tentativa de tratar dos reais problemas que afetam a população brasileira e que exigiriam mudanças profundas. É verdade que existem brechas pelas quais muita coisa interessante tem passado. Mas, se examinarmos o grosso da programação das emissoras de televisão brasileira, veremos que efetivamente não estão a serviço do real esclarecimento do povo brasileiro. As exceções de sempre confirmando a grande regra geral. A educação, os problemas de saúde, as verdadeiras razões da dívida externa — e da interna —, a questão energética, o meio ambiente, a reforma agrária, a especulação e o declínio das condições de vida nos centros urbanos e muitos outros assuntos não são tratados como poderiam e deveriam. São ignorados pelas redes de televisão, mais interessadas em satisfazer sua audiência e estimular o consumismo. Além de produtos, a televisão vende também ideologia: um modo de vida, um modelo de sociedade, uma realidade que faz parte de um sonho inconsciente coletivo. Isto acontece a cores, via satélite, para todo o território nacional.

Diante disso, o nosso projeto popular é uma iniciativa cuja modéstia seria difícil exagerar. E questões e dúvidas não faltam. Será que vale a pena o considerável esforço despendido para comunicar a pequenos grupos? Vale a pena investir numa rede alternativa de exibição, enfrentando todo tipo de problemas de distribuição, pessoal, retorno de informações, custos? É possível a um pequeno grupo percorrer com eficiência e criatividade todas as

Foto: CECIP



etapas do processo de produção de um vídeo, da idéia inicial à exibição, da pesquisa à animação dos grupos, da gravação e edição à avaliação dos resultados? Quais são os formatos mais adequados? Diante dos meios de comunicação de massa, possuidores de recursos que hoje fazem parte da linguagem televisiva, o que é a linguagem de um grupo que faz vídeo popular?

Essas questões, e outras, que nos fazemos em nossos encontros, em reuniões ou conversas de bar estão permanentemente diante de nós.

Da mesma forma que as necessidades: a cada dia que passa, morrem mil bebês de menos de um ano. Será que uma informação apropriada não poderia diminuir sensivelmente a porcentagem dessa cifra, em parte resultado de puro desconhecimento? Na região em que trabalhamos há uma proliferação de creches populares, criadas a partir de necessidades prementes das mulheres que trabalham e não têm onde deixar os filhos. Para fazer funcionar essas creches é preciso bem mais do que boa vontade. Como prover material informativo adequado à formação dessas voluntárias? Há doenças endêmicas e epidemias que periodicamente assolam a população. Além de noticiar, de dar informações sobre como enfrentar essas situações, como fazer algo mais, para que as pessoas saibam dos direitos que têm e como fazê-los valer, obrigando as autoridades sanitárias a cumprir seu papel, indo até à raiz dos males? Como fazer para que os direitos de cidadania, que nunca passaram do papel, possam agora começar a funcionar, com nossa modesta ajuda?

Certamente algo pode ser feito. Estamos no começo, apenas arranhando a superfície. Estamos aprendendo a usar o meio, inventando jeitos novos de fazer, mais adequados a nossos poucos recursos e ao mesmo tempo bem-feitos e criativos. Nossas próprias exigências aumentam e a questão da qualidade está em pauta.

Além do Projeto Vídeo Popular, com a criação de uma espécie de TV circense a que chamamos de TV Maxambomba (nome da antiga sesmaria que se tornou Nova Iguaçu, **Maxambomba** foi adotado por sua sonoridade e inerente humor) o CECIP tem trabalhado questões relativas aos direitos de cidadania.

A participação do público neste processo se dá de várias maneiras. O simples fato de deixar a própria casa e ir a um local comunitário para assistir a um vídeo com outras pessoas é uma delas. Esta experiência coletiva desperta reações espontâneas durante a exibição e nas conversas e discussões que acontecem ao seu final. Existe uma diferença qualitativa entre uma forma participativa de assistir a um vídeo e o que normalmente acontece quando se vê televisão, cada um em sua casa. Há sempre questões em aberto: deve-se provocar o debate? Deve-se insistir para que as pessoas comentem o que viram? Ou basta deixar que as coisas aconteçam naturalmente?

De um lado, as melhores intenções de nada adiantarão se o formato em que se apresentam for desinteressante. Nada pior do que o "didático", do que o dedo apontando para cada um, com admoestações, conselhos, regras. Sem falar que há outros pecados, como imagens tremidas, fora de foco; edição ilógica, repetitiva, incompreensível em sua estrutura; som borrado ou inaudível. Pecados talvez veniais mas que podem levar ao desinteresse, por mais relevante que seja o tema.

Não custa nada, além do capricho de um bom produto, dar umas dicas prévias que podem contribuir para uma percepção mais completa, o que a televisão não solicita. Trata-se de ajudar a despertar um interesse natural.

O poder da imagem é muito grande. Escrever, falar com a imagem é algo que se vai aprendendo e que constitui um elemento fundamental. Ainda assistimos a muito falatório no vídeo popular, uma espécie de rádio visualizado.

A grande maioria das produções do vídeo popular é de documentários ou de informações sobre eventos pontuais. Talvez por ser mais difícil e exigir um trabalho maior e com mais experiência, a ficção não freqüenta com assiduidade nossas telas. Isto, no país das novelas, é assunto para intermináveis discussões.

Além disso existe o humor, que a prática mostra que é bem mais difícil de produzir do que parece. Ou será porque o humor não é bem visto por instituições que se querem "sérias" e "respeitáveis"?

Nesse sentido, tivemos uma experiência singular. Nos meses que antecederam as eleições para a Assembléia Nacional Constituinte, um grupo de ONGs estava empenhado num projeto de educação popular destinado a estimular uma discussão sobre a necessidade de se eleger bons representantes. O projeto de treinamento de lideranças locais visava aumentar sua compreensão sobre o processo que estava em curso. Uma nova constituição iria ser escrita. Como fazer para que contivesse as demandas populares?

Após alguns meses, a experiência dos animadores era desanimadora. Todos os esforços para transmitir a importância da questão e a urgência da participação popular no processo pareciam não ter resultados palpáveis. As informações, as mais completas trazidas sobre o assunto, os apelos à participação e as tentativas de estímulo encontravam audiências quase sempre passivas. As perguntas espontâneas eram raras. Depois da partida dos animadores, pouco se avançava.

Talvez estivessem tentando dizer coisas demais, o processo talvez devesse ter sido iniciado há muito mais tempo. Talvez a complexidade do assunto exigisse auxílios audiovisuais mais generosos, em vez de repousar quase que exclusivamente na palavra. De qualquer modo, a idéia de um vídeo pareceu ser uma solução.

A proposta apresentada foi a de fazer uma parábola que contivesse o essencial, a idéia básica: uma assembléia constituinte será eleita para fazer as novas regras do jogo; este jogo que todo mundo vai ter de jogar; se a elaboração das regras for deixada ao adversário, vamos entrar em campo em desvantagem. Colocada a questão principal, seria mais fácil, a partir daí, que as pessoas comesçassem a fazer perguntas, do que responder a perguntas que sequer haviam sido, ainda, formuladas.

Aprovada a idéia do vídeo, restava o desafio de criar o roteiro e . . . realizar o projeto.

Dois atores profissionais, Wilson Grey e Paulo Marques, aceitaram o convite para fazer os papéis principais. Amigos, parentes, colegas de trabalho largaram tudo para ser coadjuvantes ou figurantes.

O cenário era o estádio do Maracanã, onde dois times se enfrentavam na final da Taça Constituinte. Um, cheio de títulos, craques e glórias; o outro, um timinho da várzea que conseguiu chegar até lá. E mais o juiz corrupto (Wilson Grey), o cartola corruptor, o torcedor sofrido agarrado ao seu radinho de pilha (Paulo Marques), o bandeiri-

na literalmente cego, usando o cabo da bandeira como bengala branca, a galera do Maracanã em festa . . . O suspense cresce nos minutos finais, com o juiz permitindo todo tipo de faltas ao timão, culminando com a marcação de um pênalti inexistente, que, convertido, dará a taça aos de sempre. A injustiça provoca reações indignadas nos grupos em que é mostrado o vídeo. O desenlace inesperado, quando o torcedor inconformado decide que "alguém precisa fazer alguma coisa" e invade o campo para salvar, *in extremis*, o seu time, é uma verdadeira catarse coletiva.

Finalmente, tudo não passava de um sonho. O torcedor adormecido diante do aparelho de TV é acordado pela mulher, que lhe diz estar na hora de ir à reunião da Constituinte, para discutir as novas regras do jogo.

A reação de alguns representantes das ONGs foi de perplexidade: o que é que aquele jogo de futebol tinha a ver com a eleição que se aproximava e com todas as informações que era preciso "fazer passar" aos animadores sociais? O contexto histórico em que se realizaram as outras constituintes, os avanços e recuos de cada uma, o que é uma Constituição, de quantas partes é composta, quais são os temas prioritários . . . Decididamente, o que acabavam de ver não era uma coisa séria!

A atitude mudou com a experiência de exibição do vídeo. Como haviam previsto os que gostaram desde o princípio, a reação foi muito boa. Se foi divertido fazer o vídeo, mais divertido ainda foi vê-lo funcionar.

Alguns candidatos usaram o vídeo, em telões, para atrair o povo em praça pública e introduzir a questão da Constituinte e da criação de regras para que o jogo possa ser jogado direito.

Mas é nas associações, comunidades e escolas que as discussões que acontecem eventualmente após a exibição podem ser observadas melhor. A princípio não diferem das que acontecem depois de um jogo. Detalhes engraçados são lembrados, atores são reconhecidos, o bom humor é geral. Pouco a pouco a discussão vai estabelecendo relações e a conversa acaba se encaminhando para a taça que estava sendo disputada no Congresso e que hoje acontece nas assembleias legislativas e nas câmaras municipais. O que deveria ser feito para que as novas regras do jogo não permitam mais aquele roubo por parte dos poderosos do dia? As perguntas se sucedem e acontece um processo de criação de um novo saber, resultante dos elementos que provocaram a discussão e da troca do conhecimento e das experiências dos participantes.

O que é necessário para que este processo aconteça e seja efetivamente uma experiência coletiva de criação de um novo saber? Para que signifique um aprendizado do processo de aprender e não

apenas de apreensão de dados? Como aferir, além dos sinais evidentes de que "funcionou" ou não, a transformação resultante? Como saber qual é a percepção que esta audiência tem do que lhe é proposto a cada sessão? São questões que exigem reflexão e investimento teórico e prático, para que possamos orientar-nos melhor em nosso trabalho. O desafio de fazer é tão grande quanto o de compreender o que se faz. O que começamos a perceber é que se trata de um processo que começa muito antes do vídeo e que continua muito depois de sua exibição. Não se trata de colocar uma camisa de força no processo criativo, mas de ter consciência de que a plenitude de nossa liberdade de expressão é permeada por uma dimensão ética de responsabilidade social e de libertação.



Foto: CECIP

A TV Maxambomba está na rua

Depois de quase três anos de trabalho em Nova Iguaçu, o Projeto Vídeo Popular entra em nova fase, como resultado de um processo de avaliação da crescente demanda e dos resultados obtidos até agora.

O nome pomposo de Projeto Vídeo Popular muda para TV **Maxambomba**, como era chamada a antiga sesmaria que se transformou em Nova Iguaçu. O nome Maxambomba mantém a ligação com a história da região e é gostoso de falar, além de passar uma dose apreciável de humor. Foge do ar circunspeto que se atribuem às TVs oficiais e, por que não dizer, às alternativas também.

Que é que muda? Há uma presença maior na região, uma aproximação mais concreta com o que está acontecendo, uma abertura real à participação do público no processo de produção. A fase inicial consistiu em implantar um sistema e apresentar um meio de comunicação com o povo. Agora, as discussões passam a acontecer não apenas ao terminar a exibição de um vídeo: elas acontecem no vídeo, sobre questões trazidas à TV Maxambomba, que passa a ser reconhecida como veículo para expressão popular.

Ao mesmo tempo, intensifica-se um processo de criação ficcional que se alimenta das coisas e do espírito das coisas no lugar, de suas experiências cotidianas, seus modos de compreensão e suas lacunas. A colaboração de autores, atores, músicos e artistas locais é um reforço que dinamiza esta opção.

E com isso a TV Maxambomba vai à rua, à praça. Seu público se amplia, passando a atingir um leque maior de gente não organizada em uma estrutura determinada. Sua aceitação dependerá decisivamente da qualidade intrínseca do que mostrar em seus programas, agora exibidos em um telão de 2,50m com potentes caixas de som.

Câmera aberta

Cáritas RJ

Marcylene de Oliveira*

Foto: Marcelo Riani Marques



Cena do vídeo "O boneco é a mensagem"

A Arquidiocese do Rio de Janeiro, através de sua Cáritas diocesana implantou em convênio com a LBA um setor de vídeo no ano de 1988. O projeto denominado Materno-Infantil estava inserido na área de Recursos Audiovisuais, com a proposta de ser mais um instrumento para auxiliar o processo de absorção do conhecimento, que já vinha sendo desenvolvido pela Cáritas há vários anos, com o uso de eslaides e filmes.

A predominância na adoção de atividades que giram em torno da comunicação audiovisual deve-se ao fato de que estes recursos são os que melhor permitem uma leitura à faixa de população atendida pela Cáritas, portadora de alto índice de analfabetismo e num estágio de consciência que não permite maiores abstrações.

O êxito no trabalho com estes recursos audiovisuais fortaleceu a investida nas novas técnicas oferecidas pelo vídeo, já exigida pelos próprios habitantes das comunidades carentes, que se deparavam freqüentemente com este novo instrumento e, de certa forma, dominavam esta linguagem.

O vídeo passou a ser mais um meio para fins educativos e de lazer, utilizado nas atividades comunitárias, estimulando o trabalho e reflexão em grupo, propiciando uma maior mobilização, mas agora com uma significativa diferença: todo o material produzido e exibido nas comunidades carentes teriam a participação direta das próprias pessoas moradoras nestes ambientes.

O PROJETO

O setor Vídeo nasceu dividido em três setores distintos: Produção, Acervo e Exibição. O ponto de partida foi a realização de um curso, onde os líderes comunitários aprenderam noções básicas para produzir vídeos: gravar, supervisionar edição, e ainda capacitação para manusear os equipamentos — todos em VHS — para facilitar o desempenho na exibição em suas comunidades.

Profissionais da área de comunicação foram contratados para o treinamento, que se estendeu por dois meses. Alguns destes profissionais continuaram prestando serviço ao longo do projeto, median-

* Coordenadora do Centro Audiovisual da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

te solicitação dos líderes. Os participantes do curso — selecionados entre os que já estabeleciam contato entre a Cáritas e suas comunidades — direcionaram suas habilidades, e começaram então a gravar debates, cursos, que eram simultaneamente exibidos, em material bruto, nos locais de gravação.

Em reuniões semanais de avaliação surgiram as primeiras idéias de realizar vídeos completos (editados), sem no entanto abandonar o vídeo-processo, que sempre foi o mais requisitado. Como o projeto havia encomendado paralelamente dois vídeos de U-Matic, um sobre amamentação e outro sobre saúde, por questões de qualidade, os líderes estimaram também realizar sua própria produção, que foi concluída com cinco vídeos em VHS.

Ao mesmo tempo, o setor Acervo, com uma estagiária de comunicação social, fazia o levantamento de material audiovisual existente sobre temas abordados nos cursos, treinamentos, encontros desenvolvidos pela Cáritas, e vídeos de outras instituições afins, iniciando a organização de uma videoteca para possibilitar o acesso das comunidades a uma lista de títulos variados, com o objetivo de abranger áreas de interesse dessas pessoas.

As solicitações para exibição nas favelas começaram a crescer, e foram adquiridos dois jogos completos de TV e vídeo para empréstimos, juntamente com a fita solicitada por eles no setor Acervo. Ao longo do ano de 1988 foram realizadas 49 exibições, nas mais diversas áreas do município, que atingiram um público de 2.225 pessoas, em associações de moradores, escolas, creches, paróquias e também em comunidades sem nenhum tipo de organização, situados embaixo de viadutos, como é o caso de Santo Cristo perto da Rodoviária e as cavernas de Malvinas, na estação do pré-Metrô de Maria da Graça, onde as exibições ocorreram na rua com pleno êxito.

Estas exibições eram inicialmente solicitadas pelos líderes já acostumados com o trabalho na Cáritas. As mesmas pessoas que antes pegavam projetores emprestados passaram a requisitar o vídeo. Os materiais escolhidos eram enfatizados segundo o tema do projeto: Amamentação, temas ligados à infância, mas com a divulgação da "novidade", começaram a solicitar com frequência vídeos sobre diarreia, infecções respiratórias agudas, sempre em torno da questão da saúde, mas sobretudo as produções em material bruto onde eles poderiam assistir a sua própria conduta e a de seus familiares retratadas no vídeo.

As exibições eram acompanhadas de uma estagiária em pedagogia que fazia o papel de animador cultural e registrava a reação da platéia para posterior análise. As dificuldades de locomoção de material, de organização para a própria exibição eram imensas, mas permitir o acesso deste novo instrumento a estas comunidades sempre foi fator primordial, que amenizava as barreiras cada vez mais profundas.

O que ficou desta experiência

O propósito de desmistificar a utilização do vídeo e com isso do aparato tecnológico que o acompanha foi atingido: a primeira produção de um vídeo editado, gravado na favela das Malvinas apontou para a carência do manuseio das técnicas — Como fazer a iluminação diante de uma comunidade que mora dentro das cavernas? E mais: a fita foi esquecida; a bateria já chegou descarregada. As imagens registravam um despreparo total, mas a intimidade e curiosidade com os novos aparelhos cresciam a cada dia.

O primeiro vídeo foi marcado por uma sucessão de **fades** e efeitos especiais, exigência dos líderes comunitários que pediram a compra de não só um gerador de efeitos, como também um gerador de caracteres para a ilha de edição.

A visão da realidade feita por quem realmente convive com ela, sem retoques, estava realmente presente. Se a câmera estava fraca, optou-se por um rápido estágio com um profissional, onde se avançou um pouco mais. No entanto todas as carências apresentadas não poderiam ser solucionadas desta forma, na medida em que a verba do projeto garantida pela LBA não permitia maiores extravagâncias, já que quanto menos se gastava em vídeo, mais sobrava para as áreas de formação e apoio às comunidades, que completavam o projeto.

Um ano de projeto, um ano de experiência e aprendizado mútuo. Os profissionais que acompanhavam a equipe descobriram, a cada dia, um pouco da dura realidade que faz parte do cotidiano destas pessoas, em sua luta pela sobrevivência. Os "agentes" comunitários por sua vez aprendiam o novo instrumento e colocavam nele a sua linguagem. Esta linguagem, que inicialmente se traduzia apenas por uma tentativa de reprodução dos modelos dos meios de comunicação vigentes foi aos poucos tomando nova forma. O olhar da câmera significava olhar a realidade em volta, e não importava muito o foco, o ângulo, os planos exigidos pelos profissionais. O **zoom**, usado em exagero não se limitava a descoberta deste recurso na câmera: a linguagem deles era realmente pontuada por **zooms** e **closes**. A preocupação com o produto acabado era mínima, pelo simples motivo de que as gravações brutas já representavam para eles o material acabado que precisava ver mostrado no mesmo dia.

Um resumo do setor de produção do Projeto Materno/Infantil apresenta as seguintes características:

— Idéias para roteiros não sofreram qualquer tipo de censura. Desta forma não se questionou o porquê da escolha, nem tampouco a sua validade.

— Falhas na iluminação. A luz nunca foi apontada como prioridade.

— Abuso na exploração dos recursos técnicos disponíveis.

— Ênfase no material bruto em detrimento do vídeo editado, tendo como justificativa a necessidade de ver e ouvir sua própria gente retratada sem cortes.

— Prioridade em gravar as mais expressivas atividades da comunidade, justificada pelo desejo de exibição em comunidades vizinhas, como prova de melhor desempenho em matéria de organização.

— Nenhum interesse no aprendizado de edição. Sublinha-se com isso o desejo de manter o vídeo-processo como prioritário.

Já a exibição pode ser entendida com a seguinte avaliação:

— É perda de tempo exibir matéria! no dia da entrega do t'fquete de leite ou qualquer outro "prêmio". A comunidade não consegue se concentrar.

— É necessário limitar o número de pessoas em cerca de 30. Exibições com grandes platéias foram inúteis.

— Crianças e bêbados sempre prejudicaram muito a exibição. Seria necessário um trabalho paralelo do animador com estas pessoas.

— A ameaça do mau tempo prejudica sensivelmente a exibição. A preocupação com a chuva e a volta para casa acaba por dispersar a atenção.

— Temas que enfatizam problemas ligados à saúde, doenças de um modo geral ganham interesse e participação imediata.

— Quando estimulados, gostam de contar casos e experiências pessoais.

— A exibição do vídeo com cenas da própria comunidade, apresentando moradores e locais conhecidos servem como fato desinibidor, anterior à projeção de qualquer tema.

Após o término do projeto, a Cáritas, como de costume, assumiu a sua continuidade no ano de 1989, com cursos de edição e operação, e permitiu ainda o desenvolvimento das filmagens em algumas comunidades. Esse processo despertou ainda mais o interesse das pessoas pelo vídeo, e deu origem a TV Maré, que hoje congrega três comunidades: Nova Holanda, Maré e Parque União.

O câmara do Projeto Materno/Infantil, Ivo Pereira, mobilizou a sua comunidade para a realização desta TV, que já ganhou espaço na imprensa, e que inicialmente está exibindo material bruto na associação de moradores, apresentando uma linguagem própria, às vezes mesclada com traços da TV Pirata, tão conhecida por todos nós. Já estão previstos, no entanto, edições do telejornal comunitário "Contrastes" e reportagens especiais. Os líderes comunitários avançam com a exigência de produção de vinhetas, no estilo Hans Donner.

Vale questionar: o domínio das técnicas representaria um eterno retorno à reproduzibilidade dos modelos tradicionais? A qualidade agora exigida pela equipe assinala este caminho, e aponta para a ampliação da distância de uma autêntica linguagem comunitária.

Foto: Marcelo Riani Marques



Cena do vídeo "O boneco é a mensagem"

As histórias de vida nos meios eletrônicos

Jacira Melo*

A cena pública

Há uma circunstância política favorável, no início dos anos 80, para que alguns grupos feministas venham a ser também exploradores da imagem eletrônica. Refiro-me à emergência dos movimentos de mulheres no cenário social e político do final dos anos 70. A partir de 1983, alguns grupos feministas incorporam com impressionante rapidez a imagem eletrônica. De certa forma, as câmeras de vídeo e gravadores portáteis, de custo relativamente baixo e de simples operação, trazem maior possibilidade para que as mulheres venham a ser as realizadoras da sua própria imagem. À sua maneira, revelam-se aprendizes e realizadoras de vídeo.

Revedo mentalmente algumas cenas, acho que posso dizer que há no vídeo feminista uma clara preferência em gravar a mulher no espaço público. Próximas de fábricas, creches, delegacias, hospitais, hotéis, igrejas. Ou ainda em meio a uma passeata ou num passar ligeiro entre o trabalho e a casa. Para além da diversidade dos temas abordados, há nesses vídeos uma característica que os unifica: a rua como cenário privilegiado.

O que dizer dessa preferência em gravar no mundo público, justamente o "não lugar" da mulher, ou o lugar interdito. Talvez se possa dizer que há em todos esses programas uma ressonância do projeto político feminista de politização do cotidiano. Nos vídeos, através de recortes do dia-a-dia, atribui-se uma ênfase especial à esfera do privado, do particular e da experiência mais imediata. Existe a busca de uma articulação entre vida privada, vida social e vida política. Daí a necessidade de deslocamento e de ruptura com as fronteiras que demarcam o espaço privado e o espaço público.

Tomarei como exemplo o vídeo "Mulheres no canavial", para melhor trabalhar esse aspecto da cena pública. Neste vídeo a câmera mostra vários aspectos do cotidiano de trabalho das mulheres bóias-frias que, focalizadas em primeiro plano, nararam em seus testemunhos uma multiplicidade de contradições e uma situação de opressão que não se limita à relação capital/trabalho, mas também à repressão dos costumes. Durante trinta minutos a

câmera insiste em ultrapassar as fronteiras que demarcam o limite entre vida privada e vida pública, busca permanentemente uma expressão que inclui o corpo do trabalho, da sexualidade e da subjetividade. As seqüências, ao revelarem a intimidade das mulheres com o espaço do trabalho, também revelam um cotidiano que inclui o cuidar dos filhos, o arrumar a casa, o fazer a comida, o cortar a cana e o sonhar com a reforma agrária. Nas últimas seqüências de "Mulheres no canavial" as trabalhadoras rurais entram em suas casas. Nesse momento, a câmera se despede das protagonistas, ficando do lado de fora das casas. Ao meu ver, essa atitude evidencia o que comentamos até agora. Ao dispensar a entrada no interior das casas, o vídeo oferece significações claras. As intimidades reservadas tradicionalmente à esfera do privado foram desvendadas nas diversas fases de um dia de trabalho.

As histórias de vida tecem o vídeo

Outro elemento trabalhado com propriedade no vídeo feminista, que para mim importa destacar, é o depoimento enquanto fio condutor da narrativa. As histórias de vida tecem os vídeos; através de expressão e voz as mulheres recriam suas experiências. Por segundos, a fala de cada narrador toma a cena e se transforma em tema principal. A opção por essa abordagem busca abrir microfone e câmera para que as protagonistas dêem sua versão acerca do universo trabalhado.

E aqui chegamos a um ponto indispensável para se pensar o espaço das histórias de vida nos meios eletrônicos. Qual é o lugar da experiência vivida, se mal temos tempo de ver passar uma imagem?

Ao meu ver, a prática com a imagem eletrônica leva a um exercício que exige uma leitura mais veloz e conseqüentemente uma compreensão mais concisa. Esse processo envolve ao mesmo tempo realizador e receptor. Essa constatação, aparentemente óbvia, só interessa aqui na medida em que traz implicações decisivas para a construção da

* Presidente da ABVP.

mensagem. Sabemos que o modelo de tevê brasileiro, que é monopólio de puro comércio e consumo, não trabalha com as diversas formas da narrativa. Sabemos também que a nossa formação enquanto realizadores de vídeo está profundamente marcada pela nossa condição de espectadores de tevê. Essa condição, obviamente, repercute sobre nossa relação com o fazer vídeo.

Me pergunto agora: há ainda espaço no vídeo para o narrador de histórias longas, lentas e com detalhes? Acredito que há o receptor para os testemunhos com detalhes e até para um certo silêncio. Evidentemente, não me agrada a idéia da imagem ilustrando uma fala ou vice-versa. Acredito que devemos buscar permanentemente uma relação entre conteúdo e forma e não uma complementação.

Terei em conta o vídeo "Beijo na boca" para buscar explicitar uma experiência onde a base narrativa está ancorada em depoimentos. "Beijo na boca" é um vídeo que incursiona pelo mundo da prostituição, através do testemunho das mulheres que têm como fonte de sustento a venda do corpo. A câmera vasculha imagens expressas por aquelas que rondam as ruas Santa Ifigênia, Vitória, Aurora e São João, em São Paulo. A chamada Boca do Lixo, caracterizada pelos seus pequenos hotéis de rápida permanência, prostíbulo, casas com shows de streep-tease e michês mais baratos. O vídeo não se preocupa em explicar os acontecimentos, achar vítimas ou culpados. Volta-se para tentar mostrar uma maneira de habitar o mundo da prostituição, que só pode ser contada por mulheres que estão em certas esquinas e determinadas calçadas. As imagens de prostitutas que atravessam a cultura de nossa sociedade foram sistematicamente esculpidas por aqueles que insistem em expressá-las a partir de preconceitos ou de teses formuladas ao largo da complexidade real da existência de seres concretos.

No desdobramento dessas opções do fazer vídeo, observa-se que as realizadoras empreendem-se em mostrar e descrever uma dada problemática, não deixando à vontade o olhar de quem assiste. Contudo, a construção do vídeo a partir da experiência e da subjetividade o torna uma referência suficientemente flexível e que, enquanto tal, pode ser completado, criticado, incorporado, transformado ou rejeitado.

Uma parcialidade assumida

Numa outra direção, penso que convém ser ressaltada a dificuldade de se estabelecer nesses vídeos uma nítida separação entre o discurso da mulher que elabora e trabalha a informação, da mulher que expressa sua experiência na frente da câmera. Ao optar por se expressar a partir do lugar de militante, a realizadora feminista coloca-se como sujeito e objeto do discurso engendrado no vídeo. Trabalha baseada numa parcialidade assumida, não escamoteando compromissos, ao contrário, coloca-se como parte de um mesmo projeto político.

Para mim, não se trata de buscar definir o melhor lugar para se expressar enquanto realizador. O que talvez seja interessante refletir acerca desse aspecto é o seu significado na construção do vídeo.

Compartilhar objetivos políticos com as pessoas com as quais realizamos um vídeo pode trazer uma série de vantagens para o processo de produção. Entretanto, um olhar menos apaixonado me leva a pensar que as vantagens virão desde que as pessoas responsáveis pela articulação do vídeo não percam (de preferência) a condição crítica necessária para a produção da informação. Em outras palavras, significa não deixar que o envolvimento obscureça as incoerências, os descompassos e as informações contraditórias inerentes a uma problemática.

As minhas reflexões pessoais indicam que não há nenhuma estratégia mágica para se alcançar a difícil tarefa de considerar os diferentes aspectos de uma dada situação abordada. Acredito que um dos caminhos possíveis é correr o risco de começarmos a falar e discutir sobre esse e tantos outros desafios.

UMA PRODUÇÃO TRANSGRESSORA DOS COSTUMES DEIXA O GUETO

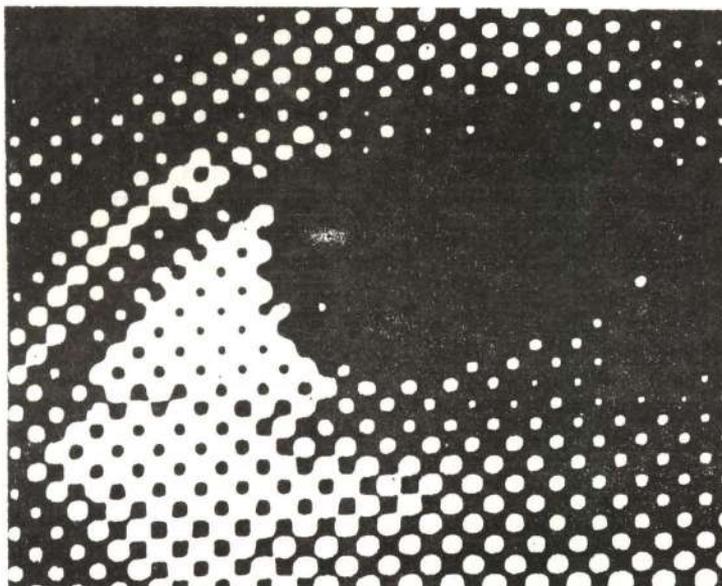
A curta história do vídeo feminista é marcada, essencialmente, pelo documentário. Foram produzidos nos últimos seis anos aproximadamente uma centena de programas. As condições de produção e a falta constante de recursos talvez tenham contribuído para a tímida experimentação a nível da linguagem. Em todos esses anos, há apenas duas incursões pelo gênero da ficção. O vídeo "Epicentro do amor", realizado em 1987, e "Denise", finalizado em 1988.

Considero que a narrativa ficcional no vídeo "Denise" possibilitou abordar com linguagem despojada, direta e simples um tema complexo e árido como o da contracepção. "Denise" não só age de forma instigante e transgressora, mas também desvenda um conjunto de valores e preconceitos existentes em torno do exercício da sexualidade da mulher. Ao meu ver, o vídeo "Denise" revela de maneira definitiva que o caminho da ficção é absolutamente possível para a produção alternativa.

Enquanto se analisa o chamado "refluxo" do feminismo, e se questiona a sua capacidade de ainda mobilizar atenções, uma produção transgressora dos costumes deixa o gueto e passa a ocupar as salas de aula, as tevês dos sindicatos e as programações dos centros culturais. De forma que é possível dizer que os vídeos feministas falam da problemática da mulher, mas não exclusivamente para as mulheres. Questões de filhos, contracepção, gravidez na adolescência, etc., dizem respeito a toda uma sociedade. O fato de se realizar um programa a partir de um segmento específico não significa que o vídeo é dirigido unicamente para um tipo de receptor.

A expansão do vídeo popular e a atuação da ABVP

Diretoria da ABVP



No futuro, possivelmente, os anos oitenta ficarão marcados pelo processo de redemocratização, com suas esperanças e desesperanças, pela gravidade da crise econômica, assustando o nosso cotidiano com a possibilidade de hiperinflação no *day after*, assim como pelo acelerado desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação que revolucionam as possibilidades de informação, de notícias, de intercâmbio e muito mais. Neste último item, acreditamos que o vídeo popular, ou seja, o acesso que os grupos e os movimentos populares estão tendo a este meio, as possibilidades de usar equipamentos portáteis mais leves, mais baratos e mais ágeis como instrumento de registro, de análise crítica, de divulgação de suas imagens-mensagens e de reforço da ação política, também terá o seu lugar na história, assim como tiveram os documentaristas do cinema novo no movimento popular da década de sessenta.

Hoje, os movimentos sociais se defrontam com um país que possui cerca de 80 milhões de telespectadores, servidos por 30 milhões de aparelhos e a quarta maior rede de TV do mundo. As políticas adotadas pelos governos nas últimas décadas concentraram os meios de comunicação nas mãos de poucos grupos econômicos e excluíram a expressão de alternativas propostas pelos setores populares. Esta realidade tem impulsionado nos movimentos sociais a necessidade de elaborar e

implementar estratégias de comunicação mais avançadas, visando a democratização da informação nos grandes veículos, no país como um todo, e a utilização dos mais diversificados meios, que potencializem a circulação e os processos de comunicação, entre eles o vídeo. Isto parece estar fazendo com que, no atual período, o vídeo se torne um meio da maior importância nas mãos destes movimentos, subvertendo estruturas e monopólios de comunicação com a diversidade incontável de imagens que são difundidas em novos e crescentes circuitos.

Esta nova fase da imagem em movimento, via vídeo, nas mãos dos grupos populares, teve seu início no Brasil a partir de 1982, contando inicialmente com o apoio de alguns setores da Igreja, de centros de educação popular e de sindicatos de trabalhadores. Em 1984, o vídeo popular ganha novo impulso quando cerca de 40 grupos, até então existentes no país, se reúnem no I Encontro Nacional do Vídeo do Movimento Popular, em São Bernardo do Campo. Neste fórum, os debates refletiram o papel do vídeo, sua postura crítica frente aos conflitos sociais, suas possibilidades enquanto instrumento de intervenção e denúncia. Aí também foram identificadas as precariedades: dificuldades de produção, pequeno nível de formação dos realizadores, programas sem circulação entre os grupos e na sociedade e falta de troca de experiências e de informação.

Deste conjunto de debates, e da busca de um intercâmbio permanente, nasceu a ABVP — Associação Brasileira de Vídeo Popular. Hoje somos cerca de 180 associados atuando em quase todos os estados do Brasil, em espaços diversificados, como em sindicatos, movimentos de mulheres, negros, ecologistas, sem-terra, em centros de educação popular, escolas de formação sindical, grupos ligados à Igreja e em entidades autônomas, mas com propostas de comunicação, ligadas aos movimentos populares, a exemplo da TV Viva, FASE, Cecip, Ceta-Ibase e Iser.

Após cinco anos de existência, a ABVP está consolidando projetos importantes, apontados no primeiro encontro de 84 e amadurecidos nos quatro encontros seguintes, nas áreas de distribuição, formação e intercâmbio de informações.

A experiência de distribuição

Um dos nossos maiores desafios está sendo consolidar a criação no Brasil de um sistema de distribuição de vídeo popular, que torne acessível para o conjunto da sociedade, e em particular para os movimentos sociais, toda uma produção à margem dos veículos tradicionais.

Até 1986, a circulação dos trabalhos produzidos em vídeo pelos grupos ligados aos movimentos sociais esteve circunscrita à exibição intragrupal. A partir de 1987, a ABVP inicia uma parceria com o CDI (Cinema Distribuição Independente), e começa a implantação do CineVídeo, um sistema de distribuição no formato VHS, que conta com o apoio da Fundação Ford. Nesta parceria, a ABVP reúne as produções em vídeo realizadas, a partir de perspectivas sócio-culturais, por videastas populares, alternativos e independentes. A CDI congrega produções realizadas por cineastas independentes de curta, média e longa-metragem. Esta iniciativa comporta um duplo pioneirismo na América Latina, por um lado congrega a grande maioria de realizadores de vídeo popular de um só país e também reúne, por outro, cineastas e videastas em torno de um instrumento comum na divulgação e distribuição de trabalhos comprometidos com os interesses dos movimentos sociais.

Estamos, entretanto, em decorrência deste ineditismo, enfrentando toda uma sorte de dificuldades e desafios. Os passos iniciais mais importantes foram dados, sendo eles: o levantamento e a classificação da maioria da produção de vídeos no país, na área popular, até 1988; a montagem de uma infra-estrutura técnica para o processo de cópiagem; armazenamento das matrizes e atendimento dos interessados e a elaboração de um catálogo temático, distribuído para cerca de quatro mil entidades em todos os estados do Brasil. Mas, inevitavelmente, a repercussão da distribuidora, através de um crescimento de locação e compra de títulos, que se supera mensalmente, provoca dificuldades

no atendimento dos pedidos, precipita o cronograma de consolidação do projeto e exige meios de descentralização da distribuição.

O nosso maior desafio dos próximos anos nesta área será, portanto, encontrar formas de regionalizar esta atividade. A criação de uma rede nacional de distribuição, organizada a partir das seções da ABVP, e uma política de incentivo à formação de videotecas em todo o país são algumas das soluções que se apontam para a expansão do projeto.

Por outro lado, a diversidade dos envolvidos nas pontas deste processo de distribuição, de um lado os realizadores e do outro as entidades e movimentos utilizadores de sua produção, é também fator de expectativas e interesses conflitantes. Dentre os realizadores, a vontade de ter um escoamento e uma divulgação ágil e ampla dos seus trabalhos, potencializando a divulgação de suas mensagens, costuma entrar em choque com aqueles que buscam educar os utilizadores sobre a importância de sustentar novas produções, vinculadas organicamente aos seus projetos sociais e políticos. Já os que estão no time dos utilizadores também têm traços distintos; uma parte demanda uma postura assistencialista e paternalista dos realizadores, uma outra paga pelo serviço, mas, com razão, cobra qualidade técnica e melhor tratamento das temáticas quando se frustra com a qualidade de alguns vídeos. Enfim, este é um outro campo complexo que remete para a ABVP o papel de aprofundar o intercâmbio, a formação, a troca de informações e de reflexões sobre esta nossa área específica de produção e distribuição, estreitando os laços entre realizadores e utilizadores.

A proposta de formação da ABVP

O vídeo popular tem apresentado significativo avanço quanto aos recursos empregados na produção e utilização dos programas. Porém, os formatos e os elementos de linguagem presentes na maioria dos programas são limitados, repetitivos e refletem uma formação ainda precária de grande parte dos realizadores. De um modo geral, a produção de vídeo é feita por participantes dos movimentos sociais sem formação específica na área e sem domínio do meio. Embora não acreditemos que a qualidade das produções se limita ao campo técnico-operacional, é natural que a manipulação correta dos equipamentos pode levar à realização de um programa sem ruídos; entretanto, ele só atingirá os objetivos propostos se considerar também o conteúdo, o público-alvo, o processo de recepção e utilização do vídeo.

Com base nestas considerações, a ABVP já realizou quatro cursos e três oficinas na área de formação, a partir de 1985, em São Paulo, Rio de Janeiro e Natal.

Estes pressupostos, somados à avaliação dos cursos realizados e às demandas crescentes dos realizadores, nos conduziram à elaboração de um projeto que proporcionará um processo de formação adequado e específico para os participantes ligados à área popular. Nele, procuramos articular a prática técnico-operacional, a teoria, o repertório audiovisual, o papel do realizador e as necessidades do movimento popular.

O aperfeiçoamento desta proposta aponta para a organização de um programa de formação seqüencial, composto de cursos de vários níveis, evolutivos e integrados, onde os participantes terão condições de completar um ciclo de formação na área, partindo das informações básicas e concluindo com cursos de aperfeiçoamento.

As necessidades de ampliação dos veículos de informação

A área de informações é o outro ponto chave do tripé que entendemos como necessário para o avanço do vídeo popular no Brasil. A experiência da ABVP nesta área tem-se dado, prioritariamente, através da publicação do boletim **Vídeo Popular**. Esta iniciativa tem apresentado dificuldades como

a irregularidade na periodicidade da publicação, que deveria ser trimestral, e a indefinição editorial.

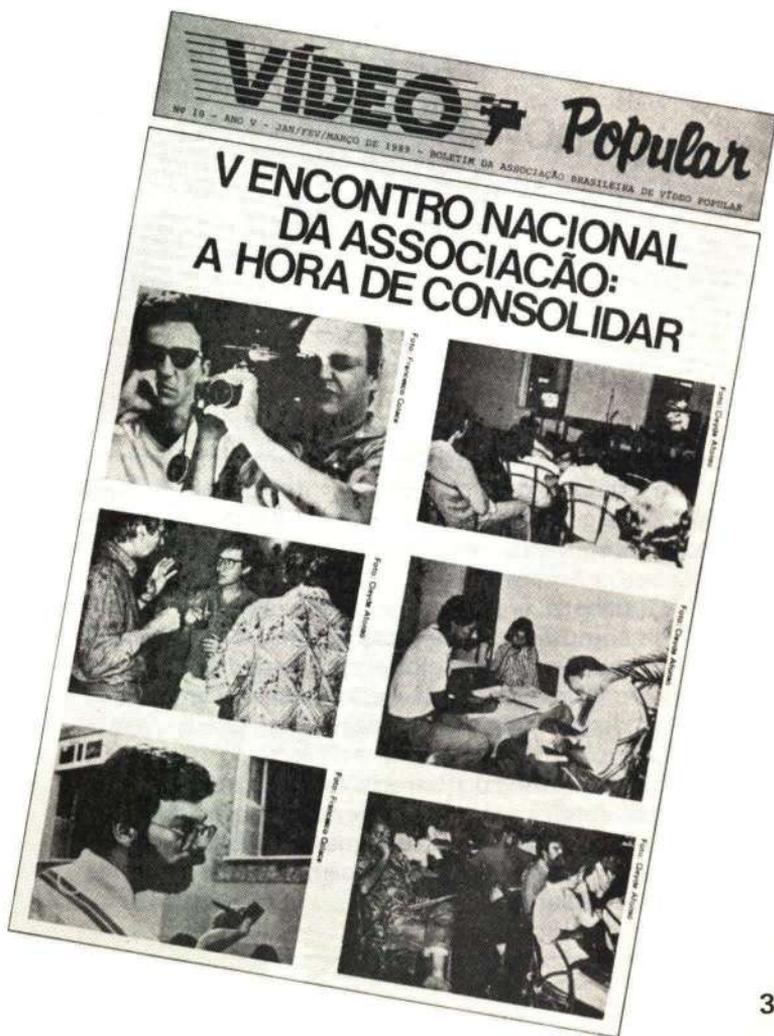
As nossas avaliações apontam para a necessidade de reestruturar as características desta publicação e criar novos canais de comunicação dos associados entre si e com a sociedade civil. O objetivo a ser atingido buscaria garantir a democratização da informação a partir de uma ágil troca de informações, dados e experiências que propiciem elementos para uma reflexão e debate sobre o vídeo popular. Os veículos pensados seriam um informativo mensal e uma revista semestral.

No primeiro caso, a criação de um informativo, com periodicidade mensal, tem o objetivo de socializar as informações recebidas e possibilitar a expansão do intercâmbio de experiências entre os grupos realizadores que atuam no movimento popular. Esse informativo configura-se como a forma mais adequada para garantir o fluxo de informações.

No segundo caso, a **Revista Vídeo Popular**, a ser lançada no próximo ano, com periodicidade semestral, representa o espaço para a abordagem reflexiva e teórica sobre temas relacionados ao universo na comunicação e educação popular.

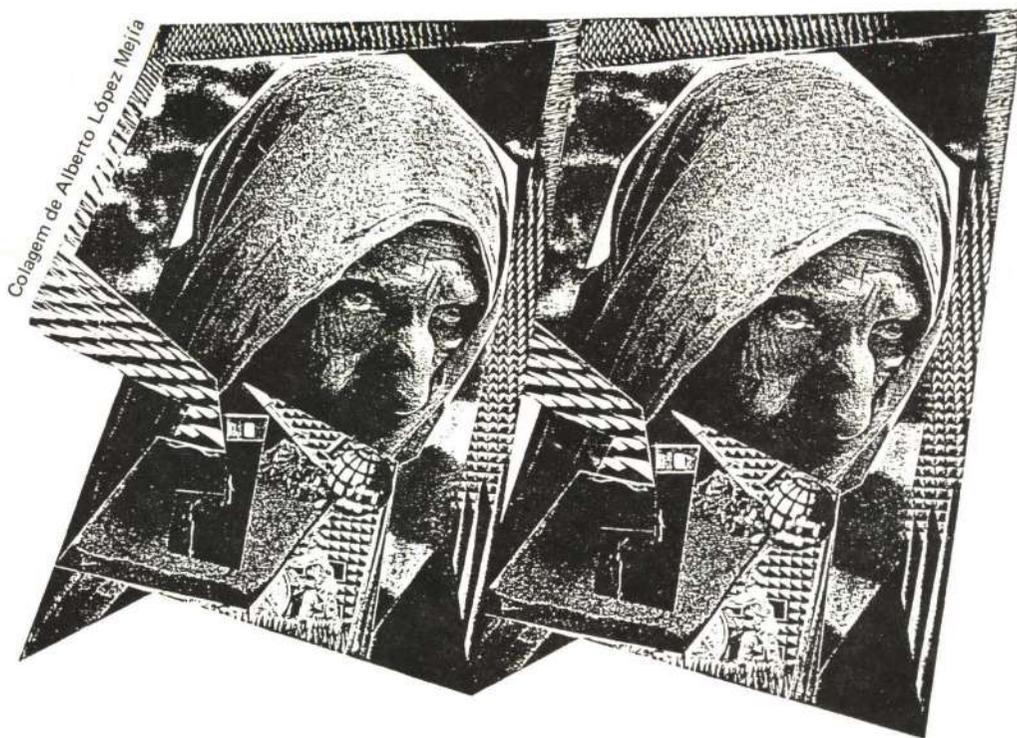
Algumas atividades desenvolvidas pela ABVP:

- três cursos de capacitação para grupos populares (São Paulo, Rio de Janeiro, Natal);
- um curso de "Roteiro e dramaturgia no vídeo popular" realizado em São Paulo;
- três oficinas de capacitação em vídeo ocorridas simultaneamente aos encontros nacionais no período de 84 e 86;
- criação e implantação da Distribuidora CineVÍdeo, em parceria com a CDI;
- organização de 12 mostras itinerantes nacionais e internacionais, nos últimos dois anos;
- promoção do Concurso Nacional de Roteiros, com o apoio da Fundação Ford;
- edição e publicação de 11 números do boletim **Vídeo Popular**;
- realização de quatro encontros nacionais; e
- realização do I Encontro Regional das Regiões Norte e Nordeste em junho de 1989.



D'América Imagem Latina

Mabel de Faria Melo*



Colagem de Alberto López Mejía

Informação x desinformação. Manipulação x participação. Recepção x interlocução. Esses são alguns paradigmas sobre os quais muito se discute atualmente no campo da comunicação.

O debate é matizado pelos "efeitos diabólicos" da comunicação de massas, que transformou o planeta numa aldeia global povoada de antenas metálicas que aprisionam idéias, obscurecem vontades e escamoteiam medos e necessidades.

Neste contexto insere-se também o vídeo popular na América Latina, que surge como alternativa a este gigante invisível que através da sua luz colorida e sonora nos torna cada vez mais pobres em histórias surpreendentes.

Como diz Walter Benjamin, a arte de contar história está no fim, ela foi suplantada pela era da informação, cujos "fatos já nos chegam acompanhados de explicações"¹, que se impõem a quem os recebe como os intérpretes da verdade, inquebrantável e única.

Durante seus primeiros tempos, o vídeo popular é a expressão da revolta a este estado de coisas, e se propõe fundamentalmente a contar a história que não é contada, a mostrar realidades que são tidas como inexistentes e a dar voz aos emudecidos pelos meios dominantes.

É nessa trilha que começa a crescer o movimento de fazer vídeo popular alternativo em nos-

* Assessora do setor audiovisual da FASE.

soos países. Vários grupos munidos de equipamentos mínimos partem para esta aventura², aprendendo no fazer e descobrindo as formas de criar. E é precisamente essa diversidade e esta busca criativa que virão fortalecer posteriormente o movimento de vídeo latino-americano. Alguns pressupostos levam os realizadores de vídeo a aprofundar sua relação com os setores populares que buscam atingir e a refletir sobre seus objetivos e seus processos de produção.

O compromisso político desses videastas com os setores populares levou-nos a desafiar com nossos instrumentos e com idéias, nossas e das camadas organizadas da população, uma conjuntura social e política, na qual os governos consideram as classes populares como parceiros-fantasmas ou cidadãos de segunda categoria.

Impôs-se como tarefa fundamental aos comunicadores populares resgatar, através de imagens e depoimentos, a trajetória de lutas e a dignidade desses setores populares. Ao vídeo popular alternativo passamos a atribuir o papel de ser muito mais que alternativo aos meios massivos por considerá-lo instrumento daqueles que trabalham com a perspectiva de transformação social de nossos países. O foco da discussão, antes centrado na questão da cultura popular x cultura de massas, passa a recair sobre o contexto político global no qual o vídeo popular se insere, sem necessariamente desprezar o primeiro questionamento. Questionamento este pautado pela lógica não comercial das produções e pelo seu caráter educativo, cultural e político.

De imediato isso traz grandes desafios, muitos deles não respondidos ainda, que vão desde a apropriação tecnológica de equipamentos nem sempre adequados aos usos propostos até a necessidade de aprofundar uma reflexão sobre as mediações que estamos criando para interpretar as percepções e experiências desses sujeitos.

De uma maneira quase unânime, os realizadores de vídeo popular afirmam que a velocidade da produção e utilização do vídeo não é acompanhada de forma satisfatória de uma reflexão sobre suas experiências. Poucos já adotaram como prática a avaliação permanente de suas experiências e difusão de suas conclusões.

Parte disso decorre do fato de que, apesar dos precursores do vídeo popular virem de campos do conhecimento da comunicação, a produção alternativa toma corpo e assume a dimensão de instrumento de expressão dos valores e da memória popular, quando incorpora no seu interior a participação daqueles que não detêm essa bagagem específica³ e, principalmente, dos próprios atores sociais. Vemos o caso do Chile, por exemplo, onde o vídeo é produzido majoritariamente por instituições de

educação popular, organizações intermediárias e produtores independentes ligados ao campo da educação popular.

Se por um lado esta conformação trouxe alguns problemas em relação à qualidade técnica e ao desenvolvimento da linguagem, por outro ela representa a essência do vídeo popular, e aponta a orientação e o papel que queremos imprimir em nossa ação de comunicadores populares. Os modelos de produção e as formas de utilização em vários países da América Latina nos permitem concluir que o vídeo popular tem seus alicerces na dimensão educativa, e como tal ele é entendido como um instrumento de comunicação participativa e horizontal. Mesmo no Uruguai, onde não existe uma produtora que se dedique exclusivamente a produzir vídeo educativo, as produtoras estão fazendo-o, de uma forma ou de outra.⁴ Ele surge em nosso continente como resultante das demandas e necessidades dos movimentos organizados de base, e nunca anterior a elas, mas sim como realimentador destes movimentos.

O vídeo popular vem reforçar a luta democrática dos setores de base em conjunturas de transição política, como é o caso do Peru e Brasil, por exemplo. Toma seus primeiros contornos como instrumento de reflexão coletiva a aglutinação de forças oposicionistas ao regime militar chileno, e aos setores dominantes no Uruguai. Ou ainda, como resgate cultural, através do vídeo antropológico que é produzido na Bolívia, concebido e realizado com a participação dos quechuas aymaras.

É dentro desta diversidade que o vídeo popular significa um meio na construção da identidade social e cultural em cada um de nossos países. Mas, constatar a riqueza desta diversidade não basta. Ela deve necessariamente conduzir-nos para uma reflexão sobre os distintos processos de produção e as formas de difusão e utilização que nossos produtos estão empregando. Isso implica, fundamentalmente, analisar como estão se constituindo as relações entre os realizadores e os atores sociais que queremos retratar.

Mesmo considerando que as informações e análises sobre este tema são bem escassas, nos arriscamos a afirmar que apesar de grande parte dos grupos e entidades produtoras ter como pressuposto metodológico a participação dos representantes das comunidades em todas as fases de realização do vídeo, isso ainda não é uma realidade e só foi alcançado por poucos. Dentre esses, é conhecido o trabalho dos videastas do grupo Qhana, na Bolívia, com os camponeses aymaras, cujos vídeos são fruto de uma decisão coletiva do tema, do trabalho técnico e dos atores dos aymaras. Bem como os vídeos do Equador, onde os destinatários fazem parte do grupo que discute o tema, traça os objetivos, trabalha na produção e participa na avaliação.⁵

Observa-se que muitos grupos já alcançaram uma etapa deste processo, como Calandria no Peru, Ecos no Chile e Cimca na Bolívia, e caminham em direção à concretização de seus objetivos. Mas, boa parte da produção que chega aos setores populares e que retrata a sua problemática ainda é constituída das produções que não tiveram a sua participação; embora tenham como objetivo fundamental estimular o debate e a reflexão coletiva por parte do público, tanto sobre ele mesmo como sobre sua realidade.

Sem desconhecer a importância de cada uma dessas produções e iniciativas, diríamos que isso decorre basicamente de três fatores, que são na verdade três grandes desafios. São eles a necessidade de romper a exterioridade da equipe realizadora frente às comunidades; avançar na capacitação processual e permanente das comunidades para que esses sujeitos possam ter elementos e conhecimento que permitam uma relação de troca e uma qualificação da produção; e, por fim, criar e consolidar um trabalho de difusão e intercâmbio das produções, com uma metodologia pautada na interlocução.

O trabalho cotidiano mostra que a superação destes problemas está intimamente relacionada à luta pela democratização da comunicação e, mais amplamente, à democratização da sociedade. Mas, mostra-nos também que isso faz parte de uma aprendizagem que passa por trabalharmos as nossas próprias contradições. Muitas vezes idealizamos o popular, mitificamos os movimentos e não reconhecemos os conflitos aí tão presentes. Jorge Delgado, do Peru, observa que esta forma populista de

abordagem do popular, e que muitas vezes está presente em nossos vídeos, que se expressa em "roteiros com textos e diálogos 'paternalistas', 'orientadores e fáceis'", faz com que "embelezemos o atraso e a miséria", que no tratamento dado à trajetória dos setores populares eles sejam vistos sempre lutando, nunca rindo ou cantando, e principalmente nunca se equivocando⁶.

A explicitação desta prática, tão transparente no tratamento dos sujeitos, é um dos primeiros passos para avançarmos em nossa relação com os movimentos populares. E, de uma forma geral, os produtores brasileiros, peruanos, bolivianos, chilenos, enfim, latino-americanos, têm claro que é necessário se buscar novas formas de aproximação do popular, participando do seu cotidiano e aprendendo sua vida, reconhecendo seus projetos individuais, suas aspirações pessoais e seus pesadelos.

Os avanços, alcançados em direção à materialização desta concepção, refletem-se na qualificação da produção atual e no tratamento dado ao trabalho de difusão, que hoje constitui uma das grandes batalhas daqueles que fazem vídeo popular. Na maior parte dos países, a produção de vídeo popular ainda circula de modo esporádico e é consumida setorialmente, atingindo as organizações de base que foram retratadas e/ou participaram da produção.

Num breve panorama dos países, vemos que tanto no Equador como no Uruguai não existe uma circulação organizada da produção. Para alcançar as organizações sociais e educativas, alguns grupos no Uruguai adotaram a prática do empréstimo de equipamentos de exibição.

No Peru e Chile, também não há uma ação coordenada dos produtores para a distribuição e difusão, sendo que no Chile ela pode ser feita através de assinaturas (Teleanálises), convênios com instituições ou empréstimos diretos pelas produtoras.

Apesar de na Bolívia a circulação dos programas educativos ainda estar reduzida a circuitos reduzidos na área urbana⁷, já existe um movimento entre os grupos e entidades para organizar e ampliar essa difusão, impulsionado pelo Movimento do Novo Cine e Vídeo Boliviano. Iniciativas como esta, ou como a da Videored do Ipal, no Peru e da Associação de Vídeo Popular — ABVP, no Brasil, já possibilitam um alcance mais diversificado do público e um intercâmbio maior entre os destinatários e realizadores.

Cabe destacar que todos os grupos de vídeo popular latino-americanos concebem a recepção das produções como uma intervenção criativa e coletiva por parte dos públicos, e um momento de expressão e desenvolvimento de suas capacidades. Nesse sentido, privilegia-se a exibição em pequenos grupos fechados, onde o material pode ser discutido e apropriado.

Foto: Marcelo Riani Marques



Vídeo do grupo Qhana da Bolívia

O aprofundamento da problemática da difusão trouxe consigo uma polêmica que deve ser enfrentada em nossas análises. Alguns grupos⁸ consideram que mesmo que o centro das atividades esteja sobre a difusão grupal, deve-se tentar ocupar progressivamente espaços televisivos. Isso seria tão importante quanto a consolidação de espaços de relativa autonomia a nível de base. Opondo-se a esta ótica, alguns representantes do Peru afirmam que o movimento de vídeo vê a televisão como um lugar de confrontação econômica, ideológica, cultural e política, espaço de manipulação em essência⁹, portanto incompatível com o vídeo popular alternativo.

Avançar nesta discussão significa ir além da defesa ou não deste espaço. Implica, fundamentalmente, questionarmo-nos como combinar o fazer vídeo popular com fazer vídeos televisivos. Ou seja, de que forma o destinatário participará e interferirá na mensagem veiculada se a recepção está sendo individual? Como combinar a linguagem exigida pela televisão (rápida, pouco aprofundada) com a do vídeo popular, que deve respeitar a percepção e as formas de uso de cada setor a quem se dirige? Qual o tratamento que passaremos a dar a estas produções, que partem do princípio de que não são um fim em si mesmo, e que tem por característica a qualificação de seu uso? E, finalmente, quais as mudanças que serão necessárias no caráter destas produções geradas pelo fato de estarmos penetrando no espaço privado de cada receptor, onde as demandas e interesses são diferenciados?

Os encontros latino-americanos de vídeo popular alternativo têm dedicado um espaço considerável a esta questão. Essas reuniões que representam até hoje o *locus* privilegiado de reflexão dos videastas, e têm a sua consolidação no encontro de Cochabamba em 89¹⁰, por seu caráter democrático e aberto de participação, trazem também ao cenário da comunicação audiovisual discussões e encaminhamentos relativos a organização dos realizadores de vídeo e a capacitação para formação dos videocomunicadores populares.

Dentre as resoluções finais acordadas nestes encontros destacamos as seguintes¹¹:

Capacitação

- Promover projetos sistemáticos de capacitação para a formação de videocomunicadores populares segundo a necessidade de cada país em prazos médios, ressaltando a questão da metodologia para a comunicação e educação popular (Costa Rica);

- impulsionar em cada país o desenvolvimento da educação formal e não formal audiovisual, o melhoramento da leitura crítica destes meios audiovisuais (Havana);



Foto: Marcylene de Oliveira
Encontro Latino-Americano de Vídeo em Cochabamba/Bolívia
— junho de 89

- fomentar a discussão nas organizações populares sobre processos de produção e desenvolver a capacitação integral e constante com participação dos setores populares (Cochabamba); e

- o próximo tema debatido no Encontro Latino-Americano de Vídeo Montevideo 90 centrar-se-á na "linguagem e utilização do vídeo na comunicação alternativa" (Cochabamba).

Distribuição/difusão

- Incrementar o intercâmbio de materiais e produtos de vídeo aproveitando os espaços e estruturas existentes, tanto a nível nacional como regional. Este intercâmbio requer um tipo de organização onde as partes possam relacionar-se horizontalmente, avançando na sua conjugação. Estes canais de intercâmbio serão úteis para permitir uma fluida reflexão e crítica sobre os materiais produzidos, na perspectiva de sistematizar as experiências de uso do vídeo (Santiago);

- consolidar e aperfeiçoar as redes de distribuição e intercâmbio já existentes, nos âmbitos local, regional, nacional e internacional. Além de fomentar o nascimento de novas instâncias deste tipo (Quito);

- avaliar em cada país os processos e modalidades de distribuição e difusão. Articular as redes institucionais e grupais de distribuição e difusão com o objetivo de fortalecer as redes regionais (Cochabamba); e

- promover a difusão e distribuição de produções latino-americanas através de novas tecnologias tais como satélite, tanto a nível continental como em outras regiões do mundo (Quito).

Organização

— Incentivar em cada país a criação de uma instância de interlocução local, de acordo com o desenvolvimento e os ritmos de trabalho alcançados pelas experiências de vídeo, facilitando assim um melhor diálogo regional (Santiago);

— organizar associações gremiais em cada país, que apontem a conformação de um organismo similar latino-americano (Quito); e

— potencializar ao máximo as instâncias organizativas já existentes que têm ação regional e apóiam o Movimento de Vídeo Latino-Americano como via de coordenação para ações regionais em torno das tarefas que este movimento propõe (Cochabamba).

Este conjunto de resoluções aponta para uma qualificação na reflexão sobre a produção e utilização desses materiais, delineando os rumos e concretizando as perspectivas do vídeo popular alternativo em nosso continente.

Colagem de Alberto López Mejía



- 1 Benjamin, Walter — Obras Escolhidas — **Magia e Técnica, Arte e Política**. Ed. Brasiliense, SP, 1985 — pg.203.
- 2 O significado da aventura aqui é o empregado por Benjamin, de construção de uma experiência coletiva que junta o passado e o presente.
- 3 Ver artigo "Um novo conceito de comunicação", de Alberto Lopez Mejía.
- 4 As informações aqui apresentadas foram extraídas dos documentos apresentados pelos países nos encontros latino-americanos de vídeo e do livro organizado por Mário Gutiérrez, **Vídeo, Tecnologia y Comunicación Popular** — Ed. Ipal/Crocevia, Peru, 1989.
- 5 Se deixamos aqui de mencionar algum grupo foi por não dispormos de informação. Esta questão foi contemplada a partir das respostas dadas ao item "processo de produção" pelos países nos documentos dos encontros.
- 6 Delgado, Jorge — "Peru: do alternativo ao popular" — pág. 166 in **Vídeo, Tecnología y Comunicación Popular**, op. cit.
- 7 Os vídeos que retratam a problemática rural e dos grupos indígenas, quechua e aymara, contam com um espaço de difusão mais amplo, inclusive com transmissões periódicas por canal aberto.
- 8 Vários realizadores bolivianos vêm discutindo a necessidade de ocupar os espaços televisivos. Ver texto de Alfredo Roca no livro do Ipal, página 150, e documento final da Bolívia apresentado em Cochabamba, pág. 6.
- 9 A relação entre o vídeo popular e a televisão foi um dos pontos considerados na entrevista de Manuel Calvelo, publicada aqui na página 48
- 10 Foram realizados os seguintes encontros:
1987 — Havana: Durante o IX Festival Internacional do Novo Cinema Latino-Americano, vários realizadores de vídeo se reúnem e produzem o documento "A vinte anos de Viña del Mar".
1988 — Montevideo: **O vídeo na educação popular**;
Santiago: **Primeiro encontro latino-americano de vídeo**;
Costa Rica: **Seminário internacional sobre vídeo, comunicação popular e intercâmbio tecnológico**;
Quito: **Seminário Experiências de vídeo na América Latina**.
1989 — Cochabamba: **Encontro latino-americano de vídeo** — Cochabamba, 89.
- 11 Não nos foi possível fazer referência às resoluções finais do encontro de Montevideo, por não termos conseguido o documento a tempo de incluí-lo na matéria.

O espaço da imagem

QHANA*

Qhana é um centro boliviano de comunicação e educação popular, com 11 anos de vida e que se dedica à produção de programas de rádio, vídeo e cursos de capacitação vinculados ao movimento sindical e camponês. Nosso trabalho se localiza na região do Altiplano e nos vales de Yunqueña.

O trabalho de vídeo começa no Qhana há aproximadamente três anos, com o apoio da Unesco que nos doa equipamentos e algum recurso para capacitação.

O trabalho com vídeo tem se desenvolvido fundamentalmente em duas linhas de produção: programas informativos de interesse do campesinato e programas mais elaborados e produzidos com a própria população, com as comunidades, onde tratamos de fazer um gênero combinado entre ficção e documentário, entre depoimentos e documentário. Buscamos produzir programas de valorização histórico-cultural. Hoje contamos com aproximadamente 20 produções.

Embora Qhana seja uma instituição bastante grande, a equipe de vídeo é composta por três pessoas. Trabalhamos com o apoio das pessoas do campo e, eventualmente, com o pessoal da rádio. Mas é importante destacar que a equipe é formada em sua maioria por pessoas aymaras, que são realizadores de rádio e de origem camponesa.

Uma vez dotados de equipamentos, começamos a funcionar com os recursos próprios da entidade destinados à comunicação e educação, que nos assegura o pagamento do pessoal de vídeo e apoio financeiro na produção.

Utilizamos um equipamento U-Matic nas produções mais ambiciosas, mas contamos com vários equipamentos de Vídeo 8, com os quais fazemos registros constantes das atividades do movimento dos camponeses. Estas atividades são gravadas e exibidas simultaneamente nas reuniões, assembléias e cursos.

Em relação à distribuição e intercâmbio de produções, estamos formando lentamente uma videoteca do material produzido a nível nacional. A importância dessa videoteca se intensifica à medida que na Bolívia não existem canais de TV constituídos de uma maneira já formal para a distribuição de nossos materiais. Isto se deve em parte ao aspecto quantitativo da produção em um país

que não é muito grande. As relações pessoais entre os produtores, centros e realizadores independentes é praticamente a via normal para o intercâmbio e distribuição das produções. Mesmo considerando o movimento do novo cinema e vídeo organizado, que funciona basicamente em La Paz, não temos um organismo e uma instância de caráter nacional operativa e constituída para intercambiar mais fluidamente nosso material.

Existe hoje na Bolívia cerca de 20 produtores independentes de vídeo. Mas, o vídeo boliviano ainda não alcançou um nível profissional, embora tenha atingido um nível técnico bastante aceitável. Em termos de formação vemos que, normalmente, a maioria das pessoas se autocapacitam por interesse próprio, vinculando-se a diferentes produtoras e a diferentes realizações. Poderíamos dizer que grande parte dos produtores são autodidatas. Atualmente existe uma produtora chamada Arlequim, que organiza permanentemente cursos de capacitação em iluminação, operação de câmera, realização, etc.

Contamos atualmente com grande número de pessoas vinculadas a instituições que tencionam trabalhar com audiovisual, e que já estão trabalhando indiretamente com o vídeo e querem avançar. Existe uma expectativa muito grande em torno do vídeo, que já mostrou ser de grande eficácia no trabalho de grupos de ação no âmbito do movimento popular. Isto agrava o fato de nas universidades bolivianas não existir carreiras de comunicação, onde se possa fazer cursos de televisão, de vídeo e de cinema. Houve um curso de cinema na universidade de onde saiu o que foi chamada a "geração do vídeo". As condições para produzir cinema eram cada vez mais escassas e as pessoas que estavam em busca de uma realização audiovisual tiveram como saída utilizar o suporte tecnológico do vídeo e partir para realizar vídeos como se estes fossem cinema.

Há também uma apropriação do espaço televisivo para a divulgação das produções de vídeo. Por volta de quatro ou cinco anos, vivemos na Bolívia o fenômeno da expansão dos canais privados de televisão (existem mais de 30 canais privados de televisão no país), mas, ao mesmo tempo, há outro fato que talvez o movimento popular e suas organizações não tenham previsto e, de certa forma, tenham perdido um espaço propício em conjunturas passadas para ter um canal. Na verdade, está ocor-

* Texto extraído da entrevista de Eduardo Lopez a Marcylyne de Oliveira.

rendo uma proliferação de canais regionais em pequenos povoados, mas de grande potencialidade em termos de comunicação e de acesso das organizações populares a estes canais. Eles são constituídos basicamente pelas igrejas e pelas universidades (existem oito canais universitários no país). Qualquer produção realizada no âmbito popular tem acesso imediato a estes canais, e embora não sejam muito utilizados por esta produção é necessário aprofundar a discussão e a luta para ocupar de forma crescente os espaços televisivos dos "canais abertos".

Esta é uma batalha que temos capacidade para travar e acredito que lentamente vamos aumentar a ocupação dos canais abertos, inclusive dos canais privados, porque as condições são competitivas e a produção do vídeo popular tem boa qualidade, e pode competir com as produções realizadas por estes canais, nossas produções são muitas vezes superiores à deles.

É claro que esbarramos com o boicote à produção popular por parte destes canais, que não pagam pelas transmissões e exibem nossos vídeos em horários pouco convenientes (6h ou à noite, depois do futebol). É necessário ressaltar que existem canais mais democráticos que outros, há pessoas que estiveram vinculadas ao vídeo popular e que agora trabalham em canais de TV, e fazem com que cada vez se abram melhores perspectivas para o uso destes canais. É uma combinação que estamos fazendo, onde não excluimos nenhuma frente de comunicação das batalhas para a utilização do vídeo. Creio que o vídeo, que tem funcionado meio marginalmente, o vídeo local, o vídeo feito por comunidades para intercambiar informações com suas organizações ou com outras comunidades, e também o vídeo pensado e realizado para uma abrangência maior, tem que combinar seus esforços na mesma orientação de ir ocupando cada vez mais os espaços de comunicação audiovisual no país.

A capacitação e a multiplicação dos meios CIMCA

Entrevista

Entrevista realizada com Alfonso Gumucio, diretor do Cimca (Centro de Integración de Medidas de Comunicación Alternativa - Bolívia), por Alberto López Mejía (FASE) e Paulo Martins Teixeira (CECIP).

Proposta — Como o Cimca vem desenvolvendo seu trabalho de comunicação alternativa?

Alfonso Gumucio — O Cimca é uma instituição que nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento e multiplicação de instâncias de comunicação alternativa na Bolívia. Desenvolvemos nosso trabalho através de vários instrumentos e, principalmente, pautados por uma concepção integral da comunicação. Acreditamos que a comunicação deve intervir de uma maneira adequada em cada contexto social específico. Ou seja, a situação social, econômica e cultural é que vai determinar o instrumento de capacitação que utilizaremos, e para tal nos aproximamos dos grupos sem idéias preconcebidas.

Proposta — A quem se destinam os cursos de capacitação dados pelo Cimca?

Alfonso — Somos uma instituição prestadora de serviços e, portanto, não trabalhamos com um grupo limitado de comunidades e instituições. Entre nossas atividades temos o programa de capacitação de 50 cursos anuais e alguns desses cursos já foram fechados previamente com determinadas instituições, como por exemplo as rádios mineiras, que vimos apoiando com cursos periódicos de capacitação. Desenvolvemos também um trabalho mais regular de capacitação com algumas entidades que atuam no campo da mulher, meio ambiente e direitos humanos. Mas, nossos outros cursos são abertos a vários grupos e instituições. Geralmente, procuramos ter nesses cursos pessoas pertencentes a grupos que se identifiquem, por exemplo grupos de jovens de diferentes bairros. Nosso objetivo é que estas pessoas voltem a seus grupos e entidades e reproduzam a experiência adquirida.

Proposta — O processo de capacitação é único em relação a todos os grupos ou existem diferenças metodológicas entre cada um dos cursos?

Alfonso — Um dos primeiros pontos a destacar é que a realização destes cursos conta também com instrutores externos ao Cimca, e que são especialistas em cada um dos temas dos cursos. Contamos ainda com três consultores para cada curso. Em termos metodológicos, trabalhamos basicamente em duas vertentes: numa vertente, privilegiamos o instrutor que além de especialista tenha conhecimento e afinidades com a realidade sócio-cultural da população que participará do curso. Por exemplo, ao darmos um curso para promotores sociais de uma entidade aymara, escolhemos um professor que fala aymara, de origem camponesa e que conhece muito bem a região, além de conhecer os con-

teúdos que, nós do Cimca, queremos passar neste curso. Em outra vertente a escolha do instrutor se orienta essencialmente pelo conhecimento técnico na área que queremos capacitar. Ou seja, se vamos dar um curso de serigrafia, para que os grupos populares produzam cartazes por serigrafia, chamamos um artista plástico, um profissional, que poderá ser bastante criativo no decorrer do curso. Resumidamente, poderíamos dizer que o objetivo de cada curso é que terminará a proposta a ser seguida.

Proposta — No caso específico do vídeo, como vocês enfrentam o problema dos equipamentos?

Alfonso — Nós implantamos uma linha de trabalhar com equipamentos ágeis. Mesmo que tivéssemos recursos, não compraríamos equipamentos U-Matic, por exemplo, pois consideramos que num país com as condições da Bolívia e as perspectivas de multiplicação dos grupos produtores que buscamos atingir, isso prejudicaria nosso trabalho, já que os grupos jovens, iniciantes, não poderiam adquirir equipamentos deste porte por falta de recursos. Procuramos demonstrar que trabalhando com VHS (1/2 polegada), com Vídeo 8 podemos produzir coisas importantes na área da educação popular a partir do vídeo. Nosso objetivo é demonstrar como o Vídeo 8 é suficiente para conseguir uma boa qualidade nas produções, que com esses equipamentos podemos fazer vídeos que sejam culturalmente válidos. Desta forma, acreditamos estar incentivando os grupos a trabalharem com este recurso.

Proposta — Todos os grupos capacitados possuem equipamentos?

Alfonso — Não. Somente alguns grupos têm equipamentos de produção. Mais recentemente é que passou-se a adquirir esses equipamentos. Em contrapartida, é grande o número de equipamentos de difusão à disposição dos grupos populares. Todas as Igrejas e todos os centros culturais dispõem de equipamentos de difusão em Beta. Participamos deste circuito passando nossa matriz em Vídeo 8 ou em qualquer outro formato para Beta, que será difundida através de organizações sindicais, culturais e da Igreja, de acordo com os temas de interesse.

Proposta — Qual a relação entre o Cimca e outras ONGs, especialmente as que não dispõem de equipamentos, em termos de produção?

Alfonso — Trabalhamos em co-produção. Quando uma entidade que não tem equipamento nos procura para produzir um vídeo, discutimos com eles os con-

teúdos que querem abordar e elaboramos a partir disto o material audiovisual. Mas, o ponto de partida da co-produção é o nosso questionamento a respeito do objetivo do material a uma discussão sobre o meio mais apropriado para atingi-lo, que poderá ser o rádio, publicações, etc. Temos também desenvolvido uma linha de atuação com alguns grupos e que nos interessa muito intensificá-la, que é estimular pequenos grupos culturais, jovens, a produzirem seus próprios materiais. Por exemplo, na cidade satélite Alto de La Paz, um grupo cultural nos procurou dizendo querer fazer vídeo. Poderiam dispor de 2.000 dólares para aquisição de equipamentos.

Foto: Marcelo Riani Marques



Passamos a estudar junto com eles quais eram seus objetivos, para que fazer vídeo, etc. Desenhamos um equipamento mínimo de vídeo — composto de monitor e câmera, sem editor — e lhes demos um curso de produção baseado em edição na câmera. Esta capacitação consistia em primeiro fazer um roteiro e depois transformá-lo em documentário sem necessidade de passar por uma ilha de edição. A próxima etapa será a aquisição para o grupo de uma ilha de edição em Vídeo 8, e a capacitação se desdobrá para a parte de edição. Queremos cada vez mais apoiar estes grupos do próprio movimento, criar uma rede de vídeo realmente popular, porque é uma expressão própria do que se desenvolverá nestes contextos.

Proposta — Todas as produções do Cimca têm origem nas solicitações externas ou vocês também se propõem a trabalhar em áreas que não são contempladas pela demanda concreta dos movimentos?

Alfonso — Além de atender estas solicitações através das co-produções, nós desenvolvemos nossos próprios projetos, que têm linhas prioritárias de ação. Obviamente, a organização popular é uma destas, e isso se expressa em nosso apoio aos mineiros. Outra linha prioritária é o trabalho com saúde popular.

Dada a situação de crise vivida na Bolívia, estamos procurando resgatar junto à população tudo aquilo que a cultura popular já conhece sobre o manejo de ervas e das práticas utilizadas tradicionalmente para curar certas doenças.

Proposta — Atualmente na Bolívia existem vários grupos e entidades produtoras de vídeo, você poderia traçar o perfil desses produtores?

Alfonso — Calculo que entre grupos e instituições que estejam produzindo vídeo, incluindo as ONGs que tenham um departamento de vídeo, devem existir em torno de 35 a 40. É interessante destacar que nem todos os grupos estão concentrados em La Paz, mas também estão presentes em Cochabamba e Santa Cruz. No âmbito das ONGs, somente três ou quatro têm uma área de vídeo e comunicação e desenvolvem atividades de desenvolvimento social e econômico. Dentre estas podemos citar Qhana, Gregoria Apaza e Cidem, instituições que trabalham com mulheres, e a Fundação San Gabriel que trabalha com projetos de saúde. Por outro lado, existe um número expressivo de grupos organizados que trabalham com vídeo, como por exemplo alguns grupos de mulheres que fazem um trabalho participativo e têm uma pequena área de vídeo, alguns grupos ligados à Igreja, como LU-PAN-GUA (Luz, Pan e Água), com uma produção em torno de 200 títulos, e o Wallparrimachi, de Cochabamba, que estão a 10 anos fazendo vídeos educativos voltados aos camponeses.

Mas se formos enumerar as entidades especializadas em comunicação, elas são bem poucas. Podemos citar a Ergol, que é uma cadeia de rádio, e o Cimca que tem como pressuposto uma concepção integral da comunicação.

Proposta — Em termos concretos, o que implica ser uma entidade exclusivamente de comunicação?

Alfonso — Bom, um dos primeiros aspectos é que não fazemos projetos de desenvolvimento, isto porque já existem muitas instituições que o fazem na Bolívia. Segundo, acreditamos que uma instituição especializada, composta por pessoas que dominam a área da comunicação, tem mais condições de atender a solicitação de produção de recursos educativos, do que uma entidade que não tenha uma reflexão própria e bagagem acumulada neste campo, já que esta não é a sua atividade prioritária. Afirmo isto baseado em minha experiência de ter trabalhado durante vários anos em entidades com atuação na área rural, onde implantei áreas de comunicação. Vi que era muito limitado o espaço, pois ter

uma área de comunicação pequena dentro de uma grande entidade não dava conta de cobrir as exigências desta entidade e de outras que eram demasiado grandes.

Proposta — Quais as principais características que poderiam definir a linguagem do vídeo popular boliviano?

Alfonso — O movimento de vídeo boliviano tem uma forte herança do cinema, e isto não poderia ser de outra maneira. Um cineasta como Jorge Sangines, que é um dos mais importantes da América Latina, imprimiu uma linha social ao conjunto da produção audiovisual. Acredito que grande parte da produção boliviana é orientada para as questões sociais e centrada no processo organizativo. Como consequência, não existem muitos vídeos e cinema de animação ou cinema experimental. A meu ver, não deveria haver só uma orientação, deveria-se desenvolver várias organizações simultâneas, porque o que necessitamos agora são propostas criativas, propostas ideológicas diferentes, que gerem linhas distintas e que dêem diversas opções de escolha. No momento, o vídeo boliviano está muito orientado para a questão social. Mas, nestes últimos anos, demos um salto muito importante, já não se trata de apertar um botão e fazer uma edição rápida. Há uma reflexão bastante profunda e, embora a produção ainda

não seja grande, ela detém uma qualidade muito boa. Atribuo este fenômeno em parte ao concurso nacional Condor de Prata, realizado há 10 anos. Este concurso anual, apesar de não oferecer prêmios significativos em dinheiro, é um estímulo à produção para os jovens. Outro fator importante é a constituição do movimento do Novo Cinema e Vídeo Boliviano, formado por um grupo bastante representativo do conjunto dos produtores bolivianos, ainda que nem todos estejam aí representados. A prática de reunião, de refletir sobre os vídeos latino-americanos e de editar uma revista, vem permitindo um aumento na qualidade e uma maior reflexão sobre as produções. Por último, destacaria os encontros nacionais de vídeo, que representam uma trajetória de seis anos de reflexão e discussão do conjunto de produtores.

Proposta — Bolívia é um dos poucos países da América Latina onde já existe uma organização nacional. Quais as relações de intercâmbio que vocês desenvolvem com outros países latino-americanos? Como vêem a possibilidade de traçar políticas em comum?

Alfonso — Bom, não existe uma vinculação muito estreita com outros países. Os encontros latino-americanos de vídeo estão abrindo esta possibilidade. O proble-

ma é que também não há organizações nos outros países para dialogarmos. Podemos dialogar de grupo para grupo, porque não existem organizações nacionais representativas ainda. Sabemos que no Peru fizeram um encontro nacional e estão formando organizações nacionais. No Uruguai, não se avançou muito, e na Bolívia, apesar do movimento do novo cinema ser uma entidade importante não é representativa do conjunto da atividade. No Brasil, talvez a Associação Brasileira de Vídeo Popular seja o organismo mais representativo, mas não sei se abarca todo o país. Isto é, é necessário ver país por país se temos realmente organizações representativas para iniciarmos um processo de interação.

Proposta — Quais as perspectivas que você vê para o vídeo popular latino-americano?

Alfonso — Acredito que os avanços foram muito importantes nos últimos três anos, mas muito pouca gente está escrevendo sobre isso, falta reflexão, uma reflexão realmente crítica da produção. Creio que está acontecendo algo semelhante ao cinema, pois, estamos herdando não somente as virtudes como os defeitos do novo cinema latino-americano. Acho que é fundamental que os grupos de cada país reflitam não só sobre seu trabalho, como também analisem comparativamente com os de outros países.

Pensando a videosfera no 3º Mundo*

Entrevista concedida por Manuel Calvelo, assessor nacional da FAO, a Alberto López Mejía e Paulo Martins Teixeira.

Calvelo — Sou assessor da FAO em matérias de informação, educação e comunicação na temática de população. Entendendo que esta temática é o campo amplo da saúde materno-infantil; educação sexual; planificação familiar; mulher; migrações; juventude rural e relação entre o homem e os ecossistemas, a FAO constatou que há um efeito "barragem" entre o crescimento da população e o crescimento dos recursos para alimentá-la, se preocupando fundamentalmente com a pobreza crítica e a auto-suficiência alimentar. Vimos na relação com a população que é necessário infor-

mações para a tomada de decisões. Educação para a modificação de atitudes e capacitação para o surgimento de novas condutas que fixem essas atitudes nos modelos produtivos mais razoáveis para o homem, com o objetivo de alcançar níveis de desenvolvimento rural. Em 72, eu já havia trabalhado na FAO, tentando usar, o que naquela época era a televisão de pequeno formato para capacitação rural. Neste tempo, havia equipamentos modestos em preto e branco, de fita livre, com o qual começamos a trabalhar no Chile. As mudanças políticas no Chile impediam-nos de continuar

com a proposta, que foi então desenvolvida e implantada no Peru. Era uma proposta de usar, finalmente, o vídeo para capacitação camponesa. Considerando que existe uma profunda cultura camponesa, tratava-se de recuperar, produzir, conservar e reproduzir conhecimentos camponeses utilizando meios audiovisuais. Pelo fato do camponês ser massivo, estar disperso, ser geralmente analfabeto e, com muita frequência bilingüe, os meios audiovisuais ofereciam instrumentos aptos para vencer estas barreiras. Por que o vídeo e não os eslaides? Primeiro, porque para o camponês

* Videosfera: Termo cunhado por Gene Yonblood para designar o conjunto de todas as mensagens que são exibidas na tela de um monitor ou receptor de TV; in Machado, Arlindo, *A Arte do Vídeo*, Ed. Brasiliense, SP, 1988, pág. 221.

o movimento é quase tão importante como outros fatores, como a cor, por exemplo. Descobrimos rapidamente que quando se quer descrever um espaço, a imagem fixa é suficiente, mas quando se quer narrar um acontecimento que tem lugar num espaço, o movimento é fundamental. E, descobrimos também as vantagens, em termos de economia e em termos pedagógicos, do vídeo sobre o cinema. O cinema tem um custo de matéria-prima e de reprodução demasiado alto. Quando se trata de fazer um trabalho massivo e nós nos propúnhamos a fazer pedagogia massiva audiovisual, necessitávamos múltiplas cópias de cada programa. Os prazos de processamento foram outro fator. Filmar em Puno e Cuzco, a 4.000 metros de altura, e voltar a Lima, revelar, montar e voltar à área exigia prazos muito longos. O vídeo permitia a observação imediata dos registos efetuados e posterior análise com os camponeses, futuros usuários do programa, para garantir, primeiro, que os conteúdos estavam corretos e segundo que eram compreensíveis para os destinatários das mensagens. E aí começamos a desenvolver o vídeo. Criou-se um organismo (Cespac — Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación), com o apoio do projeto da FAO, para desenvolver um conjunto de estratégias de longo alcance. Este foi o primeiro organismo na América Latina a ter uma proposta sistemática e reiterada de formação de seu pessoal, cursos intensivos de três meses que ensinavam para os futuros pedagogos audiovisuais o conhecimento básico e manejo do equipamento, e, por último, o uso pedagógico. Foi adotada uma estratégia de desenho e adaptação do equipamento. Dado que tínhamos que comprar os equipamentos existentes no mercado, preocupamos-nos em modificá-los a partir do trabalho de um conjunto de técnicos eletrônicos. Fizemos uma grande quantidade de modificações para torná-los mais idôneos. Terminamos, finalmente, construindo um recarregador portátil de baterias como uma espécie de bicicleta. Ele era alimentado por pedaladas, e nós o chamamos de máquina de avaliar portátil, porque se os camponeses queriam fazer o curso eles tinham que pedalar. Fizemos inversores para captar corrente contínua de uma bateria e gerar corrente alternada para os monitores. E, por uma relação de investimento-resultado (não custo-benefício, porque a rentabilidade não é financeira e sim social) chegamos à conclusão de que os pequenos formatos nos davam qualidade suficiente, portanto não precisávamos trabalhar com equipamentos de alto custo e de alta qualidade eletrônica. Isto porque não havia emissão, consequentemente recepção, pois trabalhávamos em pequenos circuitos fechados e a

qualidade que obtínhamos com câmeras de 1 tubo e equipamentos de meia polegada (VHS) eram mais que suficiente. Porém, inicialmente, processávamos e registrávamos as imagens em 3/4 (U-Matic), dado que teríamos que fazer muitas cópias. Nos últimos anos do projeto investigamos o Vídeo 8, pelo menos para registro e reprodução, mantendo a etapa de processamento em U-Matic. Quando o projeto terminou tínhamos acumulado uma grande experiência e fomos atender a solicitação de formar pessoas de outros países. Demos cursos no México, em Honduras, no Brasil, na Argentina, no Paraguai e, já nas etapas finais, na Coreia e em Malé.

Este programa, que teve grande aceitação, consistiu na utilização do vídeo exclusivamente para capacitação camponesa. Não penetramos na área da dinamização social porque os marcos políti-

Foto: Paulo Martins Teixeira



cos não o permitiram, pudemos apenas começar a usar o vídeo para recuperação de alguns aspectos antropológicos-culturais do campesinato. Mas, o objetivo fundamental foi produzir pacotes pedagógicos para melhorar as condições de vida e de existência dos camponeses. O pacote pedagógico é composto por um conjunto de aulas em vídeo, que têm no máximo 15 minutos; um guia para os participantes com muitos desenhos e pouco texto, porque o participante é analfabeto; e um trabalho prático. Partimos de um axioma extraído de um dito camponês: "Se ouço me esqueço, se vejo me lembro, se faço aprendo." O camponês aprende fazendo e creio que nós também. Em todo caso, para o camponês, esta afirmação foi fundamental. Os pacotes eram levados para onde os camponeses estavam, para não perturbar sua vida habitual e produtiva. Organizávamos, então, os cursos, que tinham 15 minutos de vídeo, meia hora de análise e discussão e uma hora ou uma hora e meia de trabalho prático. Ao fim de cinco ou seis programas partávamos para outra comunidade. A fim de nos assegurarmos que os programas eram úteis para os camponeses sua participação não se limitava a comparecer nas aulas, ti-

nham que contribuir com algo. Para o camponês o que não custa não vale. Em nosso acordo, eles tinham que alojar e alimentar os pedagogos audiovisuais. Esta era a melhor maneira de avaliar a utilidade do nosso produto. Iniciamos a produção do curso com uma investigação preliminar na área dos camponeses, para que eles dissessem o que necessitavam, para não produzirmos o que pensávamos que lhes fazia falta. A produção do curso se pautava em um modelo teórico de comunicação que postulamos a partir da experiência. Rejeitamos o modelo clássico do emissor-meio-receptor, que para nós é o modelo do dominante ao dominado, do que possui ao despossuído, do que manda ao que obedece. Postulamos o modelo interlocutor-meio-interlocutor e sustentamos que há comunicação se, e somente se, as mensagens intercambiadas entre os interlocutores são produto de um trabalho comum. Comunicação quer dizer comunicar-se, fazer juntos. Os resultados deste modelo teórico, que nunca chegam a aproximar-se puramente da prática, foram substantivos em vários aspectos: o desenho tecnológico é fruto deste conceito. Necessitávamos de equipamentos portáteis e muito leves para podermos dialogar. Este modelo teve um impacto enorme sobre o conjunto das atividades e o resultado final desta experiência do Cespac foi a produção de aproximadamente 1.800 programas de vídeo. Não creio que haja organismo na América Latina que tenha produzido esta quantidade de programas. cresceu-se a isso a formação de mais de 200 pedagogos audiovisuais em cursos sistemáticos e a capacitação de mais de meio milhão de camponeses.

Proposta — Qual a sua avaliação do estágio atual do vídeo, considerando os distintos modelos de produção, as distintas metodologias, etc., e considerando este acúmulo alcançado, principalmente na década de 80, qual a sua avaliação em relação a hoje?

Calvelo — Bom, mais que uma avaliação o que posso dar são algumas apreciações pessoais que como tais são totalmente discutíveis. Primeiro, tenho um enfoque setorial e parcializado, e o confesso de antemão. Me parece que o vídeo pode cumprir uma função fundamental em processos de ensino-aprendizagem e este é o campo para o qual estou voltado, que eu priorizo. No entanto, em diversas reuniões de videastas da América Latina, este não é o campo priorizado. Vejamos: se analisamos o conjunto da produção de vídeo constatamos que ele é usado para a dinamização social, para o intercâmbio de informação entre grupos populares de base, para alguns aspectos da educação geral, e, às vezes, menos, para

processos denominados de ensino-aprendizagem. Qual a concepção de quem faz este vídeo? Não quero ser sarcástico, mas diria que muita gente acredita que o vídeo é uma televisão subdesenvolvida ou pequenininha, e no fundo faz vídeo porque se frustrou, não pôde fazer cinema e televisão, então refugiou-se no vídeo. Mas, seu sonho é chegar a fazer televisão ou cinema. Minha preocupação não é a de que existam pessoas assim, acredito que todo mundo tem o direito de usar um instrumento para a auto-realização e a auto-expressão. Isto me parece totalmente legítimo, e alguns são criadores de obras de arte. Me preocupa sim que alguns deles digam que estão fazendo comunicação popular ou vídeo para a comunicação alternativa e, no fundo, o que querem é realizar-se pessoalmente. E usam os grupos populares como desculpa para conseguir financiamento do exterior. Isso é um risco.

Quem mais se utiliza do vídeo? Pessoas que têm uma trajetória de trabalho com entidades populares de base e que encontram no vídeo um instrumento útil. Mas, a estes falta formação, não sabem desenhar bem o equipamento, não o elege para a função que cumprirá, caem nas mãos dos vendedores que lhes vendem o chamado melhor equipamento, que é melhor em termos eletrônicos, mas não é o melhor para a função que lhe é proposta. Me preocupa o fato do vídeo estar sendo usado por gente com magníficas intenções mas sem a mínima formação e informação necessárias para um desenho correto do equipamento que vai utilizar. Além do que, tende-se a repetir metodologias produtivas do cinema e da televisão. O fato de trabalharmos com grupos populares impõe um único modelo viável de produção em vídeo, que é o modelo artesanal, com pequenos grupos onde todo mundo desempenha todas as funções, para que ninguém seja indispensável. Sobretudo porque, para alcançar nosso objetivo, temos que redefinir a qualidade dos nossos trabalhos. Tenho um trabalho*, onde analiso 14 parâmetros da TV e do vídeo e comparo por que são diferentes. Neste artigo eu fundamento o que já avancei sobre o tema. Temos também um fenômeno no vídeo idêntico ao que ocorreu com a computação depois da satanização do vídeo (é muito caro, muito custoso). Percebe-se que a cada ano sai uma geração, que custa a metade do preço e tem o dobro da capacidade da anterior. Aí, aparece o que eu denomino efeito "foguetes" ou efeito "brinquedo". Compra-se o equipamento porque aí está, porque é barato, joga-se

com ele durante seis semanas e logo se esquece, porque não há um objetivo claro e uma estratégia definida para a utilização do vídeo. Isso pode acarretar uma descrença do vídeo em certos meios, por sua baixa funcionalidade. Para mim, o ponto chave do problema, e ao qual estou me dedicando com maior atenção, é a formação dos quadros técnicos-sociais que trabalham em processos de desenvolvimento rural e urbano e que precisam conhecer e operar com perfeição o equipamento para empregá-lo em seus objetivos. Isso falta em todos os videastas, que são geralmente empíricos. Não têm uma formação ordenada e sistemática que lhes permita desenhar os equipamentos e manejá-los racionalmente no uso que lhes destinam.

Proposta — Um dos seus pressupostos claros é a priorização do vídeo artesanal e o uso em pequenos grupos. Mas, vamos analisar por um outro ponto de vista: se por um lado o uso deve ser principalmente setorial, de outro há uma necessidade, principalmente política, de dar um caráter continental ao vídeo, de uma certa articulação continental, independente do aspecto institucional que possa ter. Para você há esta necessidade? Como você vê isto?

Calvelo — Olha, eu creio que algumas das propostas de intercâmbio de vídeos são de uma funcionalidade bastante baixa. Isto porque se o objetivo do uso do vídeo é a comunicação popular alternativa é evidente que a especificidade de cada grupo humano com o qual se trabalha faz que o programa não seja facilmente utilizável por outro grupo. No entanto, a funcionalidade do intercâmbio está no conhecimento de outras experiências, que podem trazer elementos de julgamento para eu melhorar meus próprios processos de comunicação. Acredito que o intercâmbio deve ser feito entre metodologias e aproximações de enfoques de desenho de equipamentos, de modelos de produção. Os programas em si são muito dificilmente intercambiáveis. Porque senão corremos o risco de cair na televisão, que quer chegar a todo mundo com o máximo de impacto e em tempo simultâneo. Isso significa encontrar, para os programas, um denominador comum tão baixo que termina não dizendo nada para chegar a todos. Nosso interesse é no vídeo como um instrumento de comunicação e a comunicação tem que responder as necessidades de cada grupo com os quais trabalhamos. É certo que há um denominador comum geral na América Latina, mas as especificidades locais são muito

maiores que a generalidade. Por isso, acredito que o que convém é intercambiar experiências, metodologias e modelos para compará-los e testá-los. O intercâmbio dos produtos em si não é muito significativo, falam de realidades distintas. Quem sabe que para nós que trabalhamos fazendo vídeo valha a pena, mas para os grupos populares com os quais trabalhamos, não. Entretanto, acho que há a necessidade de se criar organismos nacionais de vídeo ou um organismo intercontinental (regional). Quero um organismo que em meu país, seja qual for, me garanta informações atualizadas e assessoria para selecionar e escolher os equipamentos, livre importação de equipamentos, importação de insumos e peças de reposição. Uma associação que me assegure manutenção dos equipamentos, cursos de formação e oficinas de reciclagem do pessoal que opera os equipamentos, que assumam minha representatividade para os problemas legais, de direitos autorais, inclusive de comerciante. E, finalmente, que me represente em eventos nacionais e internacionais. Mas, pensar num organismo somente para realizar reuniões não me interessa. Deve-se apoiar um organismo que seja útil para os seus sócios, este sim é necessário. Insisto que o ponto chave é a formação do pessoal que trabalha com vídeo. Veja que todas estas reuniões e convocatórias de vídeo popular alternativo têm o denominador comum vídeo, mas é disso que os participantes destas reuniões menos sabem. Ignoram os princípios sobre os quais trabalha-se os equipamentos, como operá-los corretamente, como desenhá-los e, sem dúvida, é o tema vídeo que nos convoca e nos agrupa. Há aí um absurdo. Eu incentivei e contribuí na última reunião de videastas, no Peru, no sentido de se agruparem, discutirem seus problemas e criarem uma organização que seja funcional para eles. Se disso resultar uma associação intercontinental ela é bem-vinda, porque estaremos melhor representados. Mas, aparentemente, muita gente quer um organismo regional somente para ter um agente de vendas de seus produtos, principalmente para a televisão, ou melhor, para a televisão dos países do Norte que pagam mais. Para isto somente não se justifica a criação de um organismo. Eu sei que sou muito crítico, mas... **Proposta** — Essa questão se encadeia com outra que é a seguinte: houve uma certa polêmica e há uma certa ingenuidade dos videastas, devido talvez ao que você disse de uma certa frustração destes, mas há um ponto que tem valor político e não mercadológico, que é a relação entre o vídeo e a televisão.

* Ver Calvelo, Manuel, "Vídeo y televisión: Dos instrumentos diferentes" in **Vídeo, tecnología y comunicación popular**, Editor Mario Gutiérrez: IPAL e CIC, Lima, Perú, 1989.

Calvelo — Veja, eu tenho mudado muito de opinião em vários anos. O problema é que em minha história profissional está a contribuição importante para pôr em marcha uma rede de televisão nacional num país latino-americano. Fui um dos oito ou dez que puseram em marcha a televisão nacional do Chile. Inicialmente, com uma proposta cultural de TV educativa, no sentido amplo de TV nacional. E vi como ela foi se transformando gradualmente, por necessidade de mercado e de financiamento, em uma televisão monopólica, de Santiago para o resto do país, e não nacional que teria que ser de todo o país para todo o país. Tal fato criou em mim uma espécie de reticência e de resistência frente a televisão. No entanto, não posso ignorar que a televisão é um fato e que ela já criou em todos os nossos países seu público de teledependentes. Seria utópico e totalmente idealista. Além do que a televisão não é, digamos, totalmente homogênea, há fissuras e de vez em quando pode-se ver na TV excelentes programas. Eu creio que se o vídeo tem oportunidade de chegar a televisão deve fazê-lo. Mas me ponho em guarda sobre isso, porque se nos colocarmos como meta chegar a televisão, temos que aceitar primeiro as normas de qualidade que nos propõe a TV, o que significa, de imediato, aumentar os custos de produção rigorosamente. O que implica diminuir nossa capacidade de trabalhar com os grupos populares. Porque ou os instrumentos e objetivos estão de acordo ou há uma ruptura e termina os instrumentos manipulando os objetivos. Em segundo lugar, durante muito tempo eu me neguei a colocar programas culturais na TV dizendo que isso era branquear a fachada. E, sem dúvida, muitos canais aceitaram alguns programas culturais ou de interesse público para branquear a fachada, porque têm a consciência intranquilha. É verdade que já vi excelentes programas na TV, feitos com a linguagem e a técnica do vídeo. Mas considero a televisão essencialmente manipulatória. Em televisão se trabalha com tomadas de menos de um segundo porque não há interesse que o espectador compreenda o que está vendo, senão que lhe fique uma imagem subliminar que o condicione a ter certas pautas de conduta. No vídeo, através do qual queremos nos comunicar, as tomadas têm que ser mais longas e mais lentas para dar tempo de captação de toda a informação que a imagem nos dá. Reconheço que existem programas transmitidos por TV que têm a lentidão e a capacidade reflexiva do vídeo. Isto é bem-vindo. O risco é fazer vídeo tendo como primeiro objetivo chegar a televisão, pois o sistema o irá capturar e o obrigará a usar sua linguagem. Com isso, perder-se-á as características essenciais do vídeo como instru-

mento de comunicação e não de manipulação.

Proposta — Ou seja, é um sofisma querer transpor literalmente as produções que são feitas artesanalmente enquanto programas de educação popular para os meios televisivos?

Calvelo — Sim, eu creio que isso não funciona porque o meio televisivo vai exigir, primeiro, alta qualidade eletrônica somente perceptível com estíloscópio e que custa 5.000 dólares. Muitas TVs não aceitam programas que não sejam gravados em uma polegada. E, do ponto de vista formal, é evidente que todo programa de vídeo em contraste com os programas de televisão parecem lentos e chatos. A densidade de informação que a imagem tem é tão grande que quando não se dá o tempo necessário para sua assimilação está se manipulan-

Colagem de Alberto López Mejía



do as pessoas. A publicidade é o exemplo mais claro disso, ela não está interessada que entendam o que diz, mas em deixar claro a sensação subliminar de que ao consumir tal cerveja, irá conseguir a louca de biquíni. Não vão explicar claramente, vão tratar de manipular. O risco é que as emissoras que se abrem ao vídeo exijam a modificação da linguagem para adequá-la à linguagem que eles estão habituados.

Proposta — Principalmente pelo que você afirma que os pressupostos metodológicos interlocutor-meio-interlocutor na televisão são emissor-receptor.

Calvelo — Isso pode pôr em risco a filosofia do vídeo. Concordo que há que usar estas possibilidades, o que é diferente de atuar em vídeo em função da televisão por canal aberto. Podemos destacar algumas diferenças: a duração do programa de televisão está determinada por características comerciais. Meia hora são 22 minutos; uma hora são 52 minutos. O programa de vídeo dura o tempo que tem que durar. Ele está pensado

para a possibilidade de detê-lo, de voltar atrás, repetir, porque é um instrumento de diálogo, de conversação, de uma comunicação. O programa de TV não se estrutura assim. Ele é emitido na hora que o canal decida para que aqueles que querem, o veja. O programa de vídeo é mostrado a um grupo que foi especialmente convocado para vê-lo, no horário combinado com o grupo. Isso marca diferenças tão significativas na linguagem, que se começarmos a fazer vídeo para a televisão na linguagem da televisão ele não servirá mais para a comunicação popular alternativa.

Proposta — Há uma característica relativa à utilização do vídeo na televisão que me parece de ordem econômica. Fica muito claro em algumas discussões que a aproximação da televisão se dá na medida em que não existem financiamentos para os trabalhos de vídeo educativo. Isso começa a determinar todo o perfil da produção dos grupos. Como você vê esta dificuldade de financiamento e a necessidade de autonomia dos grupos para manter um trabalho a longo prazo?

Calvelo — A questão do financiamento é um ponto chave. É evidente que não é fácil conseguir financiamento do Estado para o trabalho com os grupos populares. Recorremos a organismos não-governamentais e são estes organismos latino-americanos — que muitas vezes são financiados por ONGs dos países do Norte — que repassam a verba. (Teoricamente poderia existir aí um pequeno risco deles começarem a orientar seu financiamento para certas linhas, o que nos obrigaria a desenvolver estas linhas, visto que seriam elas que teriam verbas.) Às vezes eu me encontro com videastas que se queixam que seus programas não são vistos por ninguém. O problema é que produzem os programas para expressar-se e não para um usuário. A meu ver, temos que trabalhar com a população que deve ser o interlocutor na etapa de produção para transformar-se em participante e usuário dos conteúdos na etapa final. Isso deriva do modelo interlocutor-meio-interlocutor. Mas, se uso o modelo emissor-receptor, me sinto realizado e faço o programa que me interessa, não posso reclamar do fato de ninguém querer vê-lo. Alguém afirmou que custa 8.000 dólares produzir um programa de vídeo. Eu creio que com um modelo artesanal de produção este custo pode ser reduzido a pelo menos a metade. Se um programa que custou 4.000 dólares é visto por 4.000 pessoas seu custo é de 1 dólar por pessoa. Hoje, os grupos populares não pagam 1 dólar para ver um programa. Mas, se em vez de chegar a 4.000 pessoas chegar a 40.000 tem um custo de 10 centavos de



dólar por usuário e isto os grupos populares já podem pagar. A médio prazo se pode recorrer aos organismos de cooperação internacional. Mas nem sempre aqueles que trabalham com os grupos populares têm acesso a estes organismos para obter o financiamento. Eu diria que, em última instância, se nossos produtos são realmente produtos de comunicação e válidos, úteis para o usuário, este usuário é quem vai pagar o programa. Sobretudo hoje quando os custos de equipamento se reduziram tanto que o mais custoso é a despesa com pessoal. Portanto, o que faz falta é a formação desse pessoal para que produzam racionalmente e em prazos curtos, com o que se reduz o custo de cada programa. O custo dos programas de interesse da população serão assumidos por esta. Não vejo outra alternativa a longo prazo.

Proposta — Você pode fazer uma avaliação geral das propostas colocadas no Encontro de Vídeo de Cochabamba e como elas se relacionam com a visão que você defende do vídeo como instrumento de diálogo?

Calvelo — Primeiro, o que percebemos é que não há homogeneidade, e evidentemente, a representatividade foi mediada entre Brasil, Peru e Bolívia que tiveram 80% dos participantes, e tem países que têm um certo desenvolvimento do vídeo e que não estiveram representados em Cochabamba, o que é inevitável. Acho que se necessita de algum organismo regional que assegure certos interesses, sobretudo por um problema de economia de escala. Se houvesse uma associação latino-americana de videastas que pedisse a alguns produtores, como a Sony, Phillips, National, etc., um equipamento de registro que necessitamos,

uma câmera Camcorder, forte como um trator, portátil, de baixo consumo, leve, seria muito importante. A associação investigaria nesta linha e nos produziria elementos que necessitamos. Porque do ponto de vista da concepção tecnológica, todo equipamento de vídeo é urbano e não rural. E nós precisamos usar estes meios na área rural também, e para esta não há nada desenhado. Então, creio que isto tornaria uma associação latino-americana funcional, importante. Se a questão é criar primeiro uma associação regional antes da constituição das nacionais, creio que deve-se ter uma atitude construtiva, ir paralelamente. Tratar de assentar as bases. O que espero é que esta reunião diga quais os objetivos, as funções e a estrutura de uma associação regional. Acho que é nisso que podemos avançar. Na Argentina dizem que a única construção que começa por cima são os poços. Nesse sentido estou de acordo que seria muito melhor ter as associações nacionais e que de sua união surja a regional. Mas, a realidade não é tão ordenada e tão lógica como queremos. Este seria um enfoque sistêmico, ordenado, gradual, crescente. A realidade é segurística e, se há uma possibilidade de fazermos uma associação intercontinental antes de criar as nacionais, façamo-la. Não é o que fazer antes que me preocupa, e sim que definamos para que queremos associações nacionais e regionais. Que definamos que características devem ter. Se pudéssemos extrair daqui uma lista de objetivos e atividades de uma associação regional, que seria bem parecida à das nacionais, eu me daria por satisfeito com este encontro.

Proposta — Você poderia dizer sinteticamente qual a sua visão sobre as experiências de vídeo na África e Ásia?

Calvelo — Bom, as experiências da Ásia eu conheço menos. Estive apenas na Índia, Paquistão e China, dando dois cursos e não tenho muita informação. Na África estive mais e desenvolvi um projeto e posso dizer que a dependência é muito maior lá do que na América Latina. Aqui o vídeo se desenvolveu antes do que na Europa. Quando converso com europeus percebo que eles estranham o nível de avanço que alcançamos. Diria que na África a dependência se manifesta por vias muito diversas. Primeiro, há menos capacidade tecnológica de operação e manutenção dos equipamentos. Mas, o segundo é o mais grave: todo o pessoal que trabalha com vídeo na África se formou na França ou na Inglaterra, Alemanha, nos canais de TV e levam para a África todos os conceitos e metodologias produtivas dos países desenvolvidos. Estes modelos não funcionam na África. Daí que lá fica cheio de equipamentos embolorados, cheios de terra, que não funcionam porque não se previram as condições mínimas para que este equipamento fosse operativo e funcional. Eu diria que há um atraso relativo, se é que se pode falar assim, mas o projeto que eu iniciei lá e que está tendo continuidade com dois peruanos que se formaram comigo, mostrou-me que somos desenvolvidos mas não submissos. Temos capacidade intelectual para fazer o que necessitamos, se nos permitimos pensá-lo bem e se somos racionais. Não tenho a menor dúvida que dentro de cinco ou dez anos o vídeo cumprirá na África uma função similar a que está cumprindo hoje na América Latina.

Proposta — E as formas de percepção dos povos africanos e asiáticos são absolutamente diversas das nossas?

Calvelo — Muito diferentes. Acrescento-se a isso o fato de na África haver variações, como por exemplo: a cultura árabe e maometana que não permitem a representação de imagens e de figuras humanas. Os ícones condicionam toda uma forma de representar o mundo. Os sistemas de representação icônica dos grupos da África Central são muito diferentes dos nossos. E, se você aplica o modelo emissor-meio-receptor, são os negros intelectuais com alto nível de formação na Europa que vão levar a cultura européia para suas populações. Se você aplica o modelo interlocutor-meio-interlocutor, elabora os códigos de linguagem com o usuário final — o que não é uma posição idealista mas pragmática — isto é, se você quer dialogar, quer que te entendam, você tem que conhecer a linguagem do interlocutor. É neste aspecto que os africanos terão que avançar, se eles realmente querem se comunicar terão que chegar a este tipo de modelo, espero.

CINEMA X VÍDEO POPULAR

O contraste na representação das imagens

Este conjunto de textos sobre a linguagem do vídeo popular pretende discutir as diferenças entre o vídeo, a televisão e o cinema e, desta forma, resgatar a identidade do vídeo popular.

As entrevistas com Manfredo Caldas e Eduardo Coutinho extrapolam este contraste de linguagens e, como realizadores, tecem uma crítica lúcida e emocionada do vídeo popular. No texto final o vídeo é contextualizado, primeiro, na nossa época, e segundo, nos movimentos sociais, levantando questões como forma de contribuir no avanço da reflexão sobre a linguagem do vídeo popular.



Cena do filme "Uma questão de terra"

A dramaturgia popular e a poética das idéias

Entrevista com Manfredo Caldas, documentarista, realizada por Alberto López Mejía.

Proposta — Focalizando a questão da linguagem, no documentário, tem uma vertente na qual (a meu ver) você se insere, que valoriza o foco narrativo no próprio sujeito da ação, evitando ao máximo a "interferência" do autor; isto, além de ser uma proposta estética é também uma postura política. Como se coloca esta problemática na trajetória do teu trabalho?

Manfredo — O cinema está no meu sangue; este fascínio vem desde criança (meu pai era fotógrafo amador) e me lembro das primeiras vezes que assisti filmes em que em vez de olhar para a tela, olhava para o projetor, a luz que saía, aquele mistério, aquela coisa mágica. Depois, na adolescência, começo a perceber o cinema mais criticamente, passando para um estágio de refletir so-

bre a própria realidade. O que mais me marcou na minha formação foi o documentário (no começo da década de 60 o documentário era muito forte no movimento cineclubista da Paraíba) e, principalmente, o documentário paraibano (o qual nasceu do jornalismo; a base do cinema paraibano é o documentário) e o Neo-realismo Italiano; estas duas influências têm a ver com o que eu faço

hoje que é colocar a minha ferramenta de trabalho, que é o cinema, a serviço das minhas preocupações de documentar e trabalhar os grandes dramas humanos.

Em 68 eu tive que, infelizmente, sair da Paraíba e migrei para o Rio de Janeiro e daí eu começo a desenvolver um trabalho documental sobre a migração interna (afinal eu também era um migrante) e realizo o primeiro filme (no Rio em 74) sobre a feira de São Cristóvão: é um simples registro, uma tentativa de dialogar com aquelas pessoas, mas tem uma interferência narrativa (eu faço um texto-comentário) e é o único que tem isso. A partir daí continuo desenvolvendo a questão da migração interna. Em 77 faço o segundo filme sobre uma família de paraibanos que mantém aqui no Rio uma manifestação popular do Nordeste chamada boi-de-reis (bumba-meu-boi). Esse filme é uma tentativa de analisar as relações de trabalho (no RJ) e o folguedo (da Paraíba). O mestre Zé Felix (que narra o filme todo em off, intercalando as apresentações e as festas) faz questão de dizer que realiza o folguedo autêntico e não se dá conta das modificações, se contrariando ao afirmar que, na Paraíba, o boi-de-reis não tem hora para terminar e aqui no Rio eles fazem apresentações de 30, 40 minutos (em escolas, praças, etc.); ou seja, modificou sua estrutura, porque no Nordeste acontece espontaneamente em algumas épocas do ano e fora do Nordeste se apresentam quando são solicitados.

No terceiro filme (de 79) eu tento rever, repensar o documentário paraibano (era época de anistia e ao mesmo tempo se comemoravam 20 anos desse documentário). Procuramos (Valter Carvalho — fotógrafo paraibano — e eu) resgatar os autores mais importantes e situar o cinema paraibano no contexto da cinematografia brasileira. Nós somos da segunda geração do cinema paraibano e não procuramos fazer uma tese, mas repensar o que é esse documentário 20 anos depois. São os autores que narram o filme (é estruturado a partir dos depoimentos deles e das cenas dos filmes); não é um filme isolado e sim se incorpora dentro do próprio ciclo que retrata.

Em 83 retornei à Paraíba me propondo começar a documentar os conflitos de terra no Nordeste tendo como ponto de partida a Paraíba (é uma constante no meu trabalho os fortes vínculos com a Paraíba, suas problemáticas e os valores culturais) e começo a produção de **Uma Questão de Terra** o qual terminei agora. No meio da produção surge outro filme: **Nau Catarineta** que é um folguedo popular praieiro, onde, mais uma

vez, o filme é estruturado a partir das pessoas que fazem esse folguedo (estivadores, pescadores, etc.), de analisar e equilibrar a fantasia e a realidade (nos depoimentos do filme essa diferença é muito sutil). Concluindo este filme retomo **Uma Questão de Terra** tratando dos problemas da violência no campo e, em termos de linguagem, talvez seja o filme que se aproxima mais do meu ideal cinematográfico, porque é um filme em que procuro trabalhar com os elementos presentes no registro da filmagem (a realidade está mais inteira); eu não interfiro (no processo intelectual da montagem) com um texto comentado, eu trabalho com o depoimento das pessoas e procuro dar o recado com os elementos sonoros e visuais que colhi no momento da filmagem. É evidente que há uma interferência no momento em que você enquadrava aquela realidade, mas o que me interessa é trabalhar com a dramaturgia natural ou popular; é tentar captar, numa relação de troca que é estabelecida durante a filmagem, a expressão mais espontânea do povo. A minha interferência não aparece na tela e sim essa ação espontânea das pessoas se expressando, dialogando e debatendo idéias.



“Uma questão de terra”

Proposta — Resgatar a dramaturgia popular é se inserir na realidade como ela é: seu cotidiano, sua linguagem . . .

Manfredo — . . . É uma questão de postura; porque postura é linguagem. Não chegar naquele momento de filmar sendo o dono da verdade, com as coisas preconcebidas; a realidade é muito mais forte do que se imagina. É preciso ter coragem e uma certa humildade de dialogar com isso; você estabelece realmente uma troca, um diálogo: você sabe quais são tuas ferramentas de trabalho, assim como é preciso saber o que aquelas pessoas com as quais você está trabalhando têm a dizer e captar o que tem de mais expressivo. O compromisso do documentarista é com a poética; não devemos fazer teses e sim levantar questões; um filme não encerra nele mesmo soluções mas, principalmente, visa ampliar as discussões. É uma obra aberta. Em **Uma Questão de Terra**, por exem-

plo, a gente sabia o que não queria, mas o que a gente queria estava descobrindo no próprio processo de realização. É uma questão de investigação da poética da realidade e este é o grande desafio e o mais fascinante.

Proposta — Você se insere e capta uma realidade, depois expressada nos seus filmes e esta expressão se destina a um público. Esta devolução ou retorno, vista não somente como uma questão de mercado mas do ponto de vista político, coloca a relação entre a produção e utilização.

Manfredo — Em todos os meus filmes tive esta preocupação com o retorno exibindo-os nos lugares em que foram realizados; é onde o filme se completa. O diálogo com os “personagens” se dá antes, durante e depois da produção (o diálogo se completa na exibição). Embora estes personagens ou atores sociais sejam os principais destinatários (pois são eles que estão discutindo de forma mais viva as problemáticas abordadas nos filmes) não são o único “público-alvo”. Esta relação com a devolução tem a ver com a própria linguagem: quanto mais abrangente você é na tua abordagem é também mais amplo o público que você pode atingir.

Proposta — Você é essencialmente um cineasta, mesmo quando faz vídeo; como você vê a diferença entre o cinema e o vídeo?

Manfredo — No cinema você tem mais tempo de elaboração; no vídeo, pelo próprio imediatismo do processo técnico (da resposta imediata) — e é por aí que a gente deve tomar partido de uma nova linguagem — resulta num certo relaxamento na elaboração. A reprodução imediata do vídeo é uma faca de dois gumes: por um lado possibilita entrar mais intensamente na própria realidade embora, por outro lado, pode ser banalizada se reduzindo a um mero “espelho” de autocontemplação. Uma nova linguagem no vídeo implica em se apropriar da reprodução imediata como um processo de aprofundamento na elaboração, resgatando o diálogo com os participantes nessas exibições imediatas após cada filmagem.

Proposta — O vídeo, de fato, comporta um paradoxo: ao mesmo tempo em que é mais acessível (e isto é politicamente importante no vídeo popular porque permite a sua expansão) e introduz novos recursos (como a reprodução imediata), por outro lado tem uma tendência a se banalizar — por ser fácil de operar e conseqüentemente não exigir grau de elaboração — (é pouco sutil enquanto instrumento).

Manfredo — Existe a possibilidade de se cair sempre no imediatismo do vídeo; não é só na facilidade de manejo e definição de imagem; é porque ainda não se percebeu as possibilidades que o vídeo oferece como uma outra linguagem que contribua para ampliar o debate das grandes questões. É evidente que o vídeo tem suas referências em relação ao cinema, mas o vídeo tem assimilado esta referência de forma conturbada porque o vídeo não tem enquanto processo o tempo de reflexão que o cinema exige (tempo de revelação, custos, etc.). A produção de cinema comporta riscos e responsabilidades que o vídeo não tem (e o risco cria exigências na elaboração) e isto resulta num relaxamento e certa irresponsabilidade no acabamento, identificadas em muitas produções de vídeo. Outra confusão é a referência à televisão (alguns vídeos parecem mais programas "ao vivo" do que vídeos acabados). O vídeo é algo que pode ser elaborado, editado e aí as possibilidades são infinitas;



Manfredo Caldas, documentarista paraibano, trabalha como montador e diretor de cinema desde 1972. Foi várias vezes premiado com seus documentários, como em 1983, quando recebe o prêmio Glauber Rocha na XII Jornada de Cinema da Bahia, com **Cinema Paraibano — Vinte anos**. Em 1987, **Nau Catarineta** é premiado no Festival de Brasília e, em 1989, seu filme **Uma Questão de Terra** recebe o Prêmio Margarida de Prata. A partir de 1986 Manfredo passa a trabalhar também com vídeo popular, desenvolvendo junto com a equipe de comunicação da FASE vários vídeos que tratam a problemática social e política dos setores populares.

tas; o cinema, a televisão e o vídeo são três coisas completamente diferentes. Se um vídeo não é artisticamente bem feito não pode ser bom politicamente (um resultado primário afeta a forma e o conteúdo).

Finalmente tem outro aspecto importante que é a questão da manipulação da linguagem: é a tentativa de trabalhar com a dramaturgia popular (nesse diálogo

antes, durante e depois da produção) para que ela se expresse da maneira mais espontânea possível. O problema da manipulação, onde o que está em primeiro plano é a verdade pessoal do autor, manipulando o material registrado de forma a "moldá-lo" a essa verdade pessoal que se tenta impor a qualquer custo. A manipulação embota qualquer reflexão a partir do material, induzindo a aceitar aquela verdade; o documentário deve fugir disso!

TELEVISÃO X VÍDEO POPULAR

A leitura da imagem

Entrevista concedida por Eduardo Coutinho a Alberto López Mejía, Mabel de Faria Melo e Paulo Martins Teixeira.

Proposta — Coutinho, você trabalhou em televisão durante muito tempo, tendo sido, inclusive, um dos criadores do **Globo Repórter** na década de 70. Seria interessante se você contasse um pouco o que foi esta experiência.

Coutinho — Eu não participei da criação do **Globo Repórter** não. Quando fui pra lá, em agosto de 75, o programa já existia há dois, três anos. Eu tinha largado o cinema há quatro anos, estava fazendo jornalismo. E quando me chamaram pensei que ia mexer com redação, texto, e me surpreendi quando vi que ia poder trabalhar com imagem. E mais que isso: ia poder sair pra filmar. Foi nessa época que me dei conta que em dez anos de cinema nunca tinha feito um documentário na vida. E foi nessa época que comecei a me apaixonar por documentá-

rio; a me apaixonar pela possibilidade de conversar com o outro através do cinema.

Eu trabalhei nove anos no **Globo Repórter**. Mas o período mais rico foi em 78, 79 quando nós conseguimos fazer uns 15 programas seguidos sobre temas nacionais, todos de 40 minutos sobre um só tema. Isso jamais tinha acontecido na televisão brasileira. O próprio **Globo Repórter** nunca tinha feito nada parecido. O programa começou como **Globo Shell**, um especial que ia ao ar às onze da noite. Era barato, não tinha muito problema para ser feito e vinha para dar prestígio para a emissora. Quando o programa começou a fazer sucesso desvincularam da Shell e passaram para o horário das nove e meia da

noite, uma vez por semana. A Globo sempre inventou prevendo a médio prazo, pensando no futuro entende? Programas como o **Ciranda Cirandinha** ou o **Malu Mulher** foram um pouco o produto disso. A Globo sempre teve dinheiro, mais do que as outras emissoras. E sempre foi, do ponto de vista capitalista e industrial, uma coisa sem comparação. Sempre teve uma visão geral, sempre inventou prevendo a médio prazo, entendeu? Na área de ficção e humor, ela continua a ter essa visão — tá o exemplo da **TV Pirata**. Mas na área de jornalismo a diferença é tremenda... Eu acho que hoje teria muito mais liberdade para fazer uma mini-série ou até um show do que jornalismo.

Proposta — O **Globo Repórter** foi um dos primeiros programas a focalizar uma

realidade excluída do discurso oficial que a Globo tinha. Como é que foi a conquista deste espaço?

Coutinho — O **Globo Repórter** era um troço diferente de todo o resto da programação. Era diferente, ficava meio fora do controle. Em primeiro lugar porque ficava geograficamente fora da emissora — funcionava numa casa a uns cem metros da emissora. E em segundo lugar porque era o único programa, naquele momento, que ainda era feito em filme, todo o resto da programação já tinha passado pra vídeo. E filme é fogo de controlar... Você tinha que pegar o filme, que era em reversível, abrir uma ou duas pistas de som, montar na moviola, mixar, telecinar... Não é uma operação que você faça em meia hora, né? Tinha outra questão: era o programa mais "sujo" da TV. Você imagina, fazer um programa em filme quando o equipamento eletrônico te permite um controle de qualidade muito maior... A gente fazia em filme, e pior, reversível. Eu me lembro que a gente chegou a imagens que tinham riscado durante o trabalho na moviola, um rolo todo. E teve que entrar porque não tinha outro... A nível de qualidade era um troço contra o padrão da Globo.

Havia espaço maior para abordar determinadas questões. Mas era um espaço relativo... Internamente não tinha aquela coisa terrível de vetar uma coisa antes de você experimentar, entende? Como naquela altura quem censurava mais era o governo, em certos momentos todo mundo acabava torcendo junto para um programa passar. Até porque, pra emissora, este tipo de censura tinha problemas: se uma matéria não ia pro ar, tinha que achar outra pra colocar no lugar... Parece absurdo dizer isso porque, desde o momento que começou a abrir foi se dando o contrário: enquanto a sociedade mudava, se tornava mais reivindicante, a Globo fechava cada vez mais, passava a fazer os cortes. E a mídia em geral também mudava, enquanto que com a Globo isso não acontecia. E quando acontecia era a pulso, como foi nas Diretas-Já. Eu quero dizer o seguinte: hoje em dia não é mais cinema, não é mais uma casa a cem metros e existe, teoricamente, plena liberdade de expressão no país. E é muito mais difícil de trabalhar lá do que em 75, 76, 77, entendeu? Isso é que é o negócio trágico da coisa. E que ao mesmo tempo tem sua lógica.

Proposta — Como é que essa briga pelo espaço se refletia a nível de linguagem nos programas?

Coutinho — Uma pessoa séria podia trabalhar. Havia brechas pra você fazer as

coisas. E aí eu falo em estética que é outro problema tão grave quanto o político, senão mais, porque deste poucas vezes se fala. Eu me lembro, por exemplo, que a gente tinha uma luta pra tentar conseguir o mínimo de locutor que é aquela coisa que fica um pouco a voz do mestre, que na televisão é aquela voz que normatiza tudo, que equilibra tudo, que diz a verdade...

Proposta — Mas a opção do narrador ser um sujeito que está sendo entrevistado, e não um texto em off, além de estética também é política...

Foto: Eduardo Coutinho



"Cabra marcado para morrer"

Coutinho — Claro. Do ponto de vista da empresa o locutor é indispensável como eficácia de audiência e como eficácia política. Na Globo o inimigo era esse. Mais do que nunca o inimigo lá é o locutor porque o locutor é sempre o mesmo. E tentar diminuir o máximo de informação através de uma voz autorizada, era uma luta política. Em outro contexto pode não significar isso; pode ser conseguir explicar as coisas, entende? A voz que narra um programa não precisa ser necessariamente a do Cid Moreira... Pode ser um participante de uma reunião, pode ser um livro, pode ser um bêbado. As vezes você não pode evitar, tem que jogar com isso. Porque senão — e isso acontece muito no documentário de cinema e vídeo — fica uma coisa disforme; o cara que faz o trabalho não assume a responsabilidade, não dá forma às coisas, não consegue dar nenhuma informação... Ele julga que todas as coisas a serem ditas estão lá e isso é uma visão muito paternalista, é dizer assim: "O povo sabe e fala." O fato que no teu programa só falem pessoas do povo não assegura que ele seja bom, não quer dizer que você seja consciente, democrático... Depende de como ele é feito — antes, durante e depois.

Eu acho que esse é um dos grandes enganos do documentário brasileiro: não existe esta noção de que informação é uma coisa que tem que ser assimilada.

As pessoas se recusam a aceitar isso, pesquisam mal... E daí o que aparece no produto final nem sempre consegue ser poético e quase nunca é informativo. No extremo oposto, a televisão só está preocupada com a suposta informação objetiva — que é absolutamente estéril da forma fragmentária em que é feita.

Proposta — Logo depois que você saiu do **Globo Repórter** fez o **Cabra marcado pra morrer**. Até que ponto **Cabra** incorpora a linguagem que vocês tentavam desenvolver no programa?

Coutinho — Esse é um negócio engraçado... Realmente se eu não tivesse trabalhado na televisão eu não fazia o **Cabra** do jeito que fiz. O **Globo Repórter** foi uma experiência fundamental pra mim: a todo o momento eu tinha uma experiência extraordinária de conversa, de como trabalhar com o som direto construindo uma história. Uma história em que os depoimentos se complementam, se contradizendo ou não, e passem de uma forma natural de um assunto pro outro, com uma estrutura muito próxima, em certo sentido, de um filme de ficção.

Há caras na Globo que chegaram a dizer que o **Cabra** era um **Globo Repórter** roubado. Eu acho que isso é uma incompreensão absoluta do seguinte: você pode incorporar elementos que a televisão usa geralmente muito mal. Você pode até às vezes incorporar usando os elementos ao contrário. Eu tenho muito orgulho de ter feito isso e cada vez mais procuro utilizar esta experiência. Porque eu acho que falta esse lance de reportagem no documentário brasileiro, de aproveitar da reportagem aquela coisa de poder chegar filmando, de a qualquer momento poder estar filmando, sabe? Não ter esses elementos pode ser um empobrecimento... Eu acho que tem que usar é tudo. E esse troço, dessa impureza, eu acho genial. Não é incorporar de forma naturalista, como acontece quase sempre em reportagem na televisão... Mas é tentar incorporar acrescentando algo mais, no nível crítico, no nível emocional. Nos anos 50 a televisão cria novos equipamentos e isso é apropriado pra criar o cinema de som direto, que é livre pra burro e é diferente da televisão mas que parte de uma tecnologia que é conquistada. Como é que eu não vou usar isso? Por que é que eu não posso usar um repórter, não como uma figura de autoridade, mas ao contrário, até para questionar esta relação entre o entrevistador e o entrevistado...

Proposta — A gente queria mudar um pouco de assunto e falar sobre o vídeo

popular — sobre os problemas e as expectativas que cercam este tipo de trabalho. Como é que você está vendo o vídeo popular no Brasil, hoje?

Coutinho — Antes de qualquer coisa pra poder falar era preciso ver muito mais do que normalmente se vê, e isso é difícil. E também conhecer mais a experiência dos grupos, o que também é muito complicado à medida que existe muito pouca coisa analisando os trabalhos. O que existe mais são descrições de como são os vídeos, de como eles vão ser distribuídos, enfim estas análises mais quantitativas, que na verdade são superficiais porque sempre procuram dourar a pílula. Sempre se diz que as coisas são melhores do que estão e isso não é só no vídeo popular, é em todo o movimento, é na esquerda de uma maneira geral. Eu até poderia ter uma referência indireta de vídeos que vi, ou não vi, mas que fossem comentados dizendo: "Nossa experiência foi assim. No vídeo aconteceu tal coisa." E eu acho que isso não acontece de graça pois os grupos e as pessoas estão afogadas no seu cotidiano, é difícil sobreviver... Mas também acho que discutir é uma obrigação do vídeo popular se ele pretende ter alguma seriedade. Senão fica que nem com a televisão — o sujeito tem a tendência de dizer que ela manipula tudo, que as pessoas assimilam passivamente tudo o que ela exhibe. Mas eu não conheço nenhum es-



Eduardo Coutinho, 56 anos, é jornalista, roteirista de cinema e televisão e um dos mais importantes diretores de cinema e vídeo do Brasil. É autor de alguns dos melhores roteiros produzidos nos últimos anos (*A falecida*, *Lição de Amor* e *Dona Flor e seus dois maridos* só para citar alguns) e dirigiu, entre outros, *Cabra marcado para morrer*, um dos mais importantes filmes da história do cinema brasileiro. Trabalhou em televisão a partir da metade da década de 70 como um dos diretores do *Globo Repórter* e, mais recentemente, como roteirista da série *90 anos de cinema: uma aventura brasileira*. Realizou, ainda, trabalhos com entidades ligadas ao movimento popular sendo o mais conhecido *Santa Marta — duas semanas no morro* que fala do cotidiano dos moradores da favela Dona Marta, localizada na zona sul do Rio de Janeiro. Atualmente desenvolve projeto sobre a dívida externa brasileira no Centro de Criação de Imagem Popular, entidade da qual é um dos fundadores.

tudo sobre como as camadas populares recebem e elaboram as informações que elas recebem da TV no dia-a-dia. Você conhece? O que bate mais no povo: a recepção da ficção ou do jornalismo? O que é que eles apreendem no **Jornal Nacional**? Ou será que não apreendem nada? Tem que tentar responder estas questões, senão a mídia vira uma coisa demonizada, entendeu? A televisão fica sendo o deus-todo-poderoso e o povo o infeliz... Até o dia em que a gente tomar conta. Aí deixa de ser... Sabe, é tudo muito mais complexo do que isso, é tudo muito mais complicado.

O vídeo é uma coisa extraordinária. Você pode pegar um mesmo material e mandar cinco pessoas editarem que num prazo de uma semana vai dar cinco coisas diferentes... Você pode ter várias versões de um vídeo de acordo com o teu público potencial: versão proselitista, versão poética, versão reflexiva, etc. Isso é fantástico, a possibilidade de des-sacralizar o vídeo como produto final. E é uma coisa que quase não se usa. A discussão tanto sobre a eficácia política do vídeo como sobre a qualidade do meio como reflexão do real está muito atrasada.

VÍDEO POPULAR

Um novo conceito de comunicação: o destinatário é o sujeito

*Alberto López Mejía**

O vídeo surge na década de 70 já caracterizado como um equipamento doméstico (VHS — Video Home System), cuja tendência é de se popularizar cada vez mais através da redução de custos e da simplificação (automatização) operacional.

O vídeo se insere numa época marcada por uma progressão tecnológica voltada para o potencial de sua reprodutibilidade.¹ Desde a primeira revolução industrial, onde se alterou radicalmente a forma de produção (até então artesanal) com a

mecanização e/ou fabricação serial, a capacidade técnica de reprodução se multiplicou. Assim, da gravura ao xerox e da fotografia ao vídeo, existe um processo evolutivo. O vídeo, da mesma forma que o xerox, extrapola qualquer controle na reprodução; as tentativas de estabelecer limites ou de resguardar a ética autoral se tornam cada vez mais anacrônicas.

Um dos aspectos que caracterizam o século XX é a implantação de uma rede planetária de

* Coordenador do setor audiovisual da FASE.

telecomunicações. Atualmente uma grande parcela da população mundial recebe diariamente informações (notícias) do resto do planeta e esta noção global faz parte do seu repertório cultural. Não é por acaso que os movimentos sociais, que surgiram a partir da contracultura (na década de 60), têm características com uma dimensão planetária (como é o caso dos movimentos feminista e ecológico) que ultrapassam as noções partidárias e nacionalistas, redimensionando o próprio conceito de ideologia.

A noção da modernidade comporta estes dois aspectos: por um lado uma tendência a compreender a totalidade; isto é, ver o mundo (o que resulta no enfrentamento das problemáticas mais estruturais) e, por outro lado, uma proliferação/atomização (ou reprodutibilidade) das fontes produtoras de informação. Esta pulverização dilui a "aura" autoral, sobrepondo indefinidamente o que é produzido e reproduzido. Da mesma forma que o xerox, o vídeo se insere numa época que se contrapõe a qualquer controle na sua reprodução; ao contrário, sua lógica se fundamenta na multiplicação.

O vídeo nasce como apêndice atomizado da televisão (a comunicação de massa x vídeo doméstico: os extremos se interpenetram). O vídeo oferece ao usuário múltiplas utilidades: desde tornar o espetáculo do cinema um ritual doméstico quando se aluga uma fita numa locadora, até ter um controle remoto sobre a televisão gravando e editando imagens.

O fato do vídeo ser bastante acessível (em termos de custo, manejo e na possibilidade da reprodução imediata) o torna cada vez mais familiar. Qualquer pessoa que adquiere uma câmera de vídeo tem inconscientemente um repertório cinematográfico e televisual imenso, embora no momento de tornar-se "produtor" de vídeo essa memória audiovisual não aflore ao nível da consciência, ao ponto de constituir uma necessidade de elaboração de uma linguagem sistematizando diversos elementos num discurso articulado. As primeiras filmagens num equipamento de vídeo doméstico geralmente são feitas (de forma inconsciente) com "montagem na câmera" (edição na própria gravação) e suas imagens não se fixam como num discurso acabado; elas se movimentam quase estroboscopicamente a procura de "algo"; a digitação dos botões (recursos técnicos) fantasia as pretensões de construir um vocabulário visual. Assistir a milhares de filmes não significa estar automaticamente "alfabetizado na escrita" do vídeo. O fácil manejo de uma câmera (que não traz no seu manual de instruções como construir uma linguagem) resulta em materiais tecnicamente primários, quase fotografias em movimento. A diferença de definição entre o registro estático da fotografia e a imagem em movimento do vídeo, com seu retorno imediato, torna a memória mais "viva": uma câmera de vídeo capta

um número muito grande de informações audiovisuais e a operação quase automatizada do registro exige o operador de qualquer capacitação prévia; conseqüentemente não suscita a necessidade de construir um discurso. A alta definição do registro dá a falsa impressão de "imagem acabada" satisfazendo as expectativas do videasta iniciante.

A produção de vídeo que não problematiza a linguagem na construção de um discurso e na expressão de idéias (e sentimentos) resulta num amontoado de registros inertes, com a tendência a se constituir num arquivo morto.

A linguagem do vídeo

A construção de uma linguagem no vídeo (como em qualquer outro meio de expressão) envolve ao mesmo tempo a busca de uma identidade autoral (estilo, forma de expressão, etc.)² e a sua contextualização. O sistema doméstico de vídeo abrange desde o "álbum de família" até um circuito integrado de vídeo/telefone/computador representando um meio sofisticado de intercomunicação.

A linguagem do vídeo (assim como no cinema) pode ser dividida em dois grandes blocos: a linguagem narrativa e não-narrativa. Embora historicamente estes dois blocos tenham se desenvolvido de forma isolada, atualmente se interpenetram. Na história do cinema a linguagem narrativa representa 99% da produção, enquanto a linguagem não-narrativa (chamada de cinema experimental) compreende desde a relação imagem/música, que começou em 1919, no dadaísmo, com vários pintores alemães (como Walter Ruttmann: *Opus I*)³ continuando, na década de 50, no cinema *underground* americano, com pesquisas sobre a percepção subliminar

Colagem Alberto López Mejía



(Robert Breer: **Fist Fight**)⁴ e, a partir da década de 60 se configura na videoarte, cujo pioneiro foi Nam June Paik (discípulo de Stockhausen em música eletroacústica) o qual expunha dezenas de TVs empilhadas, cada uma delas com um "defeito" programado, explorando a retícula da imagem eletrônica.⁵ Pode-se observar que a linguagem não-narrativa atua no campo fenomenológico (ou da percepção), enquanto a linguagem narrativa atua no campo analítico (ou da interpretação) e, embora as duas linguagens expressem idéias e sentimentos, uma conta uma estória e a outra não.

O primeiro nível da linguagem narrativa que é o registro "bruto" dos fatos, em geral exige (enquanto linguagem narrativa) a ação complementar da explicação verbal durante a exibição, articulando os fatos. É esta explicação integrada ao registro dos fatos que constitui o discurso (é um discurso audiovisual e não somente verbal ou visual). Pode-se afirmar que o registro bruto já comporta em si uma linguagem (narrativa) própria e de fato isto se dá em diversos graus: desde a foto em movimento até o pleno domínio do operador em relação à situação (contexto) e aos recursos técnicos da linguagem, obtendo com a montagem na câmera uma forma completa de expressão. Da mesma forma que a explicação verbal cumpre o papel do narrador e "completa" o discurso num registro bruto, o processo de recuperação da memória (arquivo dinâmico) constitui a tentativa de construção de uma linguagem narrativa e/ou analítica (selecionar, encaixar e relacionar imagens é, em si, um processo analítico).

A primeira referência da linguagem narrativa é o cinema. Em 1916 Abel Gance (cineasta) afirmou: "O cinema não é a reprodução da realidade e sim a reprodução da consciência". Esta afirmação diferencia o nível do registro bruto do discurso narrativo. No vídeo a cultura cinematográfica se traduz na referência imediata que é a televisão. A linguagem televisiva se diferencia do cinema num nível estrutural: na forma, a televisão incorpora todo um vocabulário gráfico; a imagem eletrônica aliada à computação gráfica possibilita uma infinita quantidade de recursos.⁶ A estrutura formal da linguagem televisiva tem uma sintaxe diferente do cinema, com pontuações, cortes, cadências e simbologias próprias. A nível do conteúdo a televisão se desenvolve num contexto diferente do cinema, começando pelo "ritual" em que se realiza; ao invés do espetáculo do cinema o ritual doméstico da TV estabelece outra relação palco/platéia: a tela do cinema é um palco numa sala escura com uma platéia contemplativa (o espectador se envolve no enredo da ficção — universo diegético — esquecendo sua realidade cotidiana — universo proprioperceptivo);⁷ a TV, ao contrário, é um "objeto de cena" no palco familiar e o telespectador estabelece outra relação com o universo ficcional alterando diversos graus de envolvimento e distanciamento (os intervalos comerciais, por exemplo, permi-

tem ao telespectador distanciar sua atenção da programação; o "plim-plim" da Globo é um sinal ou aviso para retomar a atenção no programa); estes distanciamentos resultam numa maior disponibilidade temporal por parte do telespectador (qualquer pessoa assiste naturalmente a três ou quatro horas de televisão; esta mesma disponibilidade não se aplica ao cinema, pois um filme de três ou quatro horas é classificado, de antemão, como "pesado"). Por outro lado, a nível do conteúdo, o enredo da maior parte das telenovelas (produto típico da TV) tem ao mesmo tempo uma trama ficcional vinculada a elementos da conjuntura política, presentes no senso comum da população.⁸ A narrativa da televisão é por sua vez impregnada da linguagem (e da lógica) da publicidade, a qual surge no seu interior, com a incorporação da linguagem não-narrativa (como é o caso dos **clips**) e até da percepção subliminar (tempo mínimo de percepção de uma imagem), além da dicotomia entre discurso e mensagem: a televisão, na aparência de um discurso coloquial (interpessoal) e de entretenimento, traz embutida toda uma mensagem e condicionamento ideológicos.⁹ Uma das diferenças estruturais da linguagem televisiva sobre a linguagem cinematográfica se dá nos três tipos de edição da televisão: "Há, em primeiro lugar, a montagem interna do programa; há outra montagem a nível da macro-estrutura da televisão, que faz coexistir o programa **stricto sensu** com os **breaks** comerciais e outras interrupções, além de amarrar cada capítulo ou unidade com sua continuidade no dia seguinte, e por fim há a 'montagem' que o próprio espectador realiza com sua unidade de controle remoto, pulando de um programa (ou capítulo) para outro".¹⁰

Este terceiro tipo de montagem, realizado pelo telespectador através do controle remoto, não se resume à troca mecânica de canais: o fato de poder gravar num videocassete imagens transmitidas pela televisão significa ter à disposição um imenso banco de imagens (é neste sentido que o vídeo é igual ao xerox, fortalecendo o pressuposto atual de permanente recriação ou, como foi citado, do anacronismo da ética autoral).

A grande inovação do vídeo em relação aos outros meios já existentes é que amplia o espectro de funções possíveis: o vídeo permite realizar tanto produtos acabados quanto **processos** (vídeo-produto e vídeo-processo). O vídeo-produto ainda tem como referência a linguagem do cinema e da televisão; o vídeo-processo constitui um universo completamente novo e em permanente reelaboração. A edição, por exemplo, não se baseia nos parâmetros de construção de um discurso narrativo e sim semelhante ao processo da memória, o qual sintetiza progressivamente os fatos qualificando-os (reproduzindo a consciência e não simplesmente a realidade, como dizia Abel Gance); por outro lado, os recortes discursivos (no vídeo-processo) não têm como prioridade serem acabados (ou definitivos) e sim serem passíveis de múltiplas combinações (memó-

ria dinâmica). A elaboração desta lógica processual evidencia o seu aspecto funcional¹¹ e/ou da contextualização, remetendo mais ao terreno do auto-conhecimento do que à expressão (enquanto discurso acabado); tem portanto um caráter endógeno. Não é por acaso que o vídeo-processo está sendo aplicado tanto na psicanálise quanto na educação popular.

O vídeo popular

Paradoxalmente ao processo de expansão das telecomunicações a nível mundial, persiste ainda hoje o monopólio da emissão (pelo capital ou pelo Estado), onde o discurso é controlado ideologicamente e a mensagem construída a partir do interesse do poder vigente.¹² No caso específico do Brasil esta centralização das telecomunicações consegue manipular todo tipo de informação excluindo uma parcela cada vez maior da sua própria realidade.¹³ É nesta realidade excluída, da pauperização social e através dos movimentos sociais que o vídeo popular se insere.

“O vídeo chega aos grupos e movimentos populares com mais um componente de luta e, por suas características técnicas, adapta-se bem a projetos de comunicação popular que têm os diferentes grupos sociais como público-alvo, prestando-se desde a simples exibição de programas pregravados até a produção de mensagens originais.

Com base nessa ampla gama de usos e produções, pode-se conceituar o vídeo popular como:

— a produção de programas de vídeo por grupos ligados diretamente a movimentos populares, como por exemplo os sindicatos e associações de moradores e movimento dos sem terra;

— a produção de programas de vídeo por instituições ligadas aos movimentos populares para assessoria e colaboração regular, como grupos da Igreja, a FASE, o Ibase, centros de defesa dos direitos humanos, entre outros;

— a produção de programas de vídeo por grupos independentes dos movimentos populares, que por iniciativa própria elaboram-nos sob a ótica e a partir dos interesses e necessidades desses movimentos, que são por fim seu público mais importante;

— o processo de produção de programas de vídeo, com a participação direta de grupos populares em sua concepção, elaboração e distribuição, inclusive apropriando-se dos equipamentos de vídeo;

— o processo de exibição de programas de interesse dos movimentos populares, produzidos em vídeo ou utilizando-se como suporte, a nível

grupal, para informação, animação, conscientização e mobilização.

Tudo isto é, para nós, o vídeo popular. Uma definição abrangente que tem como referência primordial a prática do uso do vídeo pelos movimentos populares, o volume dessa produção, o seu teor, os grupos que são responsáveis por ela e a exibição de programas comprometidos com a realidade social.”¹⁴

Embora o vídeo popular tenha uma concepção antagônica à comunicação de massa (participação x manipulação), o direito ao acesso destes meios é uma perspectiva de luta. Ao contrário do vídeo alternativo entendido como videoarte, o qual não tem necessariamente qualquer compromisso externo à obra, o vídeo popular tem como pressuposto básico a interação produção/utilização. O elemento gerador de um vídeo popular é o seu público alvo; o ponto de partida é portanto a sua função. Ao invés da televisão, a qual homogeneiza os diversos segmentos sociais, o vídeo popular se destina a um público bastante definido e isto qualifica a sua utilização de diversas formas:

— a programação numa exibição é determinada pelos usuários, seja na escolha de um vídeo produzido externamente ao grupo, assim como na participação (direta ou indireta) da produção do próprio vídeo e, desta forma, o público-alvo é ao mesmo tempo o sujeito da ação;

— a exibição não é um ato passivo, contemplativo; a seleção da programação é definida pelo objetivo prévio, o qual é o motivo da reunião. Geralmente após a exibição é realizado um debate analisando o conteúdo do vídeo;

— ao contrário dos veículos de comunicação de massa, onde se estabelece uma relação emissor \rightarrow receptor (e o emissor detém o poder do controle da mensagem), no vídeo popular se estabelece uma relação interlocutor \leftrightarrow interlocutor; isto significa a alteração de uma relação vertical para uma relação horizontal, onde os atores políticos são os sujeitos da ação.

Esta qualificação do público coloca a necessidade de, no vídeo popular, conhecer tanto a linguagem do vídeo quanto a realidade social no qual está inserido. A capacidade de traduzir uma análise da realidade social para a linguagem do vídeo se dá na integração e não na divisão destes dois tipos de saber. Isto coloca alguns aspectos na relação entre o produtor e o movimento:

— quando a produção é feita pelo próprio movimento desperta a necessidade de conhecer melhor a linguagem técnica para poder tornar o vídeo um instrumento analítico e não somente descritivo (a elaboração de um roteiro é, em si, um processo analítico);

— quando o vídeo é produzido numa relação de assessoria, como é o caso da FASE, se estabelece um processo de apropriação mútua de conhecimento, analisando de forma integrada as etapas de elaboração, produção e utilização;

— quando o produtor é externo ao movimento esta troca de saber se dá tanto nas discussões durante a produção, assim como na participação direta na exibição ou indireta através de folhetos de acompanhamento (com a sinopse) facilitando a decodificação do conteúdo e conseqüentemente o debate posterior à exibição. É importante investir nesta troca de saber entre produtor e movimento e não simplesmente “extrair” e “despejar” informações entre as partes.

A relação entre a produção e a utilização, assim como a qualificação desta utilização, evidencia a necessidade de aprofundar o conhecimento, tanto da linguagem do vídeo quanto da realidade social. É a interação destes dois tipos de saber que caracteriza a linguagem do vídeo popular.

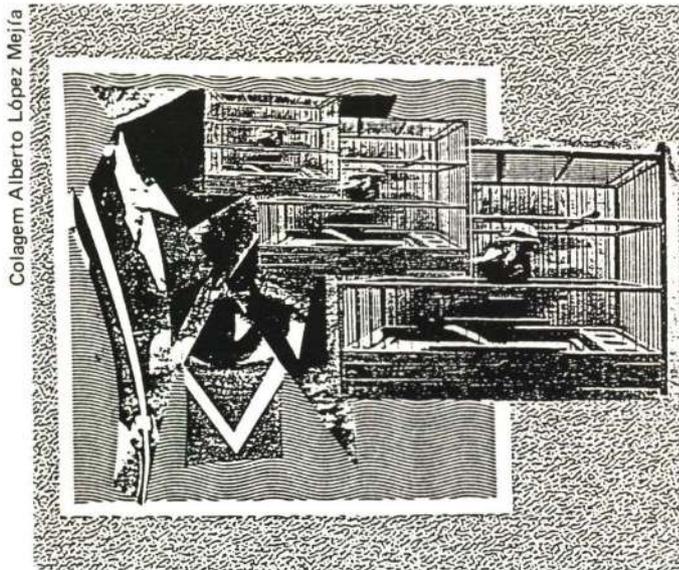
A linguagem do vídeo popular

O surgimento do vídeo popular no Brasil a partir da década de 80 e a multiplicação de produtores e produções ao longo desta década reflete, por um lado, a importância do vídeo nos movimentos sociais construindo uma identidade cultural e resgatando sua memória de luta. Por outro lado, existe um baixo padrão de qualidade na maioria desta produção, o que deriva de vários aspectos:

— o vídeo popular no Brasil não surge por iniciativa de intelectuais ou profissionais na área da comunicação (cinema ou TV) e sim espontaneamente a partir do interior, ou paralelamente, dos movimentos; ainda hoje a inserção de profissionais representa uma parcela minoritária no conjunto da produção. Esta característica é resultante da própria implantação comercial do vídeo doméstico (câmeras VHS);

— o fato de surgir no interior do movimento caracteriza um determinado contexto, cujo objetivo prioritário é a luta pela transformação da sociedade. Embora a luta pela transformação social traga no seu bojo a democratização da comunicação (o vídeo popular é a expressão disto), a apropriação, por parte dos movimentos, da importância da comunicação e, especificamente, do vídeo, é ainda embrionária. As classes populares, além de excluídas do discurso “oficial” veiculado através da comunicação de massa, não têm acesso à educação profissional (na comunicação) e, no contexto da educação popular, ainda não foram publicados manuais de capacitação de vídeo;

— o sistema de vídeo doméstico (VHS), por ser bastante acessível, se implanta comercialmente em larga escala e, como já foi dito, a facilidade no



manejo do equipamento oculta a necessidade de aprofundar o conhecimento da linguagem, o que implica na apropriação do conhecimento de forma pulverizada e/ou fragmentada;

— esta pulverização se acentua se levarmos em conta as dimensões territoriais do Brasil onde, não necessariamente, a produção se concentra nos grandes centros urbanos (a nível regional o Nordeste tem grande produção e, a nível dos movimentos sociais no campo, assalariados rurais, pequenos produtores e índios produzem e utilizam vídeos).

De qualquer forma, todos estes aspectos levam à conclusão de que, paralela à produção, não existe ainda o devido investimento na auto-capacitação e, conseqüentemente, inexistente um processo de teorização, isto é, de reflexão e sistematização surgindo a partir do interior do vídeo popular.

Este baixo padrão de qualidade não se resume ao aspecto formal ou técnico; a linguagem compreende tanto a forma quanto o conteúdo e, neste sentido, os materiais produzidos nem sempre acrescentam informações ou levantam novas questões para o movimento, limitando-se à descrição dos fatos sem estabelecer qualquer relação entre o nível localizado em que os fatos ocorrem e uma noção mais ampla das problemáticas estruturais da sociedade.

É importante recuperar os diversos aspectos que caracterizam a linguagem do vídeo, especificando-os aqui no contexto do vídeo popular:

— no aspecto tecnológico, os recursos, 1º) da reprodução imediata tornam seu uso (já qualificado no vídeo popular) extremamente dinâmico; 2º) a possibilidade de captação de imagem pelo ar (canal aberto = emissoras de TV), coloca à disposição do consumidor (e/ou produtor de vídeo popular) um banco de imagens gigantesco e de forma gratuita;

3º) o fato do vídeo ser bastante acessível permite o seu efeito multiplicador no interior (ou paralelamente) dos movimentos, com o surgimento a cada dia de novos produtores e usuários;

— no aspecto da linguagem narrativa do vídeo, assim como no cinema, é a reprodução da consciência e não a simples reprodução da realidade; isto no contexto dos movimentos populares, destaca a importância de resgatar a expressão oral (a qual é a forma natural de reflexão e expressão no interior dos movimentos). Por outro lado, o fato de ser a reprodução da consciência evidencia a necessidade dos vídeos populares não serem somente o registro descritivo e sim um processo analítico (ou seja, não ser um mero ato mecânico e sim um processo de elaboração intelectual);

— finalmente, no aspecto da concepção, o vídeo possibilita ser tanto um produto quanto um processo em permanente reelaboração. Esta concepção processual coloca o vídeo como um instrumento potencial para contribuir na integração entre a reflexão e a ação (práxis) de forma contínua e sincrônica.

O domínio da linguagem permite elaborar discursos "convincentes" (a propaganda eleitoral pode não ser o melhor exemplo de um discurso convincente mas ilustra como isto, teoricamente, pode ser aplicado a qualquer ideologia). Isto significa que dominar a linguagem possibilita também manipular esta linguagem na defesa dos interesses de classe. Se, por um lado, as classes dominantes detêm o controle dos meios de comunicação de massa e, através deles, manipulam a linguagem ideologicamente (valorizando o individualismo na individualidade doméstica do receptor) de modo a evitar a consciência organizativa,¹⁵ por outro lado esta manipulação também é passível de ocorrer no vídeo popular.¹⁶

"Nos anos 40, o crítico francês André Bazin sugeriu uma alternativa, num ataque de certo modo atrasado, à abordagem totalitária do cinema por parte das autoridades russas, Bazin tentou formular a estética de um cinema democrático; ele queria um cinema em que a realidade não fosse como nos filmes russos, despojada de toda sua complexidade com o objetivo de criar emoções predeterminadas e simples efeitos. A platéia não deveria ser forçada em suas percepções e reações mas deveria ter liberdade de escolha e oportunidade para formar suas próprias idéias".¹⁷

Em resumo, a questão da manipulação da linguagem coloca dois aspectos que devem ser ressaltados:

— em primeiro lugar a participação; esta participação se efetua principalmente na interação do saber técnico (de quem produz) e o saber político dos atores sociais, os quais se constituem em sujei-

tos (e não em objetos). A produção e a utilização de um vídeo popular são, cada um, um processo educativo, isto é, de resgate da experiência e reflexão sobre ela; a interação entre estes dois processos (educativos) possibilita não somente a recuperação da memória de luta, como também, fundamentalmente, ter como perspectiva avançar nesta reflexão de forma permanente e sincrônica à ação.

— em segundo lugar a problematização; o resgate e análise de uma experiência de luta comportam tanto os avanços quanto as dificuldades; isto é, uma análise deve ser crítica, dialética: levantar questões e enfrentar contradições. Somente desta forma se consegue avançar na própria reflexão da realidade e ao mesmo tempo garantir o seu efeito multiplicador, por exemplo: um grupo, num estágio organizativo inicial, assiste a um vídeo sobre outro grupo similar — o qual já passou pelo estágio do primeiro — se o vídeo somente expressar uma visão descritiva, ufanista, linear — uma fórmula acabada — será insuficiente enquanto referência. Ao contrário, se o vídeo problematizar as questões do seu próprio processo organizativo, estará expressando sua experiência de forma mais real e, ao invés de estar se "queimando", estará contribuindo para o avanço real de outros grupos (em vez de serem "receptores" engolindo uma estória, serão "interlocutores" despojados de mitos ou máscaras, identificando-se de forma mais intensa).

A articulação do vídeo popular

Para finalizar, é necessário levantar algumas questões em relação ao vídeo popular, não mais a nível da linguagem e sim a nível do seu estágio organizativo. O Brasil é o único país, na América Latina, que possui hoje uma estrutura organizativa permanente em âmbito nacional, através da ABVP — Associação Brasileira de Vídeo Popular — (isto é significativo se levarmos em conta o fato da área territorial do Brasil ser a maior da América Latina). No último encontro latino-americano, realizado em junho deste ano em Cochabamba (Bolívia), foi discutida a possibilidade de uma articulação a nível continental; neste processo de discussão, freqüentemente o Brasil (através da ABVP) era citado como exemplo ou referência. A conclusão final do encontro foi de que os diversos países vivem ainda um processo de organização interna a nível nacional; por outro lado, o segundo documento do Brasil neste encontro (em anexo), assinado pela diretoria da ABVP, levanta algumas questões importantes a serem aprofundadas em relação à organização do vídeo popular no âmbito nacional:

— a questão da representatividade comporta alguns pontos: em primeiro lugar a sua pluralidade ou diversidade; o vídeo popular é realizado a partir de concepções bastante diferenciadas, embora inscritos no mesmo contexto e abordando temas afins; estas diversas concepções representam ao

mesmo tempo sua riqueza interna de idéias, assim como o conflito de interesses e opiniões. A coexistência desta pluralidade torna a representação de uma organização nacional mais abrangente e complexa; isto exige grande flexibilidade no seu funcionamento (ou gestão da direção) de modo a atender as diversas demandas (ou interesses) e inside diretamente no sistema operacional e na metodologia das atividades, como por exemplo, na capacitação, onde o método clássico de ensino (de vídeo) é insuficiente. Além da capacitação em roteiro, filmagem, produção e edição é fundamental avançar na questão da utilização, assim como no aprofundamento das diferenças e relações entre o vídeo-produto e o vídeo-processo (só se capacita em vídeo-produto); a utilização não pode ser reduzida à exibição e sim nas múltiplas funções possíveis que o vídeo oferece. Por outro lado, a capacitação deve recuperar a essência do seu objetivo, que é o seu efeito multiplicador, isto é, formar futuros formadores. A metodologia de capacitação deve partir portanto da função (utilização), ou seja, do contexto no qual estão inseridos os participantes do curso e não de uma fórmula padrão.

Em segundo lugar a representatividade diz respeito à questão territorial, a qual se desdobra em regionais; a descentralização é necessária de modo a impulsionar cada regional e constituir um todo orgânico (horizontal) ao invés de uma estrutura vertical (piramidal: o que não significa ser necessariamente autoritária; pode ser também dependente e/ou paternalista). Cada regional deve ser suficientemente consistente ao ponto de constituir um pólo aglutinador de idéias e ações.

Um aspecto problemático (na sua concepção) é a sobreposição entre a representação e a distribuição: o fato de uma associação nacional ser, ao mesmo tempo, a representação de produtores bastante diversificados (grupos de educação popular, produtores independentes, projetos de intervenção social, etc.) e ser responsável pelo escoamento dessa produção (distribuição) corresponde, por exemplo, a um sindicato que, simultaneamente, representa uma categoria e é responsável pela venda da produção dessa categoria. A distribuição, no vídeo popular, tem um caráter essencialmente político e não comercial; o conflito de interesses entre os associados deve ser demarcado por esse critério político, ou seja, enquanto estratégia de expansão.

Ainda em relação à distribuição (e o seu caráter político), "o vídeo se insere numa cultura de tecnologias de alta reprodutibilidade assim como o xerox e o computador, apresentando impasses quanto a sua apropriação e quanto ao controle da sua utilização".¹⁸ Uma associação nacional não pode ser responsabilizada por esta impossibilidade de controle na reprodução e apropriação pois isto faz parte (e é uma das características) da nossa época.

O fato deste conjunto de questões estarem sendo enfrentadas, seja no âmbito da linguagem, seja na organização (a nível nacional e/ou continental) faz com que a atual conjuntura do vídeo popular se encontre num período de grande efervescência e amadurecimento; é com o aprofundamento desta reflexão que iremos apontar pistas que resultem num saldo de qualidade na produção de vídeo popular.

¹ Vide Walter Benjamin "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica" (Obras Escolhidas), pág. 165.

² **Obs.:** não existe contradição entre a necessidade de uma identidade autoral e a obsolescência da ética autoral; existe sim um conflito histórico: a busca da identidade autoral é o processo de construção de uma linguagem, de interpretação e expressão da realidade através de uma obra. Para isto se faz quase sempre necessário extrair imagens existentes em outras obras, da mesma forma que num texto é feita uma citação bibliográfica. O limite ético deste recurso de linguagem se estabelece quando uma obra plagia outra sem reinterpretá-la, pois isto constitui uma identidade autoral falsa.

³ Vide **História do cinema mundial**, vol. I, pág. 183, de G. Sadoul.

⁴ Vide **An introduction to the american underground film**, pág. 83, de Sheldon Renan.

⁵ Vide **A arte do vídeo**, pág. 117, de Arlindo Machado.

Obs.: é interessante observar que as primeiras experiências de videoarte exploram não a linguagem do vídeo e sim a televisão como suporte ou objeto simbólico; isto é, o monitor de TV como emissor em si e não como receptor da transmissão da TV.

⁶ Vide **A arte do vídeo**, pág. 148: as pesquisas mais recentes dão surgimento à geometria Fractal ou geometria da desordem (sistema matemático capaz de descrever e representar a estrutura de fenômenos naturais resistentes à formalização).

⁷ Vide **A significação no cinema**, pág. 26, de Christian Metz.

⁸ Citando alguns exemplos recentes de telenovelas cujo enredo tinha vinculação com a conjuntura política: **Vale Tudo**, **Salvador da Pátria**, e **Que Rei Sou Eu?** (todas da Rede Globo).

⁹ "A informação está estruturada de modo a produzir a intimidação social. Pois, tendo sido excluídos do processo real de produção, criação e invenção das idéias e dos valores (pois a informação só divulga o já estabelecido e confirmado), os indivíduos também se encontram socialmente invalidados por sua suposta ignorância". (Trecho extraído do livro **Conformismo e resistência**, pág. 35, de Marilena Chauí.)

¹⁰ Vide **A arte do vídeo**, pág. 108.

¹¹ O enfoque processual, com permanente reelaboração e múltiplas combinações, privilegia um objetivo externo à própria obra. A análise de um vídeo-processo tem como pressuposto a sua contextualização, ao contrário de um vídeo-produto que é analisado enquanto obra em si, acabada.

- 12 "... Trata-se de contestar o uso privado da cultura, sua condição de privilégio 'natural' dos bem-dotados, a dissimulação da divisão social do trabalho sob a imagem da diferença de talentos e de inteligências. É a noção de competência que torna possível a imagem da comunicação e da informação como espaço da opinião pública, imagem aparentemente democrática e, na realidade, antidemocrática por excelência, pois ao fazer do público espaço da opinião, essa imagem destrói a possibilidade de elevar o saber à condição de coisa pública, isto é, de direito à sua produção por parte de todos." (Trecho extraído do livro **Cultura e democracia**, de Marilena Chauí.)
- 13 Vide **O vídeo e a educação popular**, pág. 2, de Alberto López Mejía, FASE/1987, mimeo.
- 14 Trecho extraído do livro **A imagem nas mãos — o vídeo popular no Brasil**, de Luiz Fernando Santoro, pág. 60.
- 15 Vide Antonio Gramsci, in **O materialismo histórico e a filosofia de Benedetto Croce**, pág. 30, referindo-se ao conceito de "senso comum/bom senso": "Em que consiste exatamente o mérito do que costuma se chamar de senso comum ou bom senso? — não somente no fato de que o senso comum utiliza o princípio da causalidade, embora seja somente de forma implícita, e sim no fato mais restrito de que, numa série de juízos, o senso comum identifica a causa simples e exata ao alcance da mão e não se deixa desviar por elocubrações pseudoprofundas, pseudocientíficas, etc."
- Vide também Marilena Chauí in **Conformismo e resistência**, pág. 39, a respeito da manipulação da linguagem: "A informação, dirigida aos espoliados, não cria apenas o 'sistema de ilusões' da sociedade de consumo (ilusões são necessárias a todos), mas reforça a percepção e o sentimento da necessidade de ser incluído nesse espaço, sob pena de converter as perdas numa perda irreversível: a da própria humanidade, invalidada pela incompetência."
- 16 Idem, pág. 40, sobre cultura popular: "Não se trata da distinção entre cultura feita pelo povo e cultura feita para o povo; — não se trata da diferença entre produtores e destinatários (ainda que muito importante); — é a diferença entre uma manifestação cultural na qual os participantes se exprimem e se reconhecem mutuamente em sua humanidade e em suas condições sociais, marcando a distância e aproximação com outras manifestações culturais, de um lado, e, de outro, uma estrutura cultural na qual os indivíduos são convidados a participar sob pena de exclusão e invalidação sociais ou de destituição cultural".
- 17 Trecho do capítulo "A estética da propaganda" (pág. 145), do livro **Cinema e política**, de Leif Furhammar e Folke Isaksson.
- 18 Vide segundo documento da delegação brasileira (em anexo).

Anexo

Segundo documento da delegação brasileira no encontro latino-americano em Cochabamba (Bolívia) — junho/1989

A diretoria da Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP) apresenta um documento complementar, buscando enriquecer as discussões ocorridas durante o Encontro:

1) As discussões sobre associações nacionais contemplam elementos que vão além da questão da representação.

2) No caso brasileiro vivenciamos a fase de montagem de uma estrutura mínima de funcionamento e representatividade, o que nos coloca uma série de questões que devem ser respondidas para que a estrutura não exista em si mesma, mas que seja uma realimentadora do vídeo enquanto instrumento político.

3) A ABVP hoje tem como função desenvolver ao conjunto da sociedade a visão que o movimento popular tem da sua realidade, a partir do meio vídeo. Para isso articula grupos de educação popular, produtores, projetos de intervenção social, etc. Essa diversidade comporta uma complexidade que se reflete no encaminhamento de projetos tais como: metodologias de capacitação, estratégias de distribuição etc., a fim de articular aqueles que fazem vídeo popular hoje.

No caso da ABVP esta complexidade se materializa nos trabalhos desenvolvidos na área de distribuição.

Esse projeto colocou-nos a dificuldade de vincular organicamente a questão da representatividade e da expectativa por parte de cada realizador do escoamento da sua produção, a combinação desses dois aspectos traz um conflito inerente.

4) O vídeo se insere numa cultura de tecnologias de alta reprodutibilidade assim como o xerox e o computador, apresentando impasses quanto a sua apropriação e quanto ao controle da sua utilização. Estes dados devem ser considerados nas discussões sobre produção, legislação, difusão e distribuição que se traçam em cada país e entre países.

Gostaríamos também de destacar a importância que teve este encontro como fórum de explicação destas discussões, e ainda por ter se constituído a partir de uma convocação aberta, garantindo a multiplicidade de participação.

Por fim, apoiamos as propostas apresentadas para a realização do próximo encontro, onde se recomenda uma co-responsabilidade de vários países na organização e busca de recursos.

GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

BETACAM: marca registrada de um sistema integrado de gravador e câmera, que grava em fitas de meia polegada com qualidade broadcasting.

BREAK: intervalo, quebra de continuidade, interrupção de um programa televisual para a entrada de comerciais.

BROADCAST: (ou broadcasting); termo utilizado para designar a equipe ou o programa de estação de rádio ou TV, ou simplesmente radio-difusão, emissão através das ondas hertzianas.

CAMCORDER: contração de câmera e recorder; câmera com gravador embutido.

CLOSE: plano que enfatiza um detalhe.

ESTROBOSCÓPIO: dispositivo destinado à iluminação ou à observação periódica de um sistema vibrante, com o auxílio do qual se podem reconhecer diferentes características do movimento.

FADE: efeito através do qual a imagem escurece (fade out) ou clareia (fade in) gradualmente.

FRACTALS: objetos matemáticos complexos e não lineares que ocorrem em dimensões fracionárias, portanto, entre o ponto e a reta, entre a reta e o plano, entre o plano e o sólido, ou entre o sólido e a dimensão temporal; campo da computação gráfica que trabalha com objetos fractais.

GADGET: acessório, supérfluo.

KIT: termo utilizado na FASE para designar um pacote de diversos recursos pedagógicos (impressos, audiovisuais, etc.) integrados.

LINK: é a ligação entre dois ou mais pontos para transmissão de sinais de imagem e som; essa linha de transmissão é composta de antenas parabólicas.

MIXAGEM: a mistura de vários sons com intensidades diferentes.

MOVIOLA: máquina usada para a edição (montagem) de filmes; o equivalente no vídeo é a "ilha de edição".

OFF: vozes ou sons presentes sem se mostrar a fonte emissora.

TAKE: (ou tomada); designa um quadro da imagem; mudar um take significa substituir aquela imagem por outra.

TELECINAR: sistema de projeção utilizado para converter imagem ótica em imagem eletrônica (filme de VT).

UHF: (ultra high frequency); sinal de 300 a 3.000 MHZ utilizado pelas TVs regionais.

U-MATIC: marca registrada de um sistema de videocassete que emprega fitas de 3/4 de polegada e que é utilizado em produções de caráter profissional ou semiprofissional.

VHS: (abreviatura de video home system); marca registrada de um sistema de videocassete que emprega fitas de meia polegada e que é utilizado predominantemente para finalidades domésticas.

VÍDEO 8: marca registrada de um sistema de videocassete que emprega fitas de 8 milímetros.

ZOOM: efeito ótico de aproximação ou distanciamento da imagem focalizada.

GLOSSÁRIO DAS SIGLAS MENCIONADAS NOS ARTIGOS

ABVP: associação brasileira de vídeo popular (SP)

AMOB: associação de moradores de Bengui (Belém/Pará)

ASSESSOAR: associação de estudos, orientação e assistência rural (PR)

CECIP: centro de criação de imagem popular (RJ)

CDI: cinema distribuição independente

CIMCA: centro de integración de medios de comunicación alternativa (La Paz/Bolívia)

CUT: central única dos trabalhadores

INCA: instituto Cajamar (SP)

LBA: legião brasileira de assistência

MAB: movimento amigos de bairro da Baixada Fluminense (RJ)

OCIC: organização católica internacional de cinema

ONG: organizações não-governamentais

RCT: rede de comunicação dos trabalhadores

TVB: TV dos bancários (SP)

TVT: TV dos trabalhadores (SP)

OBS.: Todos os vídeos citados nos artigos podem ser encontrados na ABVP (Rua 13 de Maio, 489 — Bela Vista — CEP 01327 — São Paulo — Fones: (011) 284-0586 / 288-4694) e, no caso dos vídeos latino-americanos, através das próprias entidades produtoras.

CATÁLOGO DE VÍDEO*

FASE PRODUÇÕES

● **A Camponesa e o Sindicato**

U-Matic, 10', 1982, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Relato da experiência de uma lavradora, onde aponta a necessidade da participação da mulher no sindicato.

● **Um Pouco da História do 1º Sindicato Rural**

U-Matic, 10', 1982, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Um dos fundadores do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Campos (RJ) relata porque e como eles fundaram o sindicato em 1932.

● **Como Começou**

U-Matic, 20', 1982, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Três fundadores da Fetag-RJ contam as lutas travadas pela posse da terra em 3 regiões do Estado do Rio e a necessidade de articulação dessas lutas, o que os levou a fundar a Federação dos Trabalhadores Rurais do Rio.

● **Nossa Greve em 1982**

U-Matic, 35', 1982, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Documenta a greve dos canavieiros de Pernambuco a partir do momento da assembléia de delegados sindicais até a vitória do movimento.

● **Somos Nove Milhões**

U-Matic, 35', 1983, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Os assalariados rurais, bóias-frias dos Estados do Pará, Pernambuco, São Paulo e Paraná, contam em entrevistas suas dificuldades e as razões que os levaram à situação de bóia-fria. Relatam também as dificuldades enfrentadas para se organizarem e suas vitórias parciais conquistadas.

● **Lamparina (4 episódios)**

U-Matic, 2h20', 1984, Pal-M

Produção: Equipe FASE-Manaus

Dramatização baseada na história da organização e luta dos lavradores de Santarém para tomarem o sindicato.

● **Um Dia na Vida de um trabalhador Rural**

VHS, 45', 1987, Pal-M

Produção: Equipe FASE-Itabuna

Registro do Cotidiano de um trabalhador rural da zona cacauzeira da Bahia. Através de imagens e depoimentos este vídeo retrata as condições de trabalho, de moradia e alimentação destes trabalhadores.

● **Ó Xente, Pois Não!**

U-Matic, 25', 1983, Pal-M

Produção: FASE-Nacional

Um grupo de camponeses fala sobre seu universo, abordando questões como o amor à terra, o trabalho em conjunto e a solidariedade entre eles.

● **Capital Comercial e Usuário**

VHS, 1988, 40', N'

Produção: Equipe FASE-Capanema/Lavradores Unidos de Nova Timboteua

Trata do tema da exploração embutida nas relações que se estabelecem no campo entre os pequenos lavradores e os comerciantes. Contém depoimentos de lavradores, uma exposição analítica destas relações e a apresentação de algumas iniciativas dos lavradores na resistência desta situação.

● **Carajás — Palco de Novas Lutas?**

VHS, 1988, 40', N'

Produção: Regional Norte/Cepepo

Documentário que resgata a histórica presença dos interesses estrangeiros sobre as riquezas do Brasil. Este documento mostra ainda as formas de organização e de luta dos trabalhadores ferroviários, metalúrgicos e camponeses frente aos grandes projetos.

* Todos os vídeos circulam em cópias VHS e podem ser encontrados no Setor Audiovisual da FASE-Nacional.

● **Tribunal da Terra do Pará**

VHS, 1986, 45', N'

Produção: Equipe FASE-Belém/SPDDH/CPT Norte/Cepepo
Registra e apresenta de modo analítico a dramática situação dos conflitos de terra no Pará desta década de 80. É resultado de um tribunal da terra promovido por um conjunto de entidades democráticas em Belém do Pará.

● **Francisco Semente da Terra**

VHS, 1988, 39', N'

Produção: Equipe FASE-Vitória/Vix

A partir da morte do líder camponês, Domingos Francisco Ramos, este vídeo retrata a violência no campo que atinge os meeiros e assalariados das grandes fazendas no norte do Espírito Santo.

● **Formação Sindical de Base**

U-Matic, 27', 1985, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Registro de um curso de formação dos químicos do ABC.

● **Com União e Trabalho**

U-Matic, 30', 1983, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Um trabalhador conta sua viagem à São Bernardo do Campo (SP) e relata porque e como foi fundada a Central Única dos Trabalhadores – CUT.

● **A Ferrovia Vai Parar**

U-Matic, 43', 1986, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Vídeo documentando a greve dos Ferroviários da Central do Brasil (RJ) em maio de 1986, destacando o processo organizativo e resgatando um pouco da história da categoria desde 1964.

● **Homens Entre Cristais**

VHS, 30', 1987, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Registro da eleição da primeira comissão de fábrica de uma indústria de vidro do Rio de Janeiro.

● **Você Disse . . . Crise?**

U-Matic, 22', 1987, Pal-M

Produção: FASE-Nacional

Através de análise da crise brasileira, alguns economistas e lideranças sindicais discutem questões relativas as condições de trabalho, a dívida externa e arrocho salarial, apresentando também algumas considerações sobre o plano cruzado.

● **Batalha em Guararapes I**

U-Matic, 40', 1985, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Os moradores da Associação de Moradores de Guararapes (zona Oeste do RJ) reproduzem sua história em forma de ficção, tendo como centro a luta contra os despejos, mostrando a participação das demais associações e da FAMERJ como articuladora do movimento.

● **Batalha em Guararapes II**

U-Matic, 29', 1985, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Reportagem sobre um dia de luta contra uma ameaça de despejo no bairro de Jardim Guararapes. Os personagens são os mesmos do primeiro vídeo. Um ano depois a realidade imita a ficção.

● **II Congresso da FAMERJ**

U-Matic, 29', 1986, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Registro do congresso da Federação das Associações de Moradores do RJ realizado em 31/05, 01 e 02/06.

● **Um Avanço na Luta**

VHS, 45', 1985, N'

Produção: Equipe FASE-Belém

Registro do II Congresso da Comissão de Bairros de Belém (CBB).

● **Educação Para Que e Para Quem**

VHS, 45', 1985, N'

Produção: Equipe FASE-Belém

Relata a luta pela educação em Belém destacando algumas experiências de escolas comunitárias.

● **Bengui – A Luta Pelo Transporte I, II e III**

VHS, 30' (cada), 1986, N'

Produção: Equipe FASE-Belém

Documentário/Registro sobre uma etapa da organização popular de um bairro da periferia de Belém, através da associação de moradores.

● **Daqui Não Saio, Daqui Ninguém Me Tira**

VHS, 40', 1986, N'

Produção: FASE-Belém

Relato da situação das baixadas de Belém. Informa qual o plano governamental de saneamento e a proposta elaborada pelos moradores através da Comissão de Bairros de Belém.

● **Comunidade Frente a Violência**

U-Matic, 22', 1987, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Os habitantes do Município de Valença (RJ) se organizam para reclamar soluções diante da violência crescente no dia-a-dia da cidade. No decorrer do vídeo é feito um balanço das causas da crescente violência. Os moradores discutem a pena de morte e outros métodos para solucionar o problema, e a partir das condições do presídio fazem uma reflexão sobre o sistema carcerário.

● **Morando Com Peito de Aço**

U-Matic, 35', 1989, Pal-M

Produção: Setor Audiovisual

Documentário retratando as formas de violência que atingem os moradores do conjunto habitacional "Cidade de Deus" (RJ). Os moradores denunciam a discriminação que a sociedade e o Estado os impõe e explicitam o drama diário da coexistência com a criminalidade e com a violência urbana.

● **Cidade Nossa, Vida Melhor**

VHS, 31', 1989, NTSC

Produção: Equipe FASE-Rio

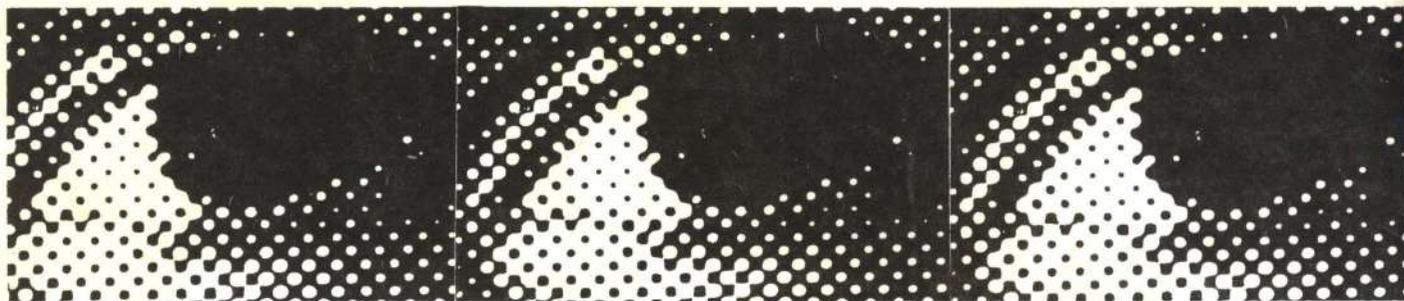
O vídeo retrata a realidade do saneamento básico em São João de Meriti (RJ), e as ações do movimento popular, suas esperanças, seu cotidiano e suas lutas, através da Federação das Associações de Moradores (ABM).

● **Agora É Hora, Diretas Pra Valer! (I, II e III)**

U-Matic, 1h16', 1989, Pal-M

Produção: FASE/Cecip/Ceta-Ibase

Série com três vídeos, produzidos com o objetivo de oferecer elementos sobre a realidade político-econômica, através da análise de temas ligados a economia, aos direitos de cidadania e ao perfil dos candidatos, para contribuir nos debates sobre os presidenciáveis.



CINE & VÍDEO

D I S T R I B U I D O R A

AGORA VOCÊ PODE TER ACESSO A MAIS DE 300 TÍTULOS DA REALIDADE BRASILEIRA

Vídeos e filmes telecinados dão corpo a uma produção alternativa, produzidos por realizadores de vídeo popular e cineastas independentes.

A distribuidora CINEVÍDEO — criada pela ABVP e pela CDI, entidades sem fins lucrativos — reúne um acervo pioneiro no país. Ao promover a distribuição nacional e mostras itinerantes, coloca em circulação uma produção que faz da realidade social, em suas manifestações plurais, seu tema principal. Uma produção que não tem vez nas tevês e cinemas comerciais ainda hoje.

A iniciativa da ABVP e da CDI em criar uma distribuidora — a CINEVÍDEO —, com apoio da Fundação Ford, impulsiona a difusão de realizações alternativas e populares, ao mesmo tempo em que inaugura novos espaços de reflexão e intercâmbio.

A distribuidora CINEVÍDEO tem como público alvo: movimentos populares, escolas, universidades, bibliotecas, centros culturais, cineclubes etc.

Os títulos estão organizados em blocos temáticos.

Abaixo, alguns exemplos:

- Movimentos Sindical, Estudantil e Comunitário
- Reforma Agrária
- Negro
- Mulher
- Índio
- Menor
- Direitos Humanos
- Meio Ambiente
- Educação e Cultura populares
- Comunicação Alternativa
- Vida Urbana
- Cinema, Música, Artes
- Comportamento
- América Latina

COMO RETIRAR VÍDEOS

- Na Grande São Paulo, pessoalmente.
- No interior de SP e outros Estados, pedidos pelo telefone ou pelo Correio.
- Há uma ficha de cadastro a ser preenchida.

Todos os vídeos estão em VHS (NTSC ou PAL-M).
Fica vedada a exibição em circuitos comerciais.

Rua Treze de Maio, 489 — Bela Vista
01327 São Paulo — SP
Tels.: (011) 284-0586 / 288-9684
Atendimento: de 2ª a 6ª feira,
das 9 às 18 horas.



LANÇAMENTO

NÃO DEIXE DE LER

216 págs. Formato 14 x 21

Mais de **130** Documentos Gráficos compostos por:
Quadros Comparativos, Ilustrações, Fotografias,
Resenhas Históricas sobre Filmes, Vídeos e Áudios
Populares, Literatura, Músicas, etc.

Junto ao Livro um Encarte do Mapa Cronológico
sobre a História dos Movimentos Sociais no Campo.



DISPONÍVEL NA FASE:

Preço: 16,85 BTNs

Adquira ainda **HOJE** o seu exemplar.

Converta as **BTN**s em **CRUZADOS NOVOS**
ao valor do mês em curso e envie
Cheque Nominal à FASE.

FASE

Federação de Órgãos para Assistência
Social e Educacional
Rua Bento Lisboa, 58 – Catete
22221 – Rio de Janeiro – RJ – Brasil
Tel.: (021) 285-2998

Próximo Número

POLÍTICA AGRÍCOLA

Nos anos 60, se dizia que, para modernizar o campo e aumentar a produção, precisava-se fazer a Reforma Agrária. O regime autoritário abandonou rapidamente esse discurso e promoveu uma modernização conservadora da agricultura brasileira. A sua política agrícola levou a um aumento da concentração da posse e da propriedade da terra no meio rural. A política agrícola, dividida entre tecnocratas e setores políticos e economicamente dominantes, levou o pequeno produtor à exaustão econômica e à marginalização política. Foi mais uma faceta bem sucedida da privatização do Estado, colocado ao serviço dos interesses de uma minoria.

Sem uma política agrícola adequada, não há projeto democrático de modernização agrícola. **Proposta**, no seu próximo número, coloca o esforço dos pequenos produtores, dos seus sindicatos e da CUT – e junto com eles, das entidades de assessoria – para se impôr como atores econômicos e políticos na sua luta por uma política agrícola voltada para os interesses da grande maioria da população rural e urbana.

Eles se somam assim a numerosos setores da sociedade no clamor pela ressocialização do Estado e pelas necessárias mudanças no modelo de desenvolvimento brasileiro.