

Identidades: o bairro Pantanal ou Planalto Ayrton Senna pela perspectiva do vídeo popular da TV Janela¹

Robson da Silva BRAGA²

Resumo

Este trabalho aborda alguns aspectos que estão sendo trabalhados em uma monografia³ em processo de realização. Serão tratados, aqui, aspectos gerais sobre alguns conceitos utilizados para a análise da produção audiovisual da TV Janela, um projeto do Instituto de Desenvolvimento Social (IDS), Organização Não-Governamental (ONG) localizada no bairro Pantanal ou Planalto Ayrton Senna. Estes dois termos nomeiam a mesma comunidade, situada ao sul de Fortaleza (capital do Ceará), na divisa com o município de Maracanaú. Uma comunidade que surgiu a partir de uma ocupação de terras devolutas em 1990 e que já contava com 30.106 sujeitos em 2000. A dupla nomeação, decorrente do conflito político entre lideranças comunitárias do bairro, é um dos pontos trabalhados na monografia que pretende analisar a identidade cultural do bairro e quais aspectos dessa identidade são retratados, reforçados ou omitidos pelos vídeos da TV Janela.

Palavras-chave: identidade cultural; mídia comunitária; imagem

Introdução

Este trabalho aborda alguns aspectos que estão sendo trabalhados em uma monografia em processo de realização. Serão tratados, aqui, aspectos gerais sobre alguns conceitos utilizados para a análise da produção audiovisual da TV Janela, um projeto do Instituto de Desenvolvimento Social (IDS), Organização Não-Governamental (ONG) localizada no bairro Pantanal ou Planalto Ayrton Senna. Estes dois termos nomeiam a mesma comunidade, situada ao sul de Fortaleza (capital do Ceará), na divisa com o município de Maracanaú. Uma comunidade que surgiu a partir de uma ocupação de terras devolutas em 1990 e que já contava com 30.106 sujeitos em 2000⁴.

¹ Trabalho apresentado ao GT 3 - Mídia Audiovisual do XII Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional - Regiocom 2007, em Fortaleza.

² Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC); bolsista do Pibic / CNPq. E-mail: robsonsilvabraga2@gmail.com

³ Monografia sendo realizada com a orientação da professora doutora Márcia Vidal Nunes, do Departamento de Comunicação Social da UFC.

⁴ Dados do Censo 2000 (o mais recente), organizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). À época do Censo, os 25 setores (termo utilizado pelo IBGE para designar um conjunto de 400 residências) que hoje constituem a comunidade faziam parte de um outro bairro vizinho, o Mondubim. A comunidade, que surgiu a partir de uma ocupação de 1990, só foi reconhecida como bairro oficialmente em 2003, pela lei municipal nº 8.699. Antes, era conhecida na cidade, devido ao reforço midiático, como “favela do Pantanal”.

A dupla nomeação, decorrente do conflito político entre lideranças comunitárias do bairro, é um dos pontos trabalhados na monografia que pretende analisar a identidade cultural do bairro e quais aspectos dessa identidade são retratados, reforçados ou omitidos pelos vídeos da TV Janela. Os vídeos são produzidos por adolescentes do local, de 15 a 17 anos, capacitados pelo IDS.

O objetivo deste trabalho é definir a imagem do bairro Pantanal / Planalto Ayrton Senna, construída pelo vídeo popular da TV Janela; perceber qual é a concepção de “mudança” que o IDS possui ao tentar reconstruir a imagem do bairro e trazer auto-estima para os moradores.

Há uma crise de identidade nesse processo de mudança de nome? Como os vídeos da TV Janela percebem a identidade coletiva do bairro? Como constroem a imagem da comunidade, quais aspectos da identidade coletiva são exaltados, omitidos ou negados? É uma visão do bairro advinda das idéias políticas dos coordenadores, que pertencem ou possuem afinidade com o grupo que se manifestou contrário à mudança do antigo nome, Pantanal, para Planalto Ayrton Senna? Ou os adolescentes possuem autonomia para a produção desses vídeos, sendo a TV Janela um produto comunitário de fato?

Alguns desses questionamentos não serão pensados minuciosamente aqui, já que a proposta deste trabalho é pinçar alguns aspectos do trabalho monográfico. Para possíveis conclusões acerca desses questionamentos, faz-se necessária uma pesquisa com os moradores do bairro para traçar um perfil em maior profundidade da comunidade.

O trabalho monográfico está dividido nas seguintes etapas: conhecer a história do bairro, para identificar a sua identidade; inserir o IDS no contexto do bairro, para entender a função da entidade na comunidade e os objetivos do projeto TV Janela; perceber até que ponto os adolescentes têm autonomia para a produção dos vídeos; e analisar as produções de 2007 (cada uma com duração de 30 minutos).

1. Identidade Cultural

Ouvindo-se os relatos de vida e de resistência dos moradores mais antigos do bairro Pantanal / Planalto Ayrton Senna, percebe-se a força em potencial que o poder local possui dentro do contexto de desigualdades a que os grupos sociais economicamente excluídos são submetidos constantemente.

Construir uma identidade coletiva para o bairro torna-se um conflito constante, devido ao grande fluxo de informações a que estamos submetidos na contemporaneidade. Nesse processo de construção de idéias sobre nós mesmos, estão em disputa e em constante confronto sujeitos com propósitos e concepções diferentes e, muitas vezes, opostos.

HALL (2002) enumera três concepções diferentes sobre identidade, uma se sobrepondo a outra, saindo do “indivíduo totalmente centrado” do Iluminismo e ganhando destaque à medida que o capitalismo avançou e tornou o mundo globalizado. As concepções de identidade enumeradas pelo autor são as do:

- a) sujeito do Iluminismo, b) sujeito sociológico e c) sujeito pós-moderno. O sujeito do Iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades da razão, de consciência e de ação, cujo centro

consistia num centro interior [...] A noção de sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com “outras pessoas importantes para ele”, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava [...] A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” – entre o mundo pessoal e o mundo público. (HALL, 2002, p. 10 e 11).

Na pós-modernidade, como explica HALL, os sujeitos passaram a ser “fragmentados”, compostos de “várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas”.

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (HALL, 1987, apud HALL, 2002, p.12 e 13).

Com o desenvolvimento tecnológico e os ideais modernos de globalização, as mídias, cada vez mais difundidas pelo mundo, possuem um papel fundamental para a propagação de identidades globalizantes. Essas identidades estão em constante conflito com outras identidades locais / regionais.

Considerando-se a influência das emissoras de televisão no processo de formação cultural brasileira, percebemos o quanto elas são influenciadoras na construção de identidades. Portanto, é importante lembrar que os primeiros programas policiais surgiram em Fortaleza no início de 1990, ou seja, na mesma época em que a comunidade do Pantanal se estabelecia no sul da cidade. Os conflitos constantes entre o grupo “ocupante” e os “donos da terra” contribuíram para a marginalização da comunidade. Além disso, os bairros vizinhos começavam a ver a população do Pantanal com maus olhos.

Em novembro de 1993, um policial matou três adolescentes em uma comunidade vizinha ao Pantanal. No entanto, os meios de comunicação noticiaram exaustivamente o crime, que ficou conhecido como “Chacina do Pantanal”, como um episódio ocorrido naquele bairro, difundindo, na cidade, a idéia de que o Pantanal era uma “favela” perigosa. Essa seria a primeira imagem do Pantanal disseminada pela mídia e que permanece viva ainda hoje, embora com menos intensidade, no imaginário da população de Fortaleza.

Mesmo que alguém do Pantanal, identificado com as lutas sociais travadas na década de 1990 pela comunidade, tivesse a compreensão de que o bairro era composto por pessoas “sérias”, “trabalhadoras” e “de garra”, o estigma de “bairro miserável e violento” pairava no imaginário popular. Esse conflito entre várias identidades constitui a “crise de identidade”, da qual HALL fala em sua obra.

A formação daquele bairro possui duas características bastante peculiares à comunidade, incomuns à maioria dos bairros periféricos de Fortaleza: 1) a chegada em grupo no local, forçada pelo inevitável êxodo-rural, mas espontânea, por terem optado por morarem naquela área verde; 2) e a necessidade de união para a luta por direitos básicos, como saneamento e pavimentação. Outra questão importante de ser ressaltada é a de que a comunidade fica na divisa com o município de Maracanaú, sendo, portanto, um bairro distante do centro da cidade e não utilizado como trânsito entre espaços de Fortaleza. Isso torna a comunidade isolada, “fechada”; quem pra lá se desloca ou mora no bairro, ou participa do comércio de lá. Aos sábados e domingos, pela manhã, a comunidade monta uma feira em uma das ruas mais movimentadas do bairro, também atraindo comerciantes de outros bairros.

2. Lideranças comunitárias em conflito

No início do ano de 1990, apenas a vegetação habitava uma área despovoada, cujos proprietários existiam apenas no papel. Nesse ano, grupos de retirantes vindos de várias cidades cearenses, frutos do êxodo-rural, ou mesmo vindos de outros bairros de Fortaleza, ocuparam o espaço que logo foi denominado pela comunidade que se formava de Pantanal. O nome era alusivo à novela, homônima e contemporânea, da extinta TV Manchete, devido à semelhança vegetal com o espaço em que foi ambientada, o Pantanal Mato-grossense.

Nessa época, os moradores do Pantanal enfrentaram diversos conflitos com o Estado, devido à “invasão” de terras privadas e ao descaso do poder público, já que o local ficou, durante alguns anos, desprovido de saneamento básico, água, pavimentação e energia pública. Ao mesmo tempo, os moradores tiveram que lutar contra as dificuldades econômicas, principal motivo do alto índice de criminalidade registrado na região, nessa época.

Com o objetivo de lutar contra esses problemas sociais e econômicos, um grupo de moradores se reuniu e formou a União dos Moradores do Pantanal (UMP), em 1991.

A gente começou a associação, aí fomos trabalhar, fomos lutar pela energia, fomos lutar pela linha de ônibus, por água, aí daí por diante [...] As grandes necessidades: era escuro, não tinha ônibus, a gente ia pegar ônibus no (Conjunto) José Walter, maior perigo do mundo quando o pessoal ia trabalhar que vinha de lá pra cá... Tinha muitos assaltantes. Maior perigo de lá pra cá. E pra gente se ver livre disso aí, a gente pegou, botou três ônibus pirata [sic] aqui dentro, pra poder se manifestar contra as empresas (de ônibus), pras empresas poderem dar (as linhas de ônibus). Quando esses ônibus (piratas) passaram 15 dias aqui, aí a empresa Fortaleza se manifestou, aí que ficou a linha. (Bárbara Sousa, sócio-fundadora e atual presidenta da UMP).

Em novembro de 1993, um policial assassinaria três adolescentes na região próxima à comunidade. Como o Pantanal começava a se estabelecer e a amedrontar os bairros vizinhos, a morte dos adolescentes foi associada à comunidade, que ficaria maculada com o estigma da violência e da miséria. O episódio ficou conhecido na grande mídia como

Chacina do Pantanal e até hoje é associado pelo imaginário dos fortalezenses à “favela do Pantanal”. Na época da Chacina, surgiam em Fortaleza os primeiros programas televisivos policiais. O Barra Pesada (da TV Jangadeiro) e o Aqui Agora (da TV Cidade) são exemplos de programas que exploraram exaustivamente a criminalidade e a pobreza do bairro, contribuindo, assim, para a construção de uma imagem negativa do Pantanal.

Moradores do local contam que sempre foi muito difícil de se conseguir emprego formal no comércio de Fortaleza, devido, principalmente, ao preconceito que há contra as pessoas do bairro.

Em março de 2001, uma liderança comunitária do bairro, José Adalberto Ribeiro, o Tukano (alusão ao formato do nariz), reuniu alguns moradores do bairro para organizarem, naquele ano, um “plebiscito popular” na comunidade para a eleição do nome do bairro, que seria levado à Câmara Municipal para pressionar os vereadores a oficializarem o bairro através de lei municipal. A UMP se recusou a dar apoio à mobilização de Adalberto. Assim, Tukano fundou outra entidade: a Associação Comunitária para o Desenvolvimento Humano e Social – Acodehs. A entidade surge em conflito político com a UMP, devido ao posicionamento quanto à mudança de nome.

O índice de criminalidade era muito grande. Porque... Era explicável. O cara morria na Pajuçara, o pessoal dizia que era no Pantanal. [...] O cara morresse a três léguas daqui, morreu no Pantanal, jogavam pro Pantanal. [...] Isso começou a irritar. Aí começou a irritar, e eu não dormia mais, com essa idéia de que tinha que haver mudança, tinha que haver um processo, alguém tinha que se manifestar. Fui aos antigos diretores da UMP, na época, me negaram um apoio, negaram. “Não, porque a população tava muito bem, obrigado, não precisava disso”. Aí eu disse: “Rapaz, vamo [sic] fazer uma consulta...”, né? “Tem que fazer uma consulta, o povo tem que ser consultado pra saber se ele quer continuar nisso”, porque, além de você não existir oficialmente, você estava tachado como mais uma favela, sabe? Mais um eixo de favela da periferia. (Adalberto Ribeiro, presidente da Associação Comunitária para o Desenvolvimento Humano e Social - Acodehs)

Até junho de 2001, antes do “plebiscito popular” que elegeu “Planalto Ayrton Senna” como nome oficial do bairro, não havia outra denominação para a comunidade senão “Pantanal”. A partir daí, duas nomenclaturas, sustentadas por lideranças políticas antagônicas, passaram a disputar a identidade da comunidade. Uma matéria do jornal Diário do Nordeste⁵, de 20 de junho de 2003, noticiava: “As comunidades que hoje formam o novo bairro Planalto Airton [sic] Senna... vivenciaram um domingo de impasse, entre festejos e cortejos fúnebres, caracterizando respectivamente, posturas a favor e contra, à

⁵ Matéria “Planalto Airton Sena [sic] – Mudança de nome do Pantanal gera polêmica”, do jornal Diário do Nordeste de 20 de junho de 2003. Na foto, integrantes da UMP falam ao microfone, à frente do local onde se localiza a UMP, como se vê na fachada. Na legenda da foto: “Associação do bairro defende que mudança do nome do local significa a perda da identidade do Pantanal e de sua história, marcada pela resistência popular”.

nova identidade da área”. A “perda da identidade e da história” foi a justificativa para o enterro simbólico realizado pela UMP em 19 de junho de 2003, durante o festejo, organizado pela Acodehs, pela oficialização do bairro Planalto Ayrton Senna, através da lei municipal 8.699/03.

Para as pessoas ligadas à Acodehs, a mudança era necessária para que a comunidade perdesse o estigma da criminalidade, que a mídia propagava desde a Chacina do Pantanal. Para outras, mais próximas à UMP, a mudança de nome significava a perda de uma identidade e que, pelo contrário, devia-se mudar a imagem do bairro através, principalmente, do desenvolvimento de políticas públicas.

3. TV Janela: identidade e auto-estima

Em 1999, surge, no bairro, o Instituto de Desenvolvimento Social (IDS). O instituto é uma Organização Não-Governamental (ONG) que desenvolve projetos sociais dentro da comunidade do Pantanal. O atual e mais importante projeto desenvolvido pela ONG é o TV Janela. O projeto surgiu em 2004 e capacita, por turma, 20 adolescentes do bairro, entre 15 e 17 anos, para a produção de material audiovisual sobre a própria comunidade. Cada turma produz, teoricamente, seis vídeos, que são exibidos em telão montado na rua e conseguem aglutinar cerca de 300 pessoas por exibição. As exibições ocorriam, geralmente, uma vez por mês, no sábado à noite, mas essas exibições têm se tornado mais irregulares.

A missão dos projetos da ONG, definida a seguir pelo próprio IDS, é: “Promover o desenvolvimento social e cultural, integrando o ser humano em harmonia com o meio em que vive, trabalhando a cidadania e auto-estima para uma melhor qualidade de vida”. Assim, o IDS descreve a produção audiovisual da TV Janela:

Documentário da história da comunidade, um documentário sobre o movimento cultural, um vídeo-clipe com música de autoria das pessoas da comunidade e uma reportagem de rua sobre o cotidiano da comunidade (temas de interesse público), mostrando sempre as experiências exitosas para elevação da auto-estima das pessoas, produzindo temas de interesse da comunidade.

A partir da finalidade dos vídeos da TV Janela, percebe-se um interesse do IDS de mudar a imagem estigmatizada que se construiu sobre o bairro, mas partindo de uma percepção diferente da concepção da Acodehs e mais próxima da concepção da UMP.

Vale lembrar que o coordenador da TV Janela, Valdenor Xavier, já foi presidente da UMP de 1996 a 1998 e ainda hoje simpatiza com suas idéias, além de ser contra a mudança de nome. Além disso, ele afirma ter votado na opção “Prefere não mudar” durante o “plebiscito popular” de 2001 e de ter participado do protesto realizado no dia em que se comemorou a oficialização do bairro.

Na classificação de PERUZZO (1998), o IDS não constitui um movimento social propriamente dito. Por ser uma Organização Não-Governamental, ele se encaixaria mais propriamente na definição de instituto de assessoramento e educação popular, “apesar de atuarem no mesmo universo”. “Tais organizações são animadoras e fermentadoras de grupos sociais populares e sindicais”. Os movimentos populares em questão seriam,

portanto, as associações comunitárias, agrupadas no subgrupo de “movimentos ligados aos bens de consumo coletivo”:

Trata-se de associações (de moradores, favelados etc), grupos (de mulheres etc) e comissões que normalmente se organizam a partir do local de moradia e reivindicam melhorias no transporte coletivo e na coleta de lixo, por exemplo, ou o suprimento de carências nos campos da saúde, da educação e da segurança. (PERUZZO, 1998, p. 44).

Além disso, o público-alvo direto dos projetos, os adolescentes capacitados para a produção audiovisual, não pode ser considerado um movimento social, devido à essência dessa definição: grupo consciente de sua realidade e mobilizado contra ou a favor de algo. Apesar de o projeto despertar em muitos adolescentes um sentimento de cidadania, em forma de participação, muitos deles passam a discutir as questões ligadas ao bairro dentro da ONG. Além disso, embora desenvolvam certa sensibilidade para debater e tentar solucionar as questões econômicas e sociais levantadas pela produção, o objetivo dos adolescentes, na maioria dos casos, é de se profissionalizarem. Faço essa análise baseada em entrevistas que realizei com adolescentes da segunda turma do projeto (em 2006). A entidade serve, para muitos, como ponte para o mercado de trabalho.

4. O vídeo popular: sujeitos construindo sua identidade

Analisaremos neste item uma das produções audiovisuais do TV Janela. O vídeo “Aniversário do Pantanal” (2006) foi escolhido para esta análise por tratar do histórico do bairro, das lutas da comunidade pela melhoria da região e a busca pela interação do vídeo com a opinião dos moradores, dando voz aos vários sujeitos do Pantanal.

O vídeo analisado possui 30 minutos, traz três documentários, duas enquetes, um videoclipe com música do grupo Skank (“Pacato Cidadão”) e outros dois com músicas de rappers da comunidade. Os três documentários mostram imagens das ruas do bairro e de seus moradores; dois deles falam sobre a luta histórica pela energia elétrica e pelo transporte público e um estimula a comunidade para se mobilizar pela regulamentação fundiária.

Seu Antônio Carlos e dona Giseuda são moradores do bairro. Eles contam em documentário, cada qual em sua casa, como ocorreu a Passeata da Lamparina, em 1991. A passeata teve como objetivo pressionar o poder público para a instalação de energia elétrica no bairro. Alguns trechos foram transcritos a seguir:

Antônio Carlos: “O pessoal do Pantanal sentiu uma grande necessidade de progresso. Tudo que a gente pedia, o pessoal corria”.

Dona Giseuda: “Todo mundo dava um bocado de fio, né? E a gente ia fazendo umas gambiarras, cada um puxava o fio pra sua casa”. [...]

Dona Giseuda: “Trazia lá do colégio, de postes, [fios feitos] de carnaúba”.

Antônio Carlos: “Toda sexta, a Coelce⁶ vinha e arrancava os fios e levava as carnaúbas”. [...]

Dona Giseuda: “nós convidamos e fizemos uma reunião aonde hoje é a União dos Moradores do Pantanal. Aí todo mundo chegou junto”. [...]

Dona Giseuda: “Então nós bolamos, juntou todo mundo, nós fizemos à noite, né? Dali de cima até o campo, onde hoje é o CIES, todo mundo com a sua lamparina, sua vela, foi bom”.

Antônio Carlos: “Conseguimos juntar uma média de 2.000 pessoas, com lamparina, pau, corda, vela, isqueiro... O que tinha que fizesse fogo, fumaça, nós juntamos”.

Dona Giseuda: “Então as autoridades se juntaram e colocaram a nossa luz rapidinho”.

Antônio Carlos: “Logo, logo, a Coelce deixou de vir cortar as nossas gambiarras. O resultado foi essa passeata, que essa maravilha. Nós estamos hoje tranqüilos”.

Dona Giseuda: “Tou há 15 anos aqui e a gente se realizou-se bastante”.

(Trechos do documentário “Passeata das Lamparinas”, exibido em 29 de julho de 2006).

Na passagem, é perceptível a idéia de que a comunidade é forte e unida e que, por isso, conseguiu mudar a cara do bairro com o passar do tempo. O poder público deixa de ser, nos vídeos, encarados como os sujeitos sociais ativos, apesar de permanecerem com a função de desenvolver políticas públicas, como exige a lei. A última fala de Giseuda mostra o orgulho de se morar no Pantanal. Esse posicionamento dos moradores é quase sempre ressaltado nos vídeos e geralmente aparecem na sua última fala dos documentários ou das enquetes.

Nas ruas, uma adolescente do projeto é a repórter da enquete “Qual a sua opinião a respeito do transporte coletivo daqui, do bairro?” E o povo fala:

“Ah, o transporte daqui, do bairro, ainda tá um pouco falho, principalmente no final de semana, que a gente chega a esperar mais de meia hora no ponto [de ônibus] e no terminal” (fala de um homem).

“Pra mim, eu acho que tá ótimo. 15 minutos, né, já que nos outros bairros, os ônibus passam meia hora pra poder vir. Pra mim, eu acho que tá bem” (fala de uma mulher).

“Os ônibus, às vezes, é muito pequeno e fica muito lotado durante a manhã” (fala de uma adolescente).

“A respeito dos transportes aqui, não tão mal, não. É bem servido a linha aqui, tá entendendo? Agora, às vezes, muitos deles tomam o direito do idoso, não param, às vezes, exige muita coisa, não dão lugar pro idoso,

⁶ Companhia Energética do Ceará.

e assim vai levando. Mas tem muito transporte aqui, não resta dúvida” (fala de um senhor).

“Eu acho que é um dos bairros mais bem servidos de ônibus de Fortaleza. E tem que ver que, além de muitos ônibus, não tem muita bagunça. Você ver que, nos bairros por aí, é assaltado. E aqui as empresas põem ônibus, porque não tem como eles ter prejuízo também, através de assalto e outras coisas, graças a Deus. A gente tem que ver esse lado também”.

Essa enquete foi exibida após um documentário sobre o transporte público no bairro. Nele, um carpinteiro, morador antigo do local, contava como havia sido a mobilização da comunidade para conseguir linhas de ônibus que atendessem a comunidade. Em seu discurso e no processo de edição do documentário, seguido da enquete, percebe-se o objetivo do IDS de mostrar que a comunidade tem avançado em vários aspectos devido à mobilização das pessoas. Portanto, os pontos centrais desse vídeo são a mobilização e a conseqüente “mudança para melhor”.

Mesmo que alguns moradores tenham feito algumas críticas ao transporte público do bairro, as conquistas já alcançadas fazem com que, ao colocar na balança os dois pesos, os aspectos positivos superem os negativos, principalmente porque o documentário anterior à enquete falava justamente da vitória na luta pelo transporte público através. Os vídeos, portanto, possuem objetivos mais contemplativos das conquistas do que reivindicatórios dos problemas que ainda existem no bairro.

5. Considerações finais

É perceptível, dentro da comunidade, uma disputa política forte, decorrente de um processo intenso de participação da comunidade, de modo geral, na luta e conquista de direitos básicos. Esses conflitos surgem no embate de concepções políticas diferentes e, muitas vezes, opostas dentro da comunidade; diferenças comuns entre movimentos populares que, apesar de terem o mesmo objetivo (melhorar a imagem e as condições de vida da comunidade), agem a partir de concepções e estratégias distintas.

Através das propostas do IDS, percebe-se uma certa tentativa de entender a luta pelos direitos básicos da década de 1990 para a luta atual pela mudança imagética do bairro perante os próprios moradores, que têm acesso aos vídeos exibidos em telão. No entanto, há uma diferença significativa entre essas duas propostas: 1) com relação à luta histórica da comunidade, em busca dos direitos básicos, o objetivo central dos moradores era de melhorar a realidade do bairro; claro que muitas tensões, interesses pessoais ou colaterais surgiram nesse processo, mas, num primeiro olhar sobre a comunidade, não parecem ter sido os condutores da luta coletiva; 2) já com relação à proposta atual, de mudança da imagem do bairro e construção de uma identidade coletiva identificada com as lutas históricas da comunidade, embora os adolescentes sejam estimulados para as questões sociais que os cercam, mudar a realidade ou a imagem do bairro não é o objetivo central da maioria dos adolescentes que participam do TV Janela; o maior interesse parece ser pela profissionalização e conseqüente inserção no mercado de trabalho.

Referências Bibliográficas

DOIMO, Ana Maria. **A Vez e a Voz do Popular** – Movimentos Sociais e Participação Política no Brasil pós-70. Rio de Janeiro: Relume-Dumará: ANPOCS, 1995.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

_____. **Da Diáspora** – Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

OLIVEIRA, H. L. P. . **Transformações no vídeo popular**. Sinopse, São Paulo, v. 7, n. 7, p. 8-15, 2001.

PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos Movimentos Populares** – A Participação na Construção da Cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

ROCHA, Rose de Melo. **Cultura da visualidade e estratégias de (in)visibilidade**. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Comunicação e Cultura” do XV Encontro da Compôs (Unesp, Bauru, SP, junho de 2006).

SANTORO, Luiz Fernando. **A Imagem nas Mãos** – O Vídeo Popular no Brasil. São Paulo: Summus, 1989.