

## Imagens Cidadãs: a participação da Bem TV no estímulo à cidadania

*Citizen Images: the participation of Bem TV in stimulating citizenship*

*Imágenes Ciudadanas: la participación de Bem TV en la estimulación de la ciudadanía*

Pablo LAIGNIER<sup>1</sup>

### Resumo

O objetivo deste artigo é observar de que modo é estimulada a cidadania através da análise do caso concreto de uma TV comunitária já tradicional no Estado do Rio de Janeiro: a Bem TV. O artigo é dividido em três seções: uma contextualização do aspecto audiovisual na contemporaneidade, relacionando-o ao conceito de Sociedade do Espetáculo, de Guy Debord; uma discussão sobre as TVs comunitárias e suas principais características, com base nos trabalhos de pesquisa de Raquel Paiva, Cicilia Peruzzo e Muniz Sodré, destacando as TVs comunitárias em rede como um elemento recente; a análise de uma amostra da produção audiovisual da Bem TV, de Niterói, com base no seu canal do *Youtube*, através da seleção e da análise do conteúdo de quatro vídeos publicados em 2018 (ano de eleições presidenciais e de amplo debate sobre temas sociais) e de três vídeos mais antigos (de um período anterior à produção voltada especificamente para o canal em questão). A metodologia usada é a de estudo de caso (com análise de conteúdo dos vídeos selecionados). Os resultados encontrados evidenciam o estímulo à discussão de temas fundamentais para a construção de uma relação cidadã comunitária, inclusiva e dialógica.

**Palavras-chave:** Comunicação Comunitária; Sociedade do Espetáculo; TV Comunitária; Bem TV.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM/UFRJ (2013). Professor Titular IV dos Cursos de Graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (IBMEC-RJ), onde leciona as disciplinas Música, Cultura e Sociedade e Estudos da Contemporaneidade, além de ser o pesquisador-líder do Núcleo de Estudos Interfaces da Comunicação (NEICOM). E-mail: pablolaignier@gmail.com . ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9863-724X> .



## Abstract

The aim of this article is to observe how citizenship is stimulated through the analysis of the concrete case of a community TV already traditional in the State of Rio de Janeiro: Bem TV. The article is divided into three sections: a contextualization of the audiovisual aspect in contemporaneity, relating it to Guy Debord's concept of Society of Spectacle; a discussion on community TVs and their main characteristics, based on the research work of Raquel Paiva, Cicilia Peruzzo and Muniz Sodré, highlighting cyberspace community TVs as a recent element; an analysis of a sample of the audiovisual production of Bem TV, from Niterói, based on its Youtube channel, through the selection and content analysis of four videos published in 2018 (year of presidential elections when it occurred a broad debate on social issues) and three older videos (from a period prior to the production focused specifically on the channel in question). The methodology used is the case study (with content analysis of the selected videos). The results show the stimulus to the discussion of fundamental themes for the construction of a community, inclusive and dialogical citizen relationship.

**Keywords:** Community Media; Society of Spectacle; Community TV; Bem TV.

## Resumen

El objetivo de este artículo es observar cómo se estimula la ciudadanía a través del análisis del caso concreto de una TV comunitaria ya tradicional en el Estado de Río de Janeiro: Bem TV. El artículo se divide en tres apartados: una contextualización del aspecto audiovisual en la contemporaneidad, relacionándolo con el concepto de Sociedad del Espectáculo, de Guy Debord; una discusión sobre los televisores comunitarios y sus principales características, a partir del trabajo de investigación de Raquel Paiva, Cicilia Peruzzo y Muniz Sodré, destacando los televisores comunitarios en red como un elemento reciente; el análisis de una muestra de la producción audiovisual de Bem TV, de Niterói, basada en su canal de Youtube, a través de la selección y el análisis del contenido de cuatro vídeos publicados en 2018 (año de elecciones presidenciales y amplio debate sobre temas sociales) y tres videos más antiguos (de un periodo anterior a la producción específicamente centrada en el canal en cuestión). La metodología utilizada es el caso de estudio (con análisis de contenido de los vídeos seleccionados). Los resultados muestran el estímulo a la discusión de temas fundamentales para la construcción de una relación ciudadana comunitaria, inclusiva y dialógica.

**Palabras clave:** Comunicación Comunitaria; Sociedad del Espectáculo; TV Comunitaria; Bem TV.

---

## Introdução

Imagens que geram apatia; imagens que geram passividade; imagens que inebriam; imagens que entorpecem; imagens... Nunca antes na história da



humanidade o mundo foi tão permeado por imagens elaboradas de modo artificial como nos últimos setenta anos. A segunda metade do século XX, chamada de período pós-moderno por alguns teóricos (LYOTARD, 2003; ANDERSON, 1999; KUMAR, 1997; HALL, 2002; HARVEY, 2006) ou de modernidade líquida (BAUMAN, 2001) e outras variações (por outros pensadores), é um momento no qual a imagem produzida artificialmente pelos meios de comunicação participa de modo cada vez mais impactante da realidade social no contexto do mundo globalizado.

Tanto a percepção da realidade concreta quanto a própria capacidade de imaginar (ou seja, de criar imagens mentais sobre as coisas existentes ou não existentes no mundo) passam, hoje, pela relação das pessoas com os meios de comunicação tecnologicamente desenvolvidos e difundidos. Dentre eles, a televisão possui algumas características específicas que devem ser levadas em conta, pois ajudam a explicar a sua influência e o seu impacto na realidade cotidiana dos indivíduos contemporâneos. Se o jornal e o rádio mobilizam a atenção dos indivíduos, é a televisão que possui um aspecto de produzir efeitos de realidade maiores e mais intensos, devido justamente à sua articulação entre informação baseada no real-histórico, entretenimento, ficção e o caráter imagético desse dispositivo televisual. A televisão dispõe um fluxo de imagens em movimento dentro dos lares dos indivíduos e dos núcleos familiares.

Se o jornal impresso já possuía a imagem através da fotografia e o cinema já a apresentava em movimento, a televisão colocou essa imagem em movimento aliada às “legendas” e explicações através de narrativas audiovisuais que penetram nas casas das pessoas. Mais recentemente, nos últimos dez anos, a imagem em movimento passou a acompanhar o indivíduo em diferentes lugares, através da portabilidade dos dispositivos móveis convergentes, tais como os *smartphones* e os *tablets*.

Este artigo apresenta uma análise de alguns vídeos publicados no canal do *Youtube* da Bem TV, uma TV comunitária sediada em Niterói, RJ. O objetivo é verificar as principais temáticas e conteúdos no sentido de refletir sobre o uso de imagens em uma Sociedade do Espetáculo de modo não espetacular, buscando fomentar a cidadania e o Bem Comum, constituindo laços comunitários através de dispositivos tecnológicos recentes. O artigo se apoia na obra de Muniz Sodré e Raquel Paiva, além dos trabalhos de Guy Debord e outros autores, apresentando uma breve análise de sete vídeos publicados no canal da referida TV comunitária. Destes vídeos, quatro foram produzidos e disponibilizados em 2018 e três foram produzidos na década anterior, quando o canal do *Youtube* da Bem TV ainda não havia sido criado.



Assim, o artigo apresenta a seguir uma seção discutindo o espetáculo contemporâneo, tal como concebido por Guy Debord (1997). Em seguida, apresenta uma seção a respeito das características fundamentais dos veículos comunicacionais comunitários com base na obra de Raquel Paiva (2003; 2007), além de diferenciar os tipos de TVs comunitárias com base na obra de Círcia Peruzzo (2007) e discutir a possibilidade da comunicação como geradora de vínculo social, com base na obra de Muniz Sodré (2002; 2014). Finalmente, o artigo apresenta uma seção com a análise dos vídeos e breves considerações finais.

### **Midiatização e o espetáculo audiovisual contemporâneo**

No que se refere à presença de imagens através do ciberespaço, é perceptível que a internet possui um impacto muito grande na comunicação contemporânea mais recente. Porém, também é preciso admitir que a penetração dos conteúdos televisivos está presente na rede, muitas vezes de modo adaptado pelas grandes corporações da comunicação brasileira e mundial.

Ainda sobre a televisão, o autor John Thompson apresenta algumas características de sua potência em termos comunicacionais e políticos. Thompson classifica a difusão dos eventos políticos em três tipos distintos em termos de como os mesmos se tornam públicos: 1) os eventos de copresença; 2) os eventos de publicidade mediada; e 3) os eventos de publicidade mediada pela televisão (THOMPSON, 2008, p. 114-118). A publicidade tradicional de copresença está relacionada à partilha comum do espaço (seja ele público ou privado). Trata-se de participar de um evento no momento em que o mesmo ocorre, percebendo-o através da visão e da audição (THOMPSON, *op. cit.*, p. 114). Já a publicidade mediada constitui o evento em que a escrita produz mensagens que podem ser lidas para/por outras pessoas, de modo que o público-receptor não participa do contexto original no qual a mensagem foi produzida. Ler um discurso ou saber do resultado de uma votação já ocorrida não são idênticos, por exemplo, a estar presente e participar ativamente da votação ou assistir de corpo presente a um discurso político. Os eventos de publicidade mediada desenvolvem-se, ao longo do tempo, através da imprensa escrita e do rádio (THOMPSON, *op. cit.*, p. 114-117). Já a publicidade mediada pela televisão, por sua vez, apresenta algumas características que remetem aos eventos copresenciais. Em primeiro lugar, porque possui caráter audiovisual e o público percebe os discursos, sensorialmente, de modo que esse tipo de evento pode ser comparado à percepção



copresencial. Porém, a publicidade mediada pela televisão difere dos eventos copresenciais em pelo menos três características, segundo Thompson: 1) os eventos visíveis através da televisão chegam a um número muito maior de pessoas; 2) os eventos visíveis através da televisão chegam a contextos espaciais distantes de onde estão ocorrendo copresencialmente, alterando o campo de visão do público-receptor; e 3) os eventos visíveis através da televisão ocorrem de modo unidirecional (ou seja, o público vê o orador, mas não é visto por ele), enquanto nos eventos copresenciais o processo de visão é bidirecional (THOMPSON, *op. cit.*, p. 117-118).

A esse processo que envolve diferentes meios de comunicação, mas que possui certo protagonismo da televisão enquanto aparato técnico de ordenação comunicacional do mundo, convencionou-se chamar de midiatização. Autores como Muniz Sodré (2002), Lucia Santaella (2003), Douglas Kellner (2001; 2006), dentre outros, apresentam análises teóricas que apontam para esta direção: os meios de comunicação, desde a segunda metade do século XX, vêm participando cada vez mais acentuadamente da cultura contemporânea e da produção de uma realidade midiatizada, na qual eventos copresenciais convivem com eventos midiatizados de modo muito intenso.

Muniz Sodré, ao analisar o processo contemporâneo de midiatização em seu livro *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede* (SODRÉ, 2002), discute justamente o surgimento de um quarto “bios”<sup>2</sup>, ou “forma de vida socialmente constituída”. Como afirma Sodré,

Partindo-se da classificação aristotélica, a midiatização ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de *quarto âmbito existencial*, onde predomina (muito pouco aristotelicamente) a esfera dos negócios, com uma qualificação cultural própria (a “tecnocultura”). O que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e do mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolidou-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital (SODRÉ, 2002, p. 25)<sup>3</sup>.

Embora se trate de um cenário que veio a se consolidar nas últimas décadas, a discussão sobre o excesso de imagens produzidas artificialmente e sua ambiguidade ao

---

<sup>2</sup> A teoria dos *bios* aristotélicos procura compreender quais seriam os âmbitos da vida em sociedade necessários para uma vida plena de felicidade equilibrada (*eudaimonia*) em função do Bem Comum (*to agathon*). Segundo Sodré (2002, p. 25), “Aristóteles distingue, a exemplo do que já fizera Platão no *Fílebo*, três gêneros de existência (*bios*) na *Polis*: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo)”. Grifos como no original.

<sup>3</sup> Grifos como no original.



tratar da realidade ao mesmo tempo em que produz uma realidade própria, específica, já havia sido apresentada pelo autor, artista e ativista francês Guy Debord em sua principal obra: *A sociedade do espetáculo* (*La société du spectacle* no original em francês). Publicada em 1967, como parte do pensamento da Internacional Situacionista (IS)<sup>4</sup>, a obra de Debord foi amplamente estudada nos últimos cinquenta anos, tendo sido traduzida para diversos países. Chegou mesmo a ter uma continuação, o livro intitulado *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, publicado por Guy Debord em 1989 (época do final do conflito da Guerra Fria<sup>5</sup>). Embora também apresente alguns *insights* interessantes e originais, o segundo livro reafirma boa parte dos argumentos iniciais do autor, apenas atualizando-os no que se refere aos acontecimentos políticos ocorridos no intervalo de 22 anos que separa as duas obras em questão.

A Sociedade do Espetáculo é um livro que virou conceito, pois o conceito de espetáculo não é simplesmente uma afirmação do protagonismo de eventos grandiosos (ou seja, espetaculares) na sociedade contemporânea. O que o autor chama de espetáculo é o desenvolvimento da produção capitalista industrial que gerou aparatos técnicos e ideológicos para consolidar o processo de difusão da mercadoria industrialmente produzida. O excesso de imagens publicitárias a partir do advento da televisão é um dos aspectos fundamentais da Sociedade do Espetáculo definida por Debord. Portanto, trata-se de um momento específico do capitalismo, em que as forças produtivas materializam a ideologia em discursos que são, em si mesmos, produtos industriais<sup>6</sup>. Nas palavras do próprio Debord, a Tese 17 define o que seria a Sociedade do Espetáculo, afirmando que: “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de

---

<sup>4</sup> A Internacional Situacionista foi um grupo artístico-político que existiu entre 1957 e 1972, tendo sido fundado na Itália a partir de uma fusão de três outros grupos ativistas (Internacional Letrista; Movimento Internacional por uma Bauhaus Imaginista; e Associação Psicogeográfica de Londres). Guy Debord foi um dos seus fundadores e permaneceu no grupo até a sua dissolução no início dos anos 70 (INTERNACIONAL SITUACIONISTA, 2002, p. 09-24).

<sup>5</sup> A Guerra Fria foi um conflito entre os Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Foi chamada de “fria”, pois nunca houve um conflito militar direto entre EUA e URSS durante sua existência, que ocorreu entre o término da Segunda Guerra Mundial (1945) e a dissolução da URSS (1990). Este conflito polarizou parte significativa do mundo, dividindo-o em dois grandes blocos ideológicos: o bloco capitalista (chamado Primeiro Mundo) e o bloco socialista (chamado Segundo Mundo).

<sup>6</sup> A este respeito, a publicidade televisiva é um ótimo exemplo.

<sup>7</sup> O livro em questão é todo escrito em pequenas teses, que podem ser lidas em conjunto ou separadamente. Ao todo, são 221 teses no livro original de 1967.





*espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”<sup>8</sup> (DEBORD, 1997, p. 13).

Além disso, o caráter imagético é acentuado ao longo das 221 teses desse livro teórico que se constitui também como panfleto político relativo ao ativismo político da IS no final dos anos 1960. A Tese 4, tão comentada por diferentes autores nas décadas seguintes, é bastante direta a este respeito: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14).

O autor brasileiro Juremir Machado da Silva (ao comentar a Tese 4 por ocasião dos quarenta anos da publicação do livro original de Debord) propõe uma atualização da teoria debordiana, afirmando que o espetáculo cedeu lugar ao hiperespetáculo, no qual a passividade da contemplação foi substituída pela interatividade desinteressada da adesão. Nas palavras de Silva:

O espetáculo era uma imagem do mundo. O hiperespetáculo é uma imagem de si mesmo. O espetáculo acabou junto com a ilusão do controle e da disciplina. Ainda não estamos, porém, no descontrole, embora o caos urbano apresente *performances* exemplares. Estamos na época do “sorria, você está sendo filmado”. Apogeu do Big Brother como divertimento de massa. A câmara total, contudo, não inibe nem coíbe. Apenas registra. Positividade absoluta. Positivismo total. Enfim, a neutralidade. Salvo se for a indiferença como princípio geral da isonomia. Quando tudo é tela, a imagem torna-se a única realidade visível<sup>9</sup> (SILVA, 2007, p. 32-33).

Embora este novo conceito mereça ainda uma reflexão mais aprofundada, faz-se necessário reconhecer a importância da provocação de Juremir Machado da Silva, visto que o mundo das imagens computacionais apresenta novas possibilidades e características que devem ser pensadas não como uma superação do espetáculo debordiano, mas como uma metamorfose adaptativa do mesmo. Deste modo, Silva conclui que: “Definitivamente o hiperespetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma imagem de conjunto num tempo de mutação tecnológica. Não uma falsa totalidade, mas uma totalidade feita de nem falso nem verdadeiro num tempo imediato” (SILVA, 2007, p. 38).

Voltando à reflexão sobre o livro original de Debord, a Tese 8 apresenta também uma característica fundamental da formação discursiva televisiva. O aspecto televisual

---

<sup>8</sup> Grifos como no original.

<sup>9</sup> Grifos como no original.



(ou seja, de visão à distância) das imagens em movimento geradas pela TV constituiu, ao longo das últimas cinco décadas, um universo propriamente televisivo, em que a autorreferência predomina em muitos momentos. Uma TV que aborda a si própria enquanto elemento constituinte da realidade: é este o mundo em que se vive nas últimas décadas. Um elemento crucial para este desenvolvimento é o aspecto de tomar a parte pelo todo, afirmando e reafirmando, no próprio veículo de comunicação, o quanto o mundo televisivo é o mundo em que se vive constantemente. Segundo a Tese 8, de Guy Debord:

Não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva: esse desdobramento também é desdobrado. O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente (DEBORD, 1997, p. 15).

Mais recentemente, nas últimas duas décadas, vêm proliferando os programas televisivos conhecidos como *reality shows* que, ao tratarem de temas distintos e possuindo estruturas diversas, possuem, de um modo geral, a ambivalência de um discurso que mistura realidade e ficção seriada do início ao fim. Em um *reality show*, todos os participantes são personagens de uma trama com momentos editados e momentos ao vivo; com início, meio e fim bem definidos e pré-concebidos; com data de estreia e data de término. Porém, estes personagens estão atuando em situações específicas e bem orquestradas, mas com suas próprias personalidades e nomes reais. Assim, os programas em questão apresentam tramas que são, também, momentos específicos e reais da vida desses participantes pré-selecionados para atuarem nesses programas. Portanto, trata-se de um desenvolvimento da Sociedade do Espetáculo que gerou um tipo de programa contemporâneo com bastante sucesso comercial. A linguagem dos *reality shows* é amplamente televisiva, embora os programas possuam desdobramentos no ciberespaço.

Ainda no que se refere ao livro de Debord, a Tese 34 finaliza o capítulo 1 (fundamental para a explicação do conceito da Sociedade do Espetáculo) de modo





assertivo: “O espetáculo é o *capital*<sup>10</sup> em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25).

O que se verifica através da leitura das diferentes análises posteriores sobre o livro em questão é que essa imagem espetacular promove a passividade e a alienação dos espectadores. Mas esta não é a única forma de se fazer imagem. Em uma sociedade midiaticizada e permeada pelo conjunto de imagens que promove o espetáculo contemporâneo da globalização, há outras formas mais engajadas e que reagem a essa produção de passividade<sup>11</sup> (ou mesmo à adesão irrestrita apontada por Juremir Machado da Silva), como é o caso das TVs comunitárias.

### **TVs Comunitárias: a comunicação enquanto vínculo**

As TVs comunitárias constituem um elemento muito importante no que se refere ao seu aspecto político de engajamento e transformação social de comunidades localizadas. Isto ocorre, posto que em um mundo caracterizado pelo crescimento do aspecto audiovisual – que produz incessantemente imagens em movimento acompanhadas de sons e efeitos sonoros para criar narrativas em favor do capital e dos aspectos comerciais da sociedade globalizada –, as TVs comunitárias apresentam-se como instâncias criativas que usam as imagens em movimento a partir de um viés ético distinto. Trata-se, em suma, de grupos de pessoas que buscam ampliar os laços comunitários em uma sociedade atomizada, como já exposto pela autora Raquel Paiva (2003).

Em linhas gerais, as TVs comunitárias possuem características que atendem também a outros formatos de veículos comunicacionais comunitários. Neste sentido, as principais características dos veículos comunicacionais comunitários estão listadas a seguir: 1) não visam ao lucro; 2) possuem atuação política, ou seja, de organização do grupo no território, de busca por melhorias e por uma voz própria do cidadão daquela

---

<sup>10</sup> Grifo como no original.

<sup>11</sup> Embora Guy Debord apresente uma noção de Sociedade do Espectáculo na qual o fluxo cada vez mais constante de imagens em movimento atreladas ao capital apresentem uma forma espetacular (ou seja, não se trata do conteúdo das imagens difundidas), é preciso relativizar um pouco o pensamento debordiano neste aspecto. Afinal, a reflexão do autor em questão não apresenta claramente possibilidades de saída do espetáculo (nem mesmo no segundo livro sobre o tema, publicado em 1989), mas aponta a importância dos conselhos neste sentido (visto que os conselhos funcionariam de modo mais horizontal e dialógico). Esta característica está presente nos veículos comunicacionais comunitários e será apresentada na próxima seção (característica 4 estudada pela autora Raquel Paiva, 2003). A relativização do conceito de Sociedade do Espectáculo já foi efetuada anteriormente por Douglas Kellner (2006).



comunidade, sem necessariamente estarem vinculados a instâncias políticas institucionalizadas; 3) são feitos por e para a comunidade; 4) possuem uma horizontalidade maior no aspecto comunicacional, quando comparados às empresas de mídia corporativas, verticalizadas em suas hierarquias trabalhistas; 5) podem recorrer à presença do agente externo, no sentido de aprimorar aspectos técnicos e operacionais na elaboração de seus veículos de comunicação; 6) tendem a tratar de assuntos mais localizados, em detrimento de uma comunicação geral sobre o mundo nas dimensões nacional e/ou internacional; 7) tendem a ser mais didáticos em sua abordagem, por tratarem de assuntos fundamentais para comunidades muitas vezes situadas em locais com baixa escolaridade e menos oferta de comunicação voltada para a sua vivência cotidiana; 8) tendem a tratar dos assuntos de modo mais aprofundado e, em muitos casos, confirma-se a escolha por abordarem menos assuntos, mas com maior profundidade, em cada edição de um veículo/programa comunitário. Todas estas características foram amplamente analisadas por Raquel Paiva, em sua obra pioneira intitulada *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo* (PAIVA, 2003, p. 135-170).

Em outro texto escrito posteriormente, intitulado *Para reinterpretar a comunicação comunitária* (2007), Raquel Paiva enumera oito características fundamentais da comunicação comunitária. Pode-se afirmar que as TVs comunitárias apresentam, em geral, muitas dessas características, como, por exemplo: 1) a produção de discursos de caráter contra-hegemônico, ao apresentar visões distintas (ou pontos de vista distintos) a respeito de temas tratados pelos veículos comunicacionais corporativos; 2) a atuação em direção a uma estrutura polifônica, ou seja, em que múltiplas vozes podem dialogar, o que raramente ocorre na comunicação corporativa/massiva tradicional; 3) a redefinição do mundo através da linguagem, o que amplia a autoestima dos grupos relacionados aos veículos comunitários, pois estes grupos se colocam como protagonistas do processo comunicacional; 4) a aproximação entre emissores e receptores durante o processo comunicacional de veiculação de informações; 5) a interferência no sistema produtivo, ao colocar lado-a-lado, no caso dos veículos comunitários que se tornam parte do chamado terceiro setor, agentes que trabalham de forma remunerada ao lado de agentes voluntários; 6) a acentuação da relação entre comunicação e educação, tratando de temas importantes para a formação e o bem-estar dos indivíduos que compõem determinada comunidade; 7) a criatividade no uso das tecnologias de comunicação e informação; e 8) o estabelecimento de uma



discussão contemporânea a respeito do que vem a ser comunicação em um sentido epistemológico (PAIVA, 2007, p. 133-148).

Neste sentido, o teórico Muniz Sodré apresenta uma discussão sobre os significados assumidos pelo termo comunicação ao longo do século XX, época em que se estabeleceu um campo de pesquisa, com aportes teóricos e procedimentos metodológicos, propriamente comunicacional. Segundo Sodré, tanto em *Antropológica do Espelho* (SODRÉ, 2002) quanto em *A Ciência do Comum* (SODRÉ, 2014), existem três entendimentos principais a respeito do que vem a ser a comunicação: 1) a comunicação enquanto veiculação; 2) a comunicação enquanto vínculo; e 3) a comunicação enquanto cognição. Se o primeiro entendimento veio a predominar durante boa parte do século XX nos principais estudos em Comunicação Social, tais como as pesquisas administrativas da *Mass Communication Research* estadunidense, o terceiro veio a constituir o campo transdisciplinar de estudos em comunicação, ou seja, um olhar próprio dentro da área acadêmica, dito comunicológico.

O segundo entendimento, por sua vez, é o que está relacionado ao advento da comunicação comunitária e de outras formas alternativas de comunicação que estabelecem a comunicação enquanto vínculo social, para além da dimensão veicular/massiva. Longe dos aspectos mercadológicos que envolvem a veiculação de informações pelos meios de comunicação corporativos, que comportam a noção de mídia em sua dimensão político-ideológica (isto é, a “grande mídia”, a “mídia gorda”, a “mídia massiva” ou mesmo “mídia corporativa”), a comunicação comunitária estabelece a comunicação a partir de um diálogo que é fruto da vivência comum daqueles que habitam o mesmo espaço. Trata-se do pertencimento a um território (físico e/ou simbólico) comum: uma comunidade.

Os acordos cotidianos de uma comunidade estão aquém (ou além) da Lei, mas relacionados à regra, como Sodré já apontava em *A verdade seduzida* (SODRÉ, 2005, p. 120). Outro autor que discute esta diferença entre a relação comunitária e a relação societária é Zygmunt Bauman (2003), a partir de um olhar europeu: a noção de comunidade remete a um acordo tácito, não verbalizado em contratos explícitos. Trata-se de um *modus vivendi*, de uma forma de estar no mundo, da composição de um *ethos* específico.



Pensando a este respeito, estar em um mundo globalizado e amplamente midiático (ou seja, permeado por tecnologias informacionais de caráter audiovisual, com a forte presença de imagens espetaculares) gera uma reação alternativa a partir do uso dos mesmos instrumentos. O uso de imagens para finalidades outras que não as mercadológicas, isto é, um emprego do caráter imagético do vídeo para fortalecer os laços comunitários: esta é a função de uma TV comunitária.

É interessante notar que, na América Latina (e particularmente no Brasil), a presença das TVs comunitárias vem ocorrendo em menor número nos últimos 35 anos do que a proliferação de rádios comunitárias. Desde 1985, quando o final do Regime Militar permitiu um maior espaço para a articulação do pensamento crítico, as TVs comunitárias e as rádios comunitárias cresceram numericamente em termos de experiências. Se já havia registros de experiências em rádio comunitária na América Latina desde os anos 1940 (COGO, 1998), e no Brasil desde os anos 1970 (NUNES, 2007), as experiências em TV comunitária começam a se constituir principalmente na década de 1980.

Além do já citado espaço aberto pela democracia para maior liberdade de expressão, isto ocorre também por conta da entrada no Brasil de determinadas tecnologias audiovisuais que possibilitaram a captação da imagem de modo caseiro, sem a obtenção de aparatos profissionais. O videocassete e as câmeras de mão (*handy cameras*) foram instrumentos importantes para gerar novas possibilidades de produção audiovisual.

Em seu livro intitulado *Televisão comunitária* (2007), a autora Círcia Peruzzo apresenta uma tipologia das experiências em TV comunitária no Brasil desde 1985. A autora classifica essas experiências em quatro tipos, de acordo com a natureza técnica da transmissão audiovisual: 1) TVs comunitárias em UHF; TVs comunitárias em VHF; TVs livres ou de rua; TVs comunitárias por cabo (PERUZZO, 2007, p. 13-37).

As siglas UHF (*Ultra High Frequency*<sup>12</sup>) e VHF (*Very High Frequency*<sup>13</sup>) caracterizam, tecnicamente, o tipo de transmissão em termos de onda. As ondas compreendidas em determinadas frequências estão relacionadas a cada uma das siglas. No caso das TVs comunitárias em UHF, Círcia Peruzzo afirma que:

---

<sup>12</sup> “Frequência Ultra Alta”, em tradução livre deste autor.

<sup>13</sup> “Frequência Muito Alta”, em tradução livre deste autor.



São “repetidoras não simultâneas” de televisões educativas. Funcionam em nível local. Elas retransmitem parte da programação de alguma emissora de Televisão Educativa, mediante convênio. São conhecidas como comunitárias, mas de fato são TVs locais, oficialmente de caráter educativo (PERUZZO, *op. cit.*, p. 13).

Já no que se refere às TVs comunitárias em VHF, a autora as apresenta como

experimentos que objetivam exercitar a liberdade de expressão e contestar o sistema de concessão de canais de televisão no País, bem como sua programação essencialmente marcada por interesses mercadológicos. E, em casos específicos, objetivam democratizar técnicas de produção e transmissão televisivas com grupos populares. Em última instância, o que se pretende é forçar mudanças na legislação dos meios de comunicação de massa no país (PERUZZO, *op. cit.*, p. 16).

Essas experiências eram clandestinas e de baixa potência, em regiões muito específicas e pouco extensas. Trata-se de um tipo muito específico de experiência que ocorreu em pequeno número e com difusão espacial muito restrita, mas gerando um impacto bastante acentuado nas lutas pela democratização das telecomunicações no Brasil. Deste modo, constituem experiências que serviram (e ainda servem) como referência para ativistas da comunicação comunitária. Essas experiências foram muito significativas durante os anos 1980, logo após o período do Regime Militar, mas já não são experiências tão frequentes e significativas na atualidade, visto que a consolidação do ciberespaço como novo elemento de comunicação social tornou menos necessárias e urgentes essas transgressões. Hoje, publicar um vídeo no ciberespaço é muito mais simples e menos custoso para os ativistas da comunicação comunitária.

No caso das TVs transmitidas por cabo, a Lei 8.977 de 1995 gerou a necessidade de uma contrapartida social das operadoras de TV a cabo no Brasil, que deveriam fornecer de seis a oito canais não comerciais, de cunho social. Dentre esses canais, destacaram-se algumas experiências de canais comunitários, como os dos municípios do Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre. A respeito destes canais, Peruzzo aponta que

[...]representam um avanço no sentido da democratização dos meios de comunicação de massa no Brasil, apesar das limitações impostas pelo sistema de TV por assinatura. Institucionalizaram-se em decorrência das negociações ocorridas entre várias forças que controlam os meios de comunicação de massa no Brasil (Governo e empresas de comunicação), parlamentares e entidades da sociedade civil, entre elas o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (PERUZZO, *op. cit.*, p. 34).



Já o terceiro tipo descrito no texto, as TVs livres ou de rua, constituem as experiências mais significativas de TVs comunitárias, visto que possuem uma atuação bastante impactante e original em determinados locais. As TVs de rua, como explica Peruzzo,

[...]são realizações em vídeo produzidas com a participação da população e transmitidas em espaços públicos abertos (praças e ruas) ou fechados (postos de saúde, creches, escolas, centros comunitários, associação de bairro, sindicato, ginásios esportivos, hospitais etc.) destinados a recepção coletiva. São experiências de comunicação oriundas dos movimentos populares e que têm por finalidade a mobilização social em torno das lutas por melhor qualidade de vida (PERUZZO, *op. cit.*, p. 19-20).

Faz-se necessário ressaltar que essas experiências de TVs de rua não se constituem enquanto emissoras tradicionais, mas enquanto grupos sociais que produzem vídeos e outros materiais (incluindo materiais escritos como cartilhas e panfletos) com regularidade, expondo-os em locais como praças públicas, colégios e até mesmo igrejas da região em que atuam.

É importante dizer que o texto aqui citado de Cicilia Peruzzo foi publicado originalmente em 2007. Muita coisa aconteceu nestes últimos 15 anos, sendo que principalmente o efetivo crescimento da produção de vídeos voltados para a exibição no ciberespaço trouxe novas possibilidades para as TVs comunitárias. Portanto, sugere-se aqui que se inclua uma quinta categoria para a tipologia definida por Peruzzo: as *WebTVs* comunitárias ou TVs comunitárias em rede. Estas se valem da facilidade de difusão de material audiovisual através do ciberespaço, em diferentes plataformas, e também da facilidade de captação e edição de vídeos através de ferramentas que vieram a ser difundidas comercialmente nos últimos dez anos, tais como *tablets* e *smartphones*. Embora um *smartphone* não tenha surgido necessariamente com esta finalidade, ele permite que ativistas comunitários produzam materiais audiovisuais de modo mais simples e com qualidade técnica acima da média, ao menos quando comparados a materiais audiovisuais produzidos no passado recente (até o final da década de 2000) por tecnologias anteriores.

Assim, tanto podem surgir novas experiências alternativas (comunitárias ou não) em vídeo através das plataformas da *web* quanto as TVs comunitárias já existentes podem usufruir dessas plataformas para difundir seu material antigo e dinamizar sua produção atual, com frequência de produção maior do que no passado.





É preciso afirmar que as TVs comunitárias procuram fomentar o Bem Comum ao apontar temáticas pouco exploradas pela mídia corporativa (no passado) ou tratadas de modo superficial e com olhar distanciado do olhar próprio dos grupos que habitam determinadas comunidades (em época mais recente). Estas comunidades, quando não se sentem representadas pela voz da mídia corporativa, podem criar seus próprios vídeos usando a criatividade para promover aspectos da cidadania e da consciência comunitária, ou seja, da *eudaimonia* e do Bem Comum aos habitantes da comunidade em questão. A noção de Bem Comum, tal como compreendida pelos gregos a partir da obra aristotélica, significa a busca pelo bem viver e pela felicidade (*eudaimonia*) através de um sentido de comunidade e não apenas de uma busca por prazeres e satisfações individuais. A felicidade equilibrada apontada por Aristóteles através da moderação e da busca por caminhos virtuosos demonstra uma preocupação ético-política iniciada com os questionamentos de Sócrates e desenvolvida através da busca pela verdade em Platão.

Sobre o pensamento de Aristóteles a este respeito, Nigel Warburton afirma: “A *eudaimonia* só pode ser alcançada em relação à vida em sociedade. Nós vivemos juntos, e precisamos encontrar nossa felicidade interagindo bem com aqueles que nos cercam, em um estado político bem ordenado” (WARBURTON, 2016, p. 15).

Assim, as TVs comunitárias possuem um papel fundamental ao buscarem, através de suas práticas cotidianas, estimular a cidadania e as discussões relacionadas ao Bem Comum de uma determinada localidade ou grupo social. Um dos exemplos mais significativos de TV comunitária no Brasil é o da Bem TV<sup>14</sup>, de Niterói, que existe desde o início dos anos 1990, e que vem se adaptando a formatos mais atuais como o de vídeos transmitidos pelo *Youtube*, como se verá na próxima seção.

### **A Bem TV na Web: imagens cidadãs disponíveis a um clique**

A Bem TV foi criada em 1992 por um grupo de estudantes da Universidade Federal Fluminense (UFF), que obteve experiências significativas no Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação (ENECOM), em São Luís, MA. Após assistir a uma oficina sobre vídeo popular a estudante Marcia Correa e Castro ficou impactada

---

<sup>14</sup> A Bem TV é citada como TV Livre ou de Rua no já mencionado livro de Peruzzo (2007). Porém, embora tenha surgido desta forma, a Bem TV veio se adaptando a novos formatos e possui, em seu canal do *Youtube*, analisado na próxima seção, uma evidência de *WebTV* comunitária ou TV comunitária em rede.



pelo aprendizado daquela oficina e, ao voltar para o estado do Rio de Janeiro, decidiu iniciar um processo similar em Niterói, buscando devolver à sociedade aquilo que ela e seus colegas da UFF haviam recebido da mesma ao estudar gratuitamente em uma Universidade Pública. Uma das fundadoras e principal ativista da primeira fase da Bem TV, Marcia atendia aos telefonemas da TV comunitária em sua própria residência<sup>15</sup>.

A Bem TV foi crescendo aos poucos, atendendo a diferentes comunidades na região de Niterói, tais como: Preventório, Grotta e Jurujuba. Diferentes projetos foram implementados nestes 30 anos de atuação da Bem TV, que se tornou ONG e passou a conseguir maior captação de recursos para seus projetos sociais, como o projeto Olho Vivo, que atende a adolescentes de famílias com baixa renda.

Em 2009, há pouco mais de uma década, o *site* da Bem TV<sup>16</sup> já possuía um número significativo de materiais gráficos e audiovisuais disponíveis para consulta e *download*, além de disponibilizar também o histórico da Bem TV e as possibilidades de contato para instituições que quisessem iniciar algum tipo de parceria.

Hoje, porém, a Bem TV conta com um canal no *Youtube*<sup>17</sup> que apresenta tanto alguns vídeos antigos, produzidos na primeira década deste século, quanto alguns vídeos bem recentes e, portanto, já concebidos e produzidos para o formato desta plataforma de vídeos.

Em geral, os vídeos comunitários são curtos, possuindo de 05 a 15 minutos. Muitos são sintéticos e podem ser gravados externamente ou em estúdio. Nos últimos anos, o canal da Bem TV no *Youtube* passou a postar vídeos com maior regularidade, de modo que alguns formatos começam a se repetir, tal como o formato de debate em estúdio, ou explicação com um mediador e um especialista a respeito de um tema contemporâneo. Neste sentido, um exemplo a ser destacado é o vídeo intitulado “Conversas na Bem TV: O que é Fascismo?”<sup>18</sup>, publicado em 26/10/2018. Neste vídeo, Jorge Fernando de Moraes, professor de história da rede estadual de ensino do Rio de Janeiro, apresenta uma definição clara a respeito do fascismo e discute em que medida o momento político atual do Brasil pode ou não ter relação com este movimento. Suas explicações sobre o tema surgem a partir de perguntas elaboradas pela apresentadora

---

<sup>15</sup> Estas e outras informações sobre a história da Bem TV podem ser encontradas no vídeo intitulado “Bem TV – 25 anos”, publicado no canal do Youtube da Bem TV em 20/10/2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=GaOSod-\\_Tus&t=183s](https://www.youtube.com/watch?v=GaOSod-_Tus&t=183s). Acesso em: 22 set. 2021.

<sup>16</sup> Disponível em: <http://www.bemtv.org.br/>. Acesso em: 03 ago. 2021.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/user/CanalBemTV/>. Acesso em: 22 set. 2021.

<sup>18</sup> O vídeo citado está disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_phOWbmqaDo](https://www.youtube.com/watch?v=_phOWbmqaDo). Acesso em: 22 set. 2021.



Veronica Silva. O vídeo possui 07m:58s e duração e é bastante didático ao mostrar que o crescimento dos discursos de ódio no Brasil atual carrega tanto semelhanças quanto diferenças com relação aos movimentos fascistas ocorridos na Europa da primeira metade do século XX.

Outro vídeo relevante postado nesse canal é o que trata do empoderamento feminino. Também parte da série *Conversas na Bem TV*, este vídeo é intitulado “*Conversas na Bem TV – Empoderamento feminino*”<sup>19</sup> e foi publicado em 01/08/2018. No vídeo, a apresentadora Veronica Silva entrevista três mulheres: a assistente social Aline Buonomo, a assessora do projeto Caverna Produtora (de São Gonçalo) Fernanda Azevedo e a professora de Psicologia da UFF Paula Land Curi. Este vídeo possui a peculiaridade de ser bem mais longo em termos de duração do que a maior parte dos vídeos do canal – com 49m:42s– e apresenta um debate amplo sobre as lutas da mulher contemporânea por reconhecimento, abordando problemas graves no tratamento que a mulher ainda vem recebendo da sociedade na atualidade.

O vídeo intitulado “*Ato repúdio à LGBTfobia e violência policial em Niterói (RJ)*”<sup>20</sup>, por sua vez, possui curta duração, com apenas 02m:18s. Publicado em 27/02/2018, este vídeo documenta um ato de repúdio contra um caso de violência policial ocorrido em Niterói. A vítima foi Andrei Apolonio dos Santos. Trata-se de um vídeo que apresenta alguns números relevantes e relativamente recentes a respeito da LGBTfobia no Brasil.

Há também um vídeo que trata de um tema recorrente em trabalhos da Bem TV, além de se constituir como bastante relevante no que se refere à saúde pública: as doenças sexualmente transmissíveis (ou DSTs). O vídeo intitulado “*Conversas na Bem TV – Prevenção de ISTs*”<sup>21</sup>, publicado em 08/04/2018, possui a duração de 11m:27s. No vídeo em questão, a apresentadora Veronica Silva discute o tema com dois especialistas no assunto. Um dos elementos importantes do vídeo é a explicação sobre a mudança recente da sigla DST para IST (Infecções Sexualmente Transmissíveis).

No que se refere aos vídeos mais antigos, produzidos até o ano de 2010, alguns desenvolvem a questão da memória local, como por exemplo o vídeo intitulado

---

<sup>19</sup> O vídeo citado está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HzrnZmoeCKU>. Acesso em: 22 set. 2021.

<sup>20</sup> O vídeo citado está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RGr3r2C2ZPs>. Acesso em: 22 set. 2021.

<sup>21</sup> O vídeo citado está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YH92uskGVik>. Acesso em: 22 set. 2021.



“Memórias do Preventório”<sup>22</sup>. Publicado no canal da Bem TV no *Youtube* em 25/08/2016 (embora já estivesse disponível para *download* na versão anterior do *site* da Bem TV desde a segunda metade da década anterior), este vídeo possui duração de 11m:06s e conta, através de depoimentos de moradores locais, um pouco da história da comunidade do Preventório.

Vale mencionar também os dois vídeos a respeito do tema educação produzidos no ano de 2006. Estes foram reunidos no canal da Bem TV no *Youtube* em uma única publicação, possuindo 09m:32s de duração. Publicados no canal em 23/07/2014 sob o título “Tanta Coisa Pra Mudar e Se Vira Nos Vinte”<sup>23</sup> (título este que consiste na junção dos títulos individuais dos dois vídeos), estes tratam dos problemas da educação através de duas estratégias discursivas distintas: o primeiro dá voz a alunos de colégios de Niterói que, ao responder sobre como aproveitam os vinte minutos do recreio, acabam apontando diversos problemas efetivos da educação contemporânea brasileira; o segundo consiste no videoclipe de um rap cuja letra explicita os problemas da educação atual através de diferentes vozes, pois cada estrofe é composta para representar o olhar de um agente no processo educativo: pais de alunos, alunos, professores e coordenadores. Estes dois vídeos são bastante impactantes, pois geram discussões a respeito de questões educacionais que precisam ser repensadas para que se consiga manter os jovens estimulados durante o processo de ensino.

### **Considerações Finais: novos desafios para as TVs comunitárias em rede**

O canal da Bem TV no *Youtube* é um modo de aproximar as ruas do ciberespaço e a liberdade do vídeo popular das plataformas digitais geradas por grandes empresas. Portanto, trata-se de uma forma de acompanhar as mudanças e possibilidades trazidas pelo processo de midiatização na contemporaneidade e de inserir-se na Sociedade do Espetáculo (ou mais especificamente nos processos de difusão espetaculares) através de um viés não espetacular, buscando gerar outro tipo de reação nos espectadores que não seja a alienação e a passividade definidas por Debord.

No que se refere aos vídeos da Bem TV, apesar da relevância dos mesmos em termos temáticos, faz-se necessário ressaltar que muitos deles vêm obtendo um

---

<sup>22</sup> O vídeo citado está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KUpqeTk7eko>. Acesso em: 22 set. 2021.

<sup>23</sup> O vídeo citado está disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=NZ9X2P7\\_BsU](https://www.youtube.com/watch?v=NZ9X2P7_BsU). Acesso em: 22 set. 2021.



número baixo de visualizações (em muitos casos, menos de 100). Os vídeos antigos, postados há alguns anos, são uma exceção (obtendo, em determinados casos, milhares de visualizações). Porém, a ideia de que essas temáticas que tocam em questões referentes à cidadania poderiam (e deveriam) ser vistas por um número maior de pessoas (e, conseqüentemente, gerar uma mobilização ainda mais efetiva) é algo que provoca novos desafios na criação de estratégias por parte da Bem TV para gerar maior engajamento junto ao público do canal.

De qualquer modo, não é necessariamente o número de visualizações que garante resultados cidadãos a partir dos vídeos, mas a qualidade do engajamento. Esta é uma questão que deve ainda ser analisada no que se refere às TVs comunitárias em rede (ou *WebTVs* comunitárias).

Além disso, pode-se afirmar que este canal serve como um repositório de informações relevantes, um registro do trabalho da Bem TV para pesquisadores e ativistas da comunicação comunitária, visto que diversos materiais audiovisuais estão disponíveis em uma mesma plataforma de acesso. Assim, é prático e simples encontrar e usar esses materiais para diversas finalidades didáticas e de pesquisa.

Finalmente, constata-se que as imagens cidadãs produzidas e difundidas pela Bem TV há 30 anos constituem uma reação à Sociedade do Espetáculo vigente, posto que estes vídeos não geram passividade, mas são fruto da atividade militante que busca nas questões cidadãs as diretrizes para uma longa jornada de lutas e conquistas sociais, tendo a comunicação como elemento gerador de vínculos comunitários em meio às tecnologias audiovisuais do século XXI.

---

## Referências

ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

\_\_\_\_\_. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo/ Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Ed. Loyola, 2006.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. **Situacionista: Teoria e prática da Revolução**. São Paulo: Conrad Ed. do Brasil, 2002. – (Coleção Baderna)

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

\_\_\_\_\_. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2006, p. 119-147.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

LYOTARD, Jean François. **A Condição Pós-Moderna**. Lisboa: Gradiva, 2003. – (Coleção Trajectos)

NUNES, Marcia Vidal. Rádios comunitárias: exercício da cidadania na estruturação dos movimentos sociais. In: PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007, p. 95-118.

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

\_\_\_\_\_. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007, p. 133-148.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Juremir Machado da. Depois do espetáculo (reflexões sobre a Tese 4 de Guy Debord). In: GUTFREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da (orgs.). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007, p. 31-42.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. **A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil**. – 3ª ed. – Rio de Janeiro: DP&A Ed., 2005.

\_\_\_\_\_. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2014.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. 9 ed. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2008.





---

WARBURTON, Nigel. **Uma breve história da filosofia**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2016.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.