

**PROGRAMA GESTÃO PÚBLICA E CIDADANIA**  
SEGUNDA FASE

**PROGRAMA:** TV MATRACA - Inscrição Nº 966/02

**1. Liste os objetivos e especifique as metas mais importantes do programa, projeto ou prática, por ordem de prioridade.**

A TV Matraca é o mais importante instrumento de comunicação direta da Prefeitura do Recife com as comunidades da cidade. O Objetivo central é dar significado aos programas e projetos desenvolvidos pela administração municipal e, ao mesmo tempo, resgatar o cotidiano das comunidades, suas histórias, suas potencialidades, valores culturais, suas esperanças e suas ações.

As principais metas do Programa são:

- fortalecer as ações dos produtores culturais locais e das organizações sociais das comunidades;
- alimentar o diálogo entre as comunidades dos diversos bairros da cidade, bem como a apropriação da Cidade por suas cidadãs e cidadãos;
- criticar ações que não favorecem o desenvolvimento humano justo e solidário, bem como qualquer tipo de prática excludente no seio da sociedade;
- favorecer a comunicação e a integração no interior da administração municipal.

**2. Descreva o funcionamento do programa, projeto ou prática e aponte qual(is) sua(s) frente(s) de atuação**

O Programa é apresentado em locais públicos, em bairros/vilas da cidade e conta com uma parte de TV ao vivo, da qual a comunidade participa ativamente. A TV Matraca aborda sempre um tema voltado para o público infantil; apresenta as ações da Prefeitura e desvenda aspectos da cultura da população (grupos culturais compõem o programa).

A apresentação é feita em uma Kombi dotada de equipamentos específicos para apresentação, (telão e som). A cada mês, um bairro é escolhido e, com ele, é feito um programa especial, intitulado "Meu Bairro é o Maior", como forma de aumentar o conhecimento dos cidadãos sobre a cidade em que moram.

A TV Matraca tem a coordenação geral do grupo gestor da Secretaria de Comunicação Social, que supervisiona o trabalho realizado pela ONG TV Viva e define a pauta do mês, discute o conteúdo e seus objetivos e aprova o material produzido. A TV Viva executa o Programa, através de uma equipe de produção e edição e uma equipe de "matraqueiros", que cuidam das exibições nos bairros. O trabalho da exibição conta com a colaboração de uma pessoa residente em cada um dos 34 bairros do circuito, encarregada de fazer a divulgação da TV Matraca e de organizar a parte "ao vivo" do programa, onde são feitas entrevistas, enquetes, debates, são dados avisos e informações úteis e feitas apresentações de grupos culturais locais.

Além do programa em praça pública, a TV Matraca também apresenta, em eventos promovidos pela Prefeitura, documentários e grandes reportagens sobre as ações principais da administração municipal, como o Orçamento Participativo, as diversas conferências municipais realizadas - educação, saneamento, mulher, assistência social etc. - o Programa Guarda-Chuva, a Brinquedoteca, a Bolsa Escola, o Banco do Povo etc.

**3. O programa, projecto ou prática faz parte de uma iniciativa, programa ou política mais abrangente (da mesma ou de outra esfera de governo)? Em caso afirmativo, descreva como se dá esta ligação.**

Sim, a TV Matraca integra o Plano de Comunicação da Prefeitura do Recife, que tem entre suas metas utilizar todos os instrumentos de comunicação disponíveis para dialogar com todas as esferas da sociedade.

O Plano tem como marcas a **democratização da informação**, a utilização da comunicação como **ferramenta de mobilização, organização e educação popular** e a **integração e unidade da imagem e do discurso do Governo**.

**4. Identifique o público-alvo. Quantos são, no momento, os diretamente beneficiados? Qual a proporção de homens e mulheres beneficiados? Que percentual de clientela potencial isto representa? Como é feita a seleção dos beneficiários e como eles participam do programa, projeto ou prática?**

O público alvo é a população da cidade. Mensalmente, o programa é apresentado em 34 comunidades, fixas, num calendário previamente agendado. Estima-se que, mensalmente, cerca de 8.000 pessoas participam da exibição do programa, entre crianças, jovens, adultos e pessoas da terceira idade, homens e mulheres. Em sua maioria, o público é formado por crianças e jovens, está nas faixas de mais baixa renda e vive em bairros populares. Como é realizada em espaços públicos, ao ar livre, a escolha dos locais deve-se às suas características de referência para as comunidades, centralidade (em relação a uma ou mais comunidades) e facilidade de acesso.

Além disso, o programa é também apresentado a públicos específicos, na íntegra ou reduzido, como as Conferências Municipais (Saneamento, Mulher, Educação), plenárias do Orçamento Participativo, Festas Juninas, Feiras e Congressos - eventos nos quais o programa é apresentado em telão ou, por vezes, em televisores.

**5. Qual o gasto orçamentário anual do programa, projeto ou prática? Quais as fontes de recurso financeiro (locais, estaduais, federais, privadas)? Que percentual de recursos financeiros anuais é derivado de cada uma dessas fontes? Que percentual da receita orçamentária total do nível de governo (estadual, municipal, etc), a que pertence o órgão responsável pela inscrição é efetivamente utilizado pelo programa, projeto ou prática ?**

O orçamento anual gasto no Programa é de cerca de R\$ 400.000,00. São recursos próprios do município e representam 8% da verba de publicidade da Prefeitura, administrada pela Secretaria de Comunicação Social - R\$ 4.893.000,00. Considerando que a receita total do município foi de R\$ 723.721.103,00, em 2001, aplicou-se 0,05% do Orçamento no Programa.

**6. Quantas pessoas estão diretamente envolvidas na operação de seu programa, projeto ou prática? Quantos homens e quantas mulheres realizam funções de direção (ou tomada de decisões) e quantos realizam funções de execução?**

O Grupo Gestor da Secretaria de Comunicação Social é composto por três homens e quatro mulheres que participam da definição da pauta, supervisão da produção e da exibição e aprovação do programa. Pela ONG TV Viva, 02 homens participam das tomadas de decisões. Na execução, são 9 homens e quatro mulheres, que estão diretamente envolvidos na produção e exibição da TV Matraca. Há ainda a parte técnica da exibição - transporte, montagem e operação de equipamentos, que é contratada a terceiros e realizada por uma equipe de quatro homens. Dos 34 matraqueiros dos bairros, 22 são mulheres.

**7. Indique todas as organizações (públicas e privadas) participantes, descrevendo o papel de cada uma. Explique como estas organizações interagem e de que modo suas ações individuais são coordenadas.**

^A Prefeitura do Recife é a gestora da TV Matraca. A TV Viva realiza o programa e trabalha em conexão e diálogo permanente com a Secretaria, através da Diretoria de Comunicação Popular.

**8. Se seu programa, projeto ou prática envolve a participação da comunidade e do público-alvo, descreva como esta participação se concretiza (explique os mecanismos de participação).**

Todas as etapas de execução envolvem, direta ou indiretamente, este público. Todas as comunidades onde a TV Matraca se apresenta são representadas por um/a matraqueiro responsável por fazer a divulgação da exibição, sugerir pautas e organizar os eventos/shows/entrevistas que vão acontecer durante a exibição.

No bloco "Meu bairro é o maior" a população participa efetivamente da produção. Já foram produzidos documentários sobre 9 bairros do Recife, dos quais participaram ativamente uma média de 7 entidades de arte-educação e cultural por programa. Cada uma delas possui de 30 a 200 componentes.

Além disso, há relação com jovens produtores culturais da cidade e do estado, com líderes comunitários, com delegados/as do Orgamento Participativo, do Fórum de Mulheres que, constantemente, utilizam os vídeos produzidos e sugerem pautas.

**9. Quando e como foi originalmente concebido o programa, projeto ou prática? Quais os principais participantes governamentais e não governamentais no processo? Houve inspiração em iniciativa(s) anterior(es)? Qual(is)?**

O Programa foi concebido a partir da experiência de TV comunitária na cidade, vivenciada entre 1984 e 1994, pela TV Viva. No período de transição, antes da posse do novo Governo popular e democrático, um grupo de profissionais de comunicação, oriundos dos movimentos sociais, ONG's e universidades, já apontava a necessidade de a gestão criar um instrumento que desse início a uma nova história de TV comunitária na cidade e utilizá-la como instrumento de construção da cidadania. A Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura do Recife, na gestão que se iniciou em 01 de janeiro de 2001, incorporou esta idéia ao seu Plano de Comunicação, criando, inclusive, uma Diretoria de Comunicação Popular para coordenar este projeto, que recebeu o nome de TV Matraca e foi às praças em abril de 2001.

**10. Identifique as etapas-chave de implementação e como isto evoluiu ao longo do tempo? Que mudanças ocorreram desde o início da operação do programa, projeto ou prática?**

A grande mudança ocorrida no processo foi a transformação da TV Matraca que, inicialmente, exibia um programa pré-produzido, para a incorporação dos eventos ao vivo sob a responsabilidade e autoria da própria comunidade. Isto dá à TV Matraca a dimensão de televisão aberta, com um programa produzido e outro ao vivo. Além de dar à comunidade a oportunidade de mostrar suas realizações, auxilia no processo de desmistificação do veículo ao colocá-la como co-participante do processo de produção e transmissão de informação. Uma outra mudança importante foi a incorporação dos jovens matraqueiros ao processo.

**11. Descreva os principais obstáculos enfrentados até o momento. Como se lidou com tais obstáculos? Quais deles ainda persistem?**

O principal obstáculo continua sendo a busca das alternativas de financiamento do projeto. Levando em consideração o potencial e o desejo de aproximar cada vez mais o Programa da população, a Prefeitura do Recife pretende constituir-se em órgão fomentador de um projeto mais abrangente de comunicação comunitária, buscando outras ONG's como parceiras e apresentando novas alternativas comunicacionais às comunidades, como rádio, web e impressos. Possibilidades de financiamento via convênios estão sendo estudadas na Secretaria de Assuntos Jurídicos da Prefeitura. Isto porque este projeto mais ambicioso necessita de um aporte de recursos maior do que a verba publicitária da Prefeitura é capaz de suportar.

**12. Que mecanismos de avaliação estão sendo utilizados para medir o sucesso do programa, projeto ou prática? Forneça os resultados (quantitativos e qualitativos) do último ano de operação do programa, projeto ou prática.**

A Secretaria de Comunicação está utilizando alguns indicadores para a TV Matraca:  
Número de bairros atingidos: 34  
Número de pessoas atingidas em cada apresentação: média de 200 pessoas  
Número de solicitações de fitas para eventos extras: média de 10 solicitações/mensais  
Número de matraqueiros envolvidos mensalmente no trabalho: 34 matraqueiros  
Número de solicitações de apresentação extras pelos órgãos públicos municipais: média de 10 apresentações/mensais

Além disso, uma vez por mês, a Diretoria de Comunicação Popular e a TV Viva reúnem-se com a equipe de matraqueiras e matraqueiros para avaliar os avanços e problemas das exibições, discutir sugestões de pauta, analisar o programa do mês e programar as atrações de cada bairro.

**13. Qual é a mais importante conquista de seu programa, projeto ou prática até o momento (cite apenas uma, aquela que, na sua opinião, é a mais importante)?**

A conquista mais importante é apoiar e incentivar processos participativos de desenvolvimento comunitário, alternativo e interativo, a partir da dinâmica e da realidade local. Com essa prática, produzimos um banco de informações em vídeo sobre a cultura e a ação político-social que se dá no Recife, como nunca se fez na cidade.

**14. Em que aspectos seu programa, projeto ou prática inovou em relação a práticas anteriores? Procure explicar bem em que consiste a inovação.**

A inovação é que, pela primeira vez na história da cidade, o poder público toma para si a responsabilidade de incluir o veículo televisão na sua política de comunicação popular. Isto porque, dos meios de comunicação conhecidos, talvez o menos apropriado pela população seja este, em função do seu alto custo. Na TV Matraca a comunidade se vê, reconhece seu espaço, sua cultura, visualiza suas potencialidades, contribuindo de forma direta e versátil para a construção de sua identidade, através do reconhecimento dos seus valores. Nas enquetes realizadas nos locais de exibição, a resposta mais frequente sobre a diferença entre a TV Matraca e a TV tradicional é que ela não valoriza a violência e sim a cultura das comunidades. Fazendo isso, está fortalecendo a cidadania e abrindo o espaço público da comunicação para novas iniciativas dos sujeitos tradicionalmente marginalizados dos meios de comunicação de massa.

**15. Mesmo que seu programa, projeto ou prática não focalize especificamente a questão da pobreza, como você avalia seu impacto sobre esta questão?**

A pobreza se revela de forma contundente no campo da Informação e é exatamente nesse campo que a TV Matraca pretende combatê-la. E uma das armas mais importantes é valorizar, abrir espaços comunicacionais para aquilo que as pessoas pobres fazem de mais rico: cultura. Aliado a isso, o programa busca focalizar os projetos implantados pela gestão municipal que apresentam alternativas para amenizar ou erradicar os impactos causados pela pobreza nas comunidades. Nesta medida, o conhecimento dos programas e políticas públicas desenvolvidas pela Prefeitura, faz com que a população mais carente tenha maiores condições de acessar estes serviços/políticas.

**16. Qual o impacto do programa, projeto ou prática sobre a cidadania? (mencione aqui aspectos relativos à cidadania que eventualmente não tenham sido mencionados. Inclua também questões relativas a gênero, raça ou etnia).**

A TV Matraca é por princípio um espaço de afirmação de ações cidadãs e de divulgação de direitos. Das suas vinhetas aos documentários, esse é o fio condutor. Dizer que há uma atenção especial para a questão de gênero ou as desigualdades étnicas não é o bastante. Analisem-se as pautas de cada programa e seus conteúdos, e se terá essa certeza.

**17. Caso seu programa, projeto ou prática já tenha participado do PROGRAMA GESTÃO PÚBLICA E CIDADANIA anteriormente, qual a diferença que ele apresenta este ano em relação ao ano em que se inscreveu pela última vez?**

É a primeira vez que participa.

**18. Qual é a mais significativa deficiência do programa, projeto ou prática?**

Como já foi dito anteriormente, um dos principais obstáculos à ampliação deste Projeto é o seu financiamento. Maiores recursos são necessários para a realização de oficinas de TV, produção de documentários pela própria comunidade, criação de novas frentes de comunicação para e com a comunidade, além da própria divulgação do Programa e da possibilidade de criação de estruturas especiais para exibição no período das chuvas. Este, inclusive, é um dos graves problemas enfrentados. Durante cerca de 4 meses do ano, a cidade sofre os impactos das fortes chuvas, que potencializam os riscos de acidentes nas comunidades dos morros. – são 27.000 famílias que encontram-se em áreas de risco - e aumentam a incidência de doenças nas planícies da cidade. A TV Matraca, instrumento difusor de formas de prevenção e educação da comunidade, sofre ela própria as consequências do período, que dificulta a produção das matérias e, em muitos casos, inviabiliza a sua exibição.