

PAINEL 18 - ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA NA PERSPECTIVA DA EDUCOMUNICAÇÃO

Mediadora: Prof. Dra. Cláudia Lago, NCE-ECA/USP.

PRÁTICAS EDUCOMUNICATIVAS NA (TRANS)FORMAÇÃO DO JOVEM RECEPTOR.

Daniela Passato Majori



Especialista em Educomunicação: Comunicação, Mídia e Educação, pela ECA/USP. Realizou um estudo de caso sobre o projeto Agência Jovem de Notícias, da Viração Educomunicação, com foco nos jovens participantes das formações de educação para os meios. É jornalista formada e já atuou em veículos como a Rádio Band News FM e na área de comunicação corporativa.

RESUMO:

Artigo baseado na pesquisa de conclusão do curso de especialização da ECA/USP, que investigou a relação da atividade educ comunicativa de educação para os meios e a construção da cidadania. Problematizou o impacto da prática na (trans)formação dos participantes de atividades educ comunicativas como sujeitos multidimensionais, principalmente quanto à construção de uma visão crítica da mídia. Para isso, foi promovido um estudo de caso do projeto Agência Jovem de Notícias, da Viração Educomunicação.

Palavras-chave: Educomunicação. Educação para os meios. Crítica da mídia. Viração. Estudos de Recepção. Juventude. Protagonismo.

INTRODUÇÃO

Pesquisar sobre a relevância de abordar a mídia na educação, implica, primeiramente, em reconhecer o papel que essa exerce atualmente na sociedade. Os meios de comunicação figuraram como um importante agente mediador da transformação cultural ocorrida na virada para o século XX, com o início da Era da Informação. O avanço tecnológico transformou a circulação e a difusão das informações, reconfigurando a comunicação em todo o mundo. Desde então, os meios

de comunicação passaram a constituir uma nova agência de socialização, além das tradicionais família e escola (BACCEGA, 2011).

Esta se tornou a principal causa de um embate entre a escola e os meios de comunicação de massa (MCM), que passam a disputar pela supremacia e legitimidade na formulação de valores e dos sentidos sociais (BACCEGA, 2011). Para Baccega, este é um desafio a ser superado, já que a instância educadora deve hoje enxergar os meios de comunicação como também sendo educadores, e pelos quais também passa a construção da cidadania.

É desse lugar, o qual procura colocar em sintonia mídia e escola, aceitando que a escola já não é mais o único lugar do saber, que devemos relacionar-nos com os meios. E é esse o lugar em que temos de esclarecer que modalidade de programação da mídia queremos para pavimentar as mudanças sociais no sentido da construção da efetiva cidadania.(BACCEGA, 2011:32).

Nota-se que a escola – em sua maioria - não se adapta às reorganizações do mundo da linguagem e da escrita e – mais recentemente – insere as novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) na rotina escolar de uma forma reducionista e utilitarista. De acordo com Jesús Martín-Barbero e German Rey (2001), a escola ofusca a função estratégica que deve desempenhar frente às novas configurações instituídas pela comunicação.

Ao reduzir a comunicação educativa à sua dimensão instrumental, isto é, ao uso das mídias, o que se deixa de fora é justamente aquilo que é estratégico pensar: a inserção da educação nos processos complexos de comunicação da sociedade atual, no ecossistema comunicativo que constitui o entorno educacional difuso e descentrado produzido pelas mídias. (MARTÍN-BARBERO e REY, 2001:59).

É neste cenário que nasce a educomunicação. Segundo Baccega (2011), este campo se forma no embate entre as áreas da educação e da comunicação, de forma a encontrar caminhos que driblem as divergências e proponha e justifique o diálogo entre ambas e a promoção de intervenções sociais. Entre estas, a educação para os meios, que visa inserir os meios de comunicação nos projetos pedagógicos de formação de sujeitos críticos e autônomos perante a mídia.

Este artigo toma como ponto de partida os Estudos de Recepção e o novo olhar que eles estabelecem ao receptor e visa problematizar essa atividade de educação para os meios na construção não apenas de estudantes e receptores, mas na

(trans)formação de sujeitos do processo comunicacional, capazes de reelaborar, a partir do seu repertório e da cultura, os conteúdos aos quais têm acesso pela mídia. Para isso promoveu um estudo de caso do projeto educacional Agência Jovem de Notícias (AJN), da organização não governamental (ONG) Viração Educação, que promove, entre outras atividades pelo país, formações em comunicação para jovens da capital paulista e proximidades.

A CULTURA NOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

Por volta da década de 70, o trabalho do jamaicano da Universidade de Birmingham, Stuart Hall, deu início à corrente teórica dos Estudos de Recepção que considerou nas pesquisas em comunicação a análise da cultura como um processo de dominação e resistência frente à mídia, mas nunca de total submissão. A recepção como pesquisa possibilitou, portanto, a quebra do paradigma “emissor todo-poderoso *versus* receptor passivo, ou, por outro lado, emissor neutro *versus* receptor/consumidor todo-poderoso” (FÍGARO PAULINO, 2000:91). “Pensar a comunicação a partir da recepção possibilita, no campo comunicação/educação, tentar desconstruir tal discurso, buscando compreender o processo de comunicação como interação social” (Ibdem:92).

Nesse momento, a comunicação passa a ser vista por alguns autores pela complexidade de um ecossistema comunicativo. A visão do receptor, na forma retratada até agora, começa a ser transformada. A relação eu-tu da comunicação passa a ser reconhecida mais pelo termo coenunciador (aquele que participa da construção dos enunciados), como no caso do pensador Citelli. Para ele, a concepção de ecossistema comunicativo engloba as experiências culturais, as técnicas e TICs (incluindo os meios de comunicação) e o papel educativo deslocalizado de produção de conhecimento e informação (CITELLI, 2006).

O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais. (MARTÍN-BARBERO, 1997:258)

Nesse contexto, é adotado o conceito que afirma que comunicação e cultura são inseparáveis e que imergir nessa relação é o caminho para a expansão da cidadania - ideia que será muito defendida também dentro dos paradigmas da educação.

Educação para os meios - Na América Latina, os programas de educação para os meios nasceram de forma independente dos estudos de recepção, apesar de, ao longo

da década de 1980, terem se constituído também como uma linha de trabalho com os receptores a partir de diversos segmentos de pertencimento, como família, escola, bairro, entre outros. Antes, herdeiros das teorias críticas dos anos 1970, esses estudos figuravam mais como linhas de denúncia do que pedagógicas (LOPES, 2011). Nesse momento, ainda predominavam os pensamentos de que os meios de comunicação eram maléficos à sociedade e que os estudos destes deveriam tornar a população imune aos conteúdos carregados de ideologias transmitidos pelas mídias. Por essa razão, os programas de educação resumiam-se a analisar as mensagens e seus significados.

A EDUCAÇÃO PARA OS MEIOS NA EDUCOMUNICAÇÃO

Para os pioneiros da construção dos paradigmas e da prática da educomunicação, Paulo Freire e Mario Kaplún, o novo campo associa três espaços: sociocultural, da comunicação e da educação, de forma a estabelecer relações entre elas, e não traçar disputas. Soares (2011) aponta que isso leva a uma nova abordagem dos meios a partir de um projeto pedagógico mais amplo. “Não se trata, pois, de educar usando o instrumento da comunicação, mas de que a própria comunicação se converta na vértebra dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação” (SOARES, 2011: 23).

O cidadão precisa contar com a educação para ampliar seu repertório e permitir que possa ser mais exigente em relação aos meios de comunicação. Segundo Roseli Fígaro, a escola pode recuperar seu papel de importância por meio da difusão de conhecimento sobre as mídias e de uma formação mais humanística (FÍGARO PAULINO, 2000). Para ela, por mais hegemônicos que sejam atualmente determinados grupos de comunicação, a atuação destes, seu poder sobre a informação e o interesse público e seus conteúdos precisam ser criticados.

Para fazer a crítica, é necessário desvendar, desconstruir, mostrar como essas linguagens são construídas, dar a conhecer, tornar a informação conhecimento. A experiência: essa é a maior qualificação que se pode ter para estar *atenado* ou apto à *leitura* dos diferentes discursos que são construídos, as distintas formas e maneiras, de se editar a realidade. (FÍGARO PAULINO, 2000)

Além disso, é papel da atividade de educação para os meios uma abordagem mais substancial. A compreensão da comunicação e dos meios deve partir do ponto

dos direitos de toda a sociedade garantidos na Constituição nacional. Dessa forma, os cidadãos poderão questionar seus direitos, seus papéis na comunicação e, principalmente, a naturalização da presença midiática (principalmente dos MCM) na sociedade.

Esse poder tem que ser questionado via democratização da posse dos meios de comunicação, via participação das comunidades na elaboração das políticas e das legislações que regulam a concessão e a posse dos meios de comunicação. Isso se faz não só discutindo sobre o direito das comunidades ao espaço de radio difusão, mas sobretudo, questionando qual é o compromisso legal das empresas com a sociedade civil ao utilizarem um serviço público. (FÍGARO PAULINO, 2000)

A AGÊNCIA JOVEM DE NOTÍCIAS E A FORMAÇÃO CRÍTICA

Nascida em 2004, a AJN reúne adolescentes e jovens para a realização de coberturas colaborativas de eventos em todo o país, mobilizados pela entidade e por instituições parceiras. Desde 2010, conta com um site⁸⁰ que abriga e divulga todas as produções e conteúdos produzidos e com a realização semestral de formações educacionais em comunicação e temas humanísticos para turmas de jovens entre 15 e 17 anos que se reúnem semanalmente na capital paulista.

Ao analisar o projeto educacional e as formações promovidas para a turma do segundo semestre de 2012 como objeto de um estudo de caso, foram destacadas alguns pontos importantes de impacto na formação dos jovens participantes, sendo eles: incentivo ao protagonismo, ampliação de repertório e alfabetização midiática. Estes, essenciais na construção de uma visão crítica da mídia e na formação cidadã.

Protagonismo – O projeto possui três frentes de atuação: mobilização/participação, formação e produção. Portanto, integra a proposta que os participantes vivenciem todas essas etapas e que protagonize a ação. Segundo a diretora-executiva da Viração, Lilian Romão, “a agência incentiva que o jovem produza. [...] E esse é sempre o princípio. Quando você tira o jovem do lugar daquele que recebe, você cria um processo de análise crítica. [...] Por que é importante que eu faça isso?” (ROMÃO, 2013). A diretora reforça ainda que é trabalho da entidade incitar os jovens a criarem

⁸⁰ agenciajovem.org

suas próprias bandeiras. Isso pode ser comprovado por meio da fala de um dos participantes⁸¹.

Aprendemos a discutir assuntos da sociedade, a ter um olhar mais crítico sobre as coisas, a procurar mais eventos sociais e culturais que tenham a ver com a gente, com o jovem e com o jovem protagonista. (CAIO, 2013).

Repertório – A inclusão de temas diferentes daqueles que estão sendo veiculado nos MCM, ou, até mesmo, com uma abordagem diferenciada, na realidade desses jovens é um segundo ponto essencial da atividade, uma vez que extrapola as hipóteses do agenda-*setting*. Além disso, os temas - de interesse dos jovens como meio ambiente, saúde e sexualidade, cultura e juventude, entre outros – são abordados incluindo o caráter e as implicações políticas de cada questão. Essa pode ser considerada uma forma diferenciada de abordagem do assunto política, confirmando as teses que afirmam que os jovens se manifestam atualmente, inclusive sobre temas políticos, de formas como por intervenções culturais, artísticas e comunicativas, ou outras de caráter voluntário ou associativo (FERREIRA e MAGALHÃESA, 2010).

Alfabetização midiática – Esse processo foi analisado com base no que afirma o teórico Toda Y Terrero ao definir um processo multidimensional pelo qual passa o sujeito para se tornar crítico. As formações inseriram na prática alguns pontos como: como ler palavras, imagens e sons com seus códigos; como descobrir e interpretar os significados ocultos; como compreender o processo de produção de mensagens e signos; como identificar a quem se dirige a mensagem e o que pretende; história dos meios massivos; estrutura dos sistemas dos meios, objetivos e interesses políticos, ideológicos, econômicos e pessoais de proprietários, produtores, atores, publicistas, etc; diferença entre ficção e realidade. Em contribuição a esse cenário de formação de um sujeito crítico, José Martinez de Toda y Terrero (2011) defende que a identidade cultural e ética do sujeito é diretamente proporcional à sua capacidade crítica. Portanto, distinguir preconceitos, ausência de fatos e as limitações de cada fonte são atribuições ao interpretar produtos jornalísticos e foram analisadas em diferentes falas dos participantes.

⁸¹ Foi utilizado um nome fictício para não comprometer o entrevistado.

CONCLUSÃO

Segundo afirma Martín-Barbero, “a educação é moderna à medida que é capaz de desenvolver sujeitos autônomos” (MARTÍN-BARBERO, 2011: 134). Essa característica pôde ser vista na proposta educ comunicativa de formação da AJN, que incentivou a construção autônoma de uma identidade cultural e ética, resultando assim na formação de uma visão mais crítica. “A educação para os meios é um foro, em que os participantes confrontam as provocações morais dos meios, e no qual se clarificam, se purificam e afirmam seus próprios valores” (TODA Y TERRERO, 2011:152). É por essa perspectiva que concluímos que o ensino não formal, prestado por organizações como a Viração, tem um papel importante transformador na realidade contemporânea, principalmente da juventude.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica*, in CITELLI, Adílson Odair e COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação – Construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

BARBERO, Jesús Martín. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

BARBERO, Jesús Martín e REY, German. *Os exercícios do ver*. São Paulo, Senac, 2001.

CAIO (nome fictício). Entrevista concedida especialmente para a pesquisa. Realizada em 14 de abril de 2013.

CITELLI, Adílson. *A linguagem entre a comunicação e a educação*. Revista Comunicação & Educação, ano XI, n. 1, p. 7-11, jan./abr. 2006.
Disponível em: < <http://revistas.usp.br/comueduc/article/view/37557/40271>>.

FERREIRA, Giovandro Marcus e MAGALHÃES, Daniella Rocha. *Juventude e Comunicação: pluralidade e diversidade social*, in BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. **Comunicação Cultural e Juventude**, São Paulo:Intercom, 2010.

FÍGARO PAULINO, Roseli. *Estudos de Recepção para a crítica da comunicação*. Revista Comunicação & Educação, n.17, p. 37-42, jan./abr.2000.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisas de recepção e Educação para os Meios*, in CITELLI, Adílson Odair e COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação – Construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

ROMÃO, Lilian. Entrevista concedida especialmente para a pesquisa. Realizada em 12 de março de 2013.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Educomunicação: Um campo de mediações*, in CITELLI, Adílson Odair e COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação – Construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

TODA Y TERRERO, José Martínez de. *Avaliação de metodologias na educação para os meios*. in CITELLI, Adílson Odair e COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação – Construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.