

EDUCAÇÃO PARA MÍDIA: UMA EXPERIÊNCIA PILOTO NA UFES.

Esther Ramos Radaelli e Maíra Mendonça Cabral



Esther Ramos Radaelli: Estudante do 8º período de Comunicação Social, Jornalismo, da Universidade Federal do Espírito Santo. Pesquisadora do *Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas e sistemas* e uma das fundadoras do projeto de extensão de Educação para Mídia.



Maíra Mendonça Cabral: Estudante do 8º período de Comunicação Social, Jornalismo, da Universidade Federal do Espírito Santo. Pesquisadora do *Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas e sistemas* e uma das fundadoras do projeto de extensão de Educação para Mídia.

Resumo:

Compreendendo a escola como um ambiente central na formação dos indivíduos, o grupo de pesquisa e ação Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas e sistemas elaborou um projeto de extensão de Educação para Mídia com o objetivo de realizar oficinas em escolas públicas de Vitória, visando estimular a reflexão crítica dos estudantes diante dos meios de comunicação. Elas foram pensadas em quatro módulos por turma: Jornalismo, Publicidade, Telenovela e Produção Audiovisual. Baseados em conceitos de autores como Paulo Freire, Ismar de Oliveira Soares e Juan Ferrés, temos seguido uma filosofia de trabalho que busca levar os estudantes a pensarem nos meios de comunicação a partir de suas vivências. Um projeto piloto foi executado ao longo do mês de agosto de 2013 na Emef Experimental de Vitória. O resultado da primeira oficina foi positivo e vai de encontro às discussões da necessidade de criação de políticas públicas que insiram a Educação para Mídia nos currículos.

Introdução

O desenvolvimento de tecnologias de comunicação propõe aos indivíduos novas formas de percepção e organização do tempo e do espaço por romper barreiras impostas por ambos. Todas essas possibilidades aumentam ainda mais o poder de influência da mídia, que reside em afirmar-se como um espaço legítimo e legitimador de ideias e de representações da vida social (BOURDIEU, 2000).

Embora vinculada ao campo cultural, a mídia não deixa de ser uma empresa, dotada de regras e participante ativa no meio social, interpenetrando-se, portanto, nos campos político e econômico. Enquanto lugar de interesses, sejam eles econômicos ou políticos, a mídia contribui em grande parte para a difusão de discursos das classes dominantes (BOURDIEU, 2000).

A partir dessas ideias, entende-se como fundamental o desenvolvimento de uma atitude reflexiva em relação ao papel exercido pelos meios de comunicação nas sociedades modernas, modificando o pensamento social vigente de que ela é algo natural. A partir dessa intenção de transformação emergem propostas de transdisciplinaridade entre os campos da Comunicação e da Educação, enxergando a escola como um lugar privilegiado para o exercício de uma leitura crítica dos conteúdos midiáticos por tratar-se de uma instituição de grande importância para o desenvolvimento intelectual e a formação de cidadãos (FERRÉS, 1996, p. 9).

Conceitos como Leitura Crítica da Mídia, Educação para a Mídia e Educomunicação, vão além de uma perspectiva modernizadora de ensino calcada na incorporação de novos equipamentos tecnológicos, tornam-se alternativas para uma compreensão diferente acerca da comunicação, questionando a ordem existente e incentivando uma maior participação cidadã e comunitária dos indivíduos a partir da criação de ecossistemas comunicativos, novos espaços de interação e de debate (SOARES, 2011, p. 37).

Para Soares (2013), a Educomunicação não se caracteriza como uma ação isolada. Ao contrário, deve estar inserida no plano pedagógico das escolas, envolvendo professores, alunos e a comunidade em torno da instituição. Sendo assim, além de facilitar a produção de conteúdos e promover maior interação nos processos de aprendizagem, seu objetivo principal é fornecer aos educandos uma

adequada formação para o seu relacionamento (formas de recepção, interpretação e resposta) com os conteúdos que lhes são transmitidos pelos meios de comunicação.

Baseados em tais conceitos e com o objetivo de auxiliar na educação midiática de adolescentes, levando-os a um processo de reflexão perante os conteúdos e os recursos utilizados pelos meios de comunicação, pesquisadores do *Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas e sistemas*, da Universidade Federal do Espírito Santo, desenvolveram um projeto de extensão de Educação para Mídia. Sua proposta principal é a realização de oficinas em escolas municipais da cidade de Vitória (ES), que, baseadas em metodologias como a de Joan Ferrés e a Pedagogia da Educação de Paulo Freire, têm como premissa a exposição e a discussão de fatos midiáticos partindo das próprias vivências e sensações dos educandos.

Este relato apresentará a atividade realizada com a primeira turma de participantes do projeto de Educação para Mídia.

1. Desenvolvimento do Projeto

O material preparado para o desenvolvimento das atividades foi elaborado por estudantes do curso de Comunicação Social da UFES e dividido em quatro módulos: jornalismo, publicidade, telenovela e produção audiovisual. A divisão foi feita com o propósito de ampliar a compreensão dos participantes diante dos diferentes conteúdos oferecidos pelos meios de comunicação. Percebeu-se, desta forma, que as atividades desenvolvidas integrariam todas as habilitações do curso de Comunicação Social da UFES: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Audiovisual. Graças a essa característica, foi possível a adesão de todos os alunos vinculados ao curso, independente da habilitação.

A EMEF Escola Experimental da UFES, localizada no próprio campus universitário foi escolhida como a escola alvo da aplicação piloto do projeto. O propósito da escolha foi o resgate de uma de suas funções principais: a integração de suas atividades com as diligências acadêmicas universitárias.

As oficinas são destinadas a alunos de séries finais do Ensino Fundamental (EF) e do Ensino Médio (EM), portanto as primeiras oficinas foram realizadas com as turmas do oitavo ano. As atividades ocorreram uma vez por semana, ao longo de

quatro semanas nas aulas de Língua Portuguesa, escolha feita pela própria escola. A duração aproximada de cada oficina foi de duas horas.

No início de cada módulo escolheu-se a seguinte dinâmica: situar os participantes em contato direto com o tema em foco. Para isso, os alunos realizaram atividades práticas como, por exemplo, fotografar espaços da escola, (oficina de jornalismo) ou mesmo criar e encenar uma cena de dramaturgia. Outra característica que permeou todo o processo foi trabalhar, antes de tudo, com a percepção, sensação e conhecimento prévio dos adolescentes sobre os temas tratados, como forma de compreender sua visão e estimular sua participação.

Os recursos utilizados como material de apoio foram primordialmente o Datashow, Câmeras fotográfica e de vídeo.

1.1 Módulo: Jornalismo

Esta foi a primeira oficina realizada na escola. No início da seção, foram apresentadas as seguintes perguntas aos estudantes: o que vocês entendem por mídia? Logo depois, outras perguntas foram elaboradas no âmbito do Jornalismo: Como você se informa? Com quem? Você discute sobre as notícias com seus pais ou colegas? Já imaginou como seria o mundo sem notícias? À medida que as respostas surgiam, outras perguntas eram feitas com o intuito de conhecer sua relação e percepção sobre tema tratado.

Na continuação apresentou-se a seguinte dinâmica: A classe dividiu-se em quatro grupos e cada qual recebeu uma câmera fotográfica. O exercício consistia em sair pela escola e fotografar. Os grupos foram acompanhados pelos monitores, mas eram os próprios participantes quem deveriam registrar as imagens. Todos os componentes do grupo poderiam fotografar, mas no final do registro, teriam que selecionar apenas uma foto.

Esse primeiro momento foi pensado para discutir a questão das escolhas no Jornalismo, e em como cada uma delas pode mudar o contexto de uma informação. Ao longo da seção, os alunos foram incitados a pensar e refletir sobre todo o conteúdo midiático relacionado ao tema em foco.

1.2 Módulo: Publicidade

Essa oficina também trabalhou com a percepção dos alunos sobre a publicidade assim como sua relação com ela.

A atividade realizada para aproximá-los do universo publicitário foi a seguinte: elencou-se uma série de objetos com pouco atrativo comercial (um prendedor de roupa, uma joelheira, uma bolinha, e outros), que foram colocados em um saco plástico escuro. A turma foi dividida em grupos, sendo que cada um deles tinha a missão de pegar um objeto, elaborar um nome para o produto, um *slogan* e uma ideia que induzisse sua compra.

O motivo dessa atividade era oferecer a ideia básica de que alguns elementos precisam ser pensados no processo de elaboração de estratégias de venda. A partir dessa dinâmica, os conteúdos discutidos tentaram mostrar como a publicidade está presente no cotidiano social e, principalmente, na forma como ela se alterou ao longo dos anos, passando da simples venda de um produto à venda de conceitos e de estilos de vida.

1.3 Módulo: Telenovela

O primeiro passo, nesse módulo, foi conhecer a relação e a percepção dos participantes sobre as telenovelas brasileiras. Perguntou-se, por exemplo, sobre seus gostos por telenovelas, sobre quais destacariam como as mais marcantes e ainda sobre a forma em que as assistem (se sozinhos, acompanhados, etc.). Como mencionado anteriormente, a atividade prática realizada nessa seção foi a encenação. Cada grupo criou uma cena com base em um dos gêneros apresentados: comédia, drama, ação, romance e comédia.

Após as apresentações, iniciou-se uma discussão sobre o panorama da telenovela no Brasil. Discutiu-se como a Rede Globo de Televisão definiu características marcantes para cada horário de telenovela. Além disso, foi abordado o tema das representações sociais e sobre como o horário da grade televisiva influencia o agendamento da vida cotidiana do público.

1.4 Módulo: Produção Audiovisual

A proposta principal das oficinas de produção audiovisual aqui foi promover discussões a partir das experiências do grupo. Sendo assim, a primeira atividade consistia na divisão da turma em quatro grupos para a gravação de pequenos vídeos gravados na escola. Também foram passados aos estudantes alguns conceitos referentes à área de Audiovisual.

O objetivo desta oficina foi estimular a produção de conteúdos midiáticos por parte dos alunos. Além disso, pretendeu-se mostrar que além de interlocutores, eles também podem ser produtores e, portanto, ter mais autonomia como comunicadores, principalmente diante do atual cenário, em que as tecnologias da informação e da comunicação estão transformando a forma de receber e produzir informação.

Considerações Finais

A participação dos adolescentes nas oficinas foi muito positiva. Os estudantes demonstraram interesse nos temas apresentados e grande capacidade de reflexão crítica. Observou-se, também, uma visão muito mais apurada diante dos fatos jornalísticos apresentados nos meios de comunicação, se comparado aos outros temas abordados. Este fato torna evidente a necessidade de discussões mais profundas sobre os demais temas, de forma a conduzir os adolescentes a desconstruírem a percepção da mídia como algo natural.

Para ter-se uma resposta mais concreta sobre a metodologia utilizada no projeto, na última oficina foi entregue um questionário para os estudantes, contendo as seguintes questões:

1. Qual seção das oficinas você mais gostou?
2. E qual menos gostou?
3. Quais assuntos vocês gostariam que fossem abordados?
4. Você recomendaria essa oficina para alguém que conhece?
5. Quem?
6. Dê uma nota de 0 a 10.
7. E por último, pediu-se que eles escrevessem um comentário (esse tópico era opcional).

O resultado das respostas foi um estímulo para a continuidade deste projeto. O maior motivador para ações como esta é justamente a relação construída com os participantes. A maioria escolheu como módulos preferidos o de Telenovela e Produção Audiovisual, respectivamente. Os temas Jornalismo e Publicidade tiveram a mesma quantidade de votos. Quando questionados se indicariam a oficina para alguém, a grande maioria disse que sim. As respostas variaram entre “para todos que eu conheço” e para pessoas específicas.

No último tópico do questionário, que era opcional, a maioria dos estudantes registrou suas observações, dentre elas: “*essa oficina foi a melhor coisa que aconteceu este ano*”; “*as oficinas foram ótimas, me trouxe mais conhecimento e queria que tivessem mais. Obrigada.*”; “*foi tudo ótimo, vocês devem voltar*”. Grande parte dos recados são pedidos para a continuidade das oficinas.

Referências:

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação** – Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do Ensino Médio**. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Mas, afinal, o que é educomunicação?** Acesso em: set. de 2013. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>>

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

-