

Narrativa de educomunicação na construção de uma identidade escolar por jovens na EFAL

Rosângela Dória Lima

Daniel Bramo Nascimento de Carvalho

Ronaldo Nunes Linhares

Resumo

Neste artigo descrevemos uma experiência desenvolvida com e por jovens de uma escola técnica agrícola no interior de Sergipe, que vivencia a pedagogia da alternância na formação de jovens, filhos de assentados, que tem como desafio usar as mídias para construir e divulgar a identidade de sua escola. Descreve as estratégias de educomunicação desenvolvidas com e pelos jovens e analisa se e de que forma os audiovisuais produzidos através dos dispositivos móveis e divulgados no canal do youtube contribuem para a formação dos alunos como educadores, co – construtores autônomos de uma identidade coletiva de escola que lhe representasse. Para tanto foram desenvolvidas oficinas de produção e letramento de mídias, analisados produtos pelos próprios jovens e publicação em canal específico, criado por eles para divulgar a escola. Por fim, discutimos de que forma as competências adquiridas foram incorporadas ao

cotidiano dos estudantes e na solução do desafio por eles proposto, ou seja se conseguiram construir e divulgar uma identidade para a escola.

Introdução

Desde o advento da invenção do cinema e de seu crescimento enquanto mídia de massa a partir dos anos 20 no século XX, os jovens adotaram essa mídia e se comportam como consumidores assíduos. O crescimento desse mercado e da aceitação dos jovens levou várias instituições dentre elas a Igreja a se oporem à mídia. No Brasil, poucos foram os exemplos de tentativa de aproximação do cinema com a educação. A imagem em movimento, reduzida à diversão e entretenimento, tornou-se política pública, já na primeira metade do século XX, 1936. O Governo de Getúlio Vargas criou o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) subordinado ao Ministério da Educação e Saúde Pública e dirigido em seus primeiros anos pelo antropólogo Roquette Pinto até 1947, responsável pelo Projeto de Lei que organizou o INCE. Desde o início dos anos 60, a vertente educativa do INCE se esvazia, o cinema passou a ser visto como uma “atividade extracurricular extraescolar que influía antes, durante e depois da escola” (CARVALHAL, 2009¹).

A televisão, a partir de sua criação, nos anos 50, trilhou caminho parecido ao do cinema em relação à educação quando se consolidou como entretenimento, ficando dissociada de possibilidade de parcerias na aprendizagem no espaço da escola. Com o argumento de que para ver televisão não é necessário aprender, Barbeiro (2014) insinua que, a escola que ensina a ler, não teria nada mais o que fazer. Assim, escola e televisão raramente andaram de mãos dadas.

Não há como ignorar ainda a pertinente presença da televisão na construção da identidade do sujeito. Pode não ser necessário aprender a ver televisão, mas é preciso saber ler e interpretar suas ações e produções, encarando-as de forma crítica. Enquanto indústria cultural, as produções exibidas pela televisão, apresentam estrutura rígida de produção. Funciona, por mais enxuta que se

1 CARVALHAL, Fernanda Caroline d A. Instituto Nacional de Cinema Educativo: da história escrita à história contada- um novo olhar, 15 de maio 2009.

apresente na logística, com um arsenal de operacionalização que encarece o fazer diário com parques tecnológicos caros e profissionais nas mais variadas funções. As emissoras têm ‘donos’, atendem a um mercado publicitário e apostam no telespectador mediano para alcançar o maior número de pessoas possível. Com todos esses fatores, o conteúdo também acaba não ganhando um grande leque de ofertas nas possibilidades de se contemplar as múltiplas realidades existentes na sociedade. Atender à pluralidade nos mais diferentes segmentos é algo que escapa das possibilidades de atuação da mídia tradicional.

Com o engessamento dos veículos de massa, comunicar, informar e produzir são habilidades que encontram no mundo da internet uma vastidão de possibilidades com protagonismo exercido agora sem muita ou quase nenhuma mediação. Os jovens, na sua maioria, produzem conteúdo desafiando uma lógica de mercado que a cada ano perde mais o sentido e revela novas plataformas. Sayad (2011 p.30) lembra que não somos mais, e seremos cada vez menos dependentes da televisão aberta e comercial para nos informarmos e nos exprimirmos. A TV é uma mídia com crise de identidade.

Nesse universo de produção e disseminação de conteúdos, os jovens estão em busca de uma representatividade já que se enxergam pouco na programação das emissoras de televisão, por exemplo. Levantamento feito pelo site Natelinha (2016)², especializado na área, aponta a cada ano, queda do interesse dos jovens pelas emissoras comerciais de canal aberto.

Os números obtidos pelo site, da pesquisa feita em agosto de 2016, apontaram as menores taxas demográficas em jovens de 12 a 17 anos e 18 a 24 anos em todas as emissoras abertas. Em alguns depoimentos apresentados na reportagem, aparecem nas falas: ‘veículos que não falam para os jovens’, ‘tudo tem cara de coisa velha’ e ‘alguns programas cheiram a mofo’. A televisão, que em alguns casos ainda busca alcançar esse público mais jovem sem muito sucesso, é a preferência de pessoas de 50 anos ou mais.

2 Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/09/12/por-que-o-publico-jovem-nao-esta-dando-audiencia-para-os-canais-abertos-102003.php>. Acesso em: 10/10/2018.

E o que caracteriza os novos letramentos, a exemplo do uso das mídias, pode explicar em parte o sucesso da internet entre os jovens. Os multiletramentos são colaborativos e interativos; transgressores das relações de poder e de propriedade e híbridos (ROJO e MOURA, 2012, p.25). Enquanto a mídia tradicional sempre trabalhou na perspectiva de uma distribuição linear de conteúdo, a internet ‘quebra’ essa lógica derrubando os muros que separam o indivíduo dos mais variados conteúdos.

Estamos numa sociedade ligeira como bem define (LIPOVETSKY, 2016) ao falar da rapidez com que as informações são consumidas pela sociedade atualmente. Em 2017, dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil confirmaram hábitos de jovens brasileiros na Internet. Ver filmes ou vídeos *online* aumentou consideravelmente no Brasil. O índice passou de 49% para 71% entre 2012 e 2017³. As informações são da Pesquisa TIC Domicílios, mais importante levantamento sobre internet e tecnologias da informação e comunicação do Brasil, produzida pelo Centro de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br).

Essas são reflexões que baseiam o presente estudo que tem como objetivo a análise das produções de vídeo como estratégia de educomunicação no protagonismo e construção de identidade de jovens no ensino técnico profissionalizante. Para além da introdução, o artigo é composto por conceitos de educomunicação, identidades e representatividade, elaboração de oficinas e ações de correção no encaminhamento das ações previstas nas propostas.

Identidades e representatividade

Jovens buscam representar e ser representados e para explicar essa necessidade, Kellner (2011, p.295) fala sobre a identidade, na modernidade, que se torna cada vez mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Na pós-modernidade, Hall (2005, p.13) diz que a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’, formada e transformada continuamente em relação às

3 Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>. Acesso em 10/10/2018.

formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Os jovens da EFAL, escola escolhida para a realização desse trabalho, pouco se enxergavam nos veículos tradicionais de comunicação a exemplo da televisão. Um dos únicos momentos em que a escola ocupou espaço de pauta na mídia local foi por conta de um assalto no dia 23 de maio de 2018. A direção da instituição e os alunos foram procurados por todas as emissoras de TV, rádios e os mais diversos sites e blogs de notícias da capital, Aracaju. Fato a ser registrado é que nenhuma emissora foi até à EFAL, que fica a quilômetros apurar as informações. Reproduções de fotos e vídeos dos alunos circularam como única fonte de informação sobre o ocorrido.

Falta muitas vezes aos noticiários um olhar mais aprofundado sobre as pautas da área da educação que normalmente ficam na apuração ‘rasa’ da notícia. É uma editoria pouco especializada e invariavelmente perde espaço para o chamado ‘factual’ do dia a dia.

Em recente pesquisa encomendada pela Associação de Jornalistas de Educação (JEDUCA, 2018), constatou-se que 80% dos brasileiros têm interesse em matérias de Educação⁴. A pesquisa foi encomendada ao Instituto Datafolha e foi realizada entre os dias 12 e 16 de junho de 2018 em 129 municípios de todas as regiões do país. Ao todo foram ouvidas 2.084 pessoas acima de 16 anos e de todas as classes sociais. Na pesquisa, apenas 4% dos entrevistados disseram ter pouco interesse no tema Educação. O resultado foi apresentado durante o 2º Congresso Internacional de Jornalismo de Educação, realizado em São Paulo nos dias 6 e 7 de agosto deste ano.

Um dado que chamou a atenção é relativo às fontes de informação mais acessadas quando o assunto é Educação: a TV aberta ainda é um caminho para a maioria dos entrevistados, mas a grande novidade são as redes sociais ocupando um segundo lugar deixando o rádio em terceira colocação, quando se quer saber sobre reportagens na área. Mas se a educação aparece pouco, os

4 Disponível em: <http://jeduca.org.br/texto/jeduca-divulga-pesquisa-inedita-sobre-jornalismo-de-educacao>. Acesso em: 10/10/2018

estudantes, personagens desses espaços, também não têm assuntos de seu interesse discutidos nos meios de circulação de notícias.

Esse trabalho teve como lócus a Escola Família Agrícola Ladeiras (EFAL), localizada no município de Japoatã, em Sergipe, que oferece o ensino técnico profissional como foco de suas ações, com a agropecuária integrada ao ensino médio, estruturada na pedagogia da alternância. Este modelo de ensino consiste na relação teoria/prática como fundamento para a formação profissional, como consta no Projeto Político Pedagógico (PPP, 2009, p. 11), a EFAL afirma que este modelo pedagógico tem sua concepção originária “[...] na França e adaptado aqui no Brasil a nossa realidade”. Desta forma, o aluno fica 15 dias desenvolvendo atividades escolares e técnicas, residindo na própria escola e 15 dias em sua residência familiar, colocando em prática as técnicas e aprendizagens desenvolvidas na escola durante o período letivo.

A escola conta com 2 salas de aula, 1 laboratório de informática, 1 direção, 2 dormitórios (masculino e feminino), 2 banheiros e 1 cozinha. Para o desenvolvimento das técnicas agropecuárias, a escola conta com 1 horta, 1 estábulo, 1 chafurda, 1 estufa, 1 local para práticas de apicultura, 1 galinheiro e 1 casa de ferramentas. As poses materiais, animais e sustento das plantações são adquiridos por meio de doações da população local e dos alunos que levam o próprio material de casa.

Dentre as propostas do Núcleo de Ciência, Tecnologia e Inovação na Educação Básica (NCT&I EB)⁵ estão oficinas de Criatividade, Alfabetização Informacional e Literacia Cinematográfica. As atividades são relacionadas, interligadas e têm como proposta maior as possibilidades dos multiletramentos e as práticas de Educação. As oficinas foram desenvolvidas entre fevereiro de 2017 a agosto de 2018 com 34 alunos dos 14 aos 23 anos, do 2º e 3º ano do ensino profissionalizante da EFAL. Eles cumprem período de 15 dias em casa e 15 dias

5 O núcleo é fruto do edital nº 05/2014 da FAPITEC/SE e após dois anos de financiamento foi institucionalizado pelo Programa de Pós-Graduação em Educação (PPED) da Universidade Tiradentes como Núcleo de Criatividade e Inovação.

na escola para a aplicação dos conteúdos adquiridos em sala de aula de acordo com alternância prevista no modelo pedagógico.

Planejamento das oficinas

A EFAL conta com laboratório de informática, com um professor na área, oito computadores com sistema operacional e software de caráter livre, Linux, sem exigência de licenciamento e pagamento. A medida é adotada em todas as escolas públicas do estado de Sergipe. A internet, que apresenta um bom sinal, é paga pela associação que mantém a escola, são noventa reais por mês para uma internet usada por alunos e professores. Observou-se que não há práticas de outras disciplinas no espaço do laboratório e apenas o professor de informática frequenta o local com os alunos para as atividades da disciplina.



Figura 1- Imagem do pátio da EFAL - Fonte: Registro e documentação dos autores

A proposta foi a de desenvolver oficina de letramento multimidiático, dividida em três módulos desenvolvidos ao longo de dois anos com dez encontros presenciais e outros encontros a distância, a depender da necessidade de ajustes e discussões. A definição dos conteúdos a serem trabalhados na oficina é baseada nas competências de letramento multimidiático definidas pela Unesco (WILSON et al, 2013).

Seria usada uma plataforma a ser escolhida pelos estudantes para um ‘ponto de encontro’ nas discussões entre os espaços das oficinas presenciais. Poderia ser um grupo no *Facebook* ou no *Whatsapp* desde que fosse uma escolha feita por eles.

No primeiro módulo, a proposta inicial foi a oferta da oficina de mídias com práticas de leitura crítica de meios e produção de vídeos com base no currículo proposto pela EFAL. No primeiro encontro, houve a participação de alguns poucos professores, mas ao longo das atividades, eles foram se distanciando inclusive se ausentando da sala. Trabalhamos tendo como objetivo a discussão da leitura crítica de meios e o papel das mídias na representatividade dos sujeitos e na garantia de acesso a trabalho e cidadania. Foram discutidos e debatidos os conceitos de cada um desses temas.

Foram usados exemplos de reportagem ou cenas de novelas, com diferenças entre modelos cooperativos e alternativos de comunicação, a importância da liberdade de imprensa e, principalmente, a relação da mídia com os sujeitos da atualidade, que não apenas consomem mídia, mas criam, produzem e buscam se enxergar nela.

O planejamento das atividades foi feito para atender ao perfil de um ensino abrigado na Pedagogia da Alternância, portanto com ações que pudessem ser feitas pelos alunos no contraturno do período letivo, a cada 15 dias.

Nossa primeira ‘lição de casa’ foi o desafio de cada um deles selecionar, com base nas discussões feitas, um produto midiático de livre escolha: clipe musical, cena de novela, reportagem de telejornal, reportagem impressa ou da internet, história em quadrinhos, peça publicitária, etc. Ao final da oficina, decidiram por maioria criar um grupo no *Whatsapp* para que pudessemos nos comunicar. Nos 15 dias que se sucederam, os alunos usaram muito pouco o canal de comunicação. Poucos ‘bons dias’ e quase nenhuma interação. Na volta, dos 34 alunos, pouco mais da metade tinha feito a atividade. Alguns relataram que não foi feita a atividade por falta de internet em casa. Debatemos alguns produtos midiáticos e reorganizamos a oficina para o próximo encontro. Era preciso estimular os alunos para participação nas atividades e pensar numa solução que não dependesse de internet quando eles fossem para casa já que quase

nenhum deles tinha pacote de internet também no celular, restando apenas o sinal de internet da EFAL.

Ainda no primeiro módulo, partimos para técnicas de roteirização e noções de edição de vídeo. Reduzimos o tempo de fala em sala e apresentamos modelos de roteiro, sua importância para edição e montagem de um produto midiático. A turma teve contato com diferentes modelos de roteiro: de reportagem de telejornal, de cinema, de novela e de rádio. O encontro foi baseado na análise dos elementos que compõem esses roteiros e na importância desses produtos na montagem e edição de produtos midiáticos.

Atividade do dia foi, com a turma organizada em grupo, a produção de um roteiro para um produto audiovisual que considerasse um conteúdo trabalhado em sala de aula ao longo do curso. Este roteiro serviu de base para a produção dos vídeos no segundo módulo e o fato de eles serem comunicados sobre ‘colocar a mão na massa’ no encontro seguinte mudou a interação virtual. A participação foi mais efetiva neste momento por deixarmos o desenvolvimento da atividade ocorrer de forma livre, onde os alunos criariam seus próprios temas e abordariam suas propostas na construção dos roteiros e dos produtos.

Os roteiros feitos pelos alunos foram enviados pelo grupo e analisados sob o ponto de vista do recorte da produção que eles executaram a exemplo do tema geral, temas específicos, sugestão de local de gravação, entrevistados e material necessário para o trabalho. Todos os grupos enviaram o material e receberam as correções necessárias. Decidiram sobre temas como: história da EFAL, o dia-a-dia da escola, conserto do Tobhata (equipamento de arar terra), atividades esportivas da EFAL, como fazer pó dental e alimentação saudável.

O segundo módulo foi para a produção e gravação dos vídeos. O encontro serviu para a descrição de técnicas de gravação. No encontro foram apresentados detalhes técnicos de como trabalhar captação de áudio, luz e enquadramento para a gravação áudios, vídeos ou fotografia. Nesse momento surgiu a dificuldade de usar o laboratório de informática por conta da falta de conexão com internet. Sendo assim, a alternativa foi o uso dos celulares para continuar com o desenvolvimento das atividades.

O desafio para este momento foi a realização de pesquisa sobre o tema selecionado para a produção dos vídeos e seus respectivos grupos obedecendo aos critérios de aprofundamento da discussão sobre a temática selecionada com citação das fontes. A pesquisa escolar em sites foi feita durante o encontro, com o uso dos celulares. Com as noções de pesquisa na oficina de Alfabetização Informacional que antecede a de mídias, os participantes já sabiam sobre sites, blogs e critérios para uma pesquisa científica e qualificada. Essa competência adquirida anteriormente facilita os processos implantados depois

No encontro seguinte a atividade foi a produção dos vídeos dentro do espaço da escola. Os alunos saíram em grupos para a escolha de um local na escola onde pudesse ser feito o vídeo que teria no máximo dois minutos. Era a hora de usar os celulares, experimentar e testar o que se viu até então na oficina. Os alunos trabalharam em grupos e decidiram as tarefas de cada um. Acompanhamos as gravações orientando em relação à luz, enquadramento e áudio. Refazer também era atividade importante para se chegar ao melhor resultado. Para o próximo encontro, deixamos o desafio para que eles executassem a decupagem e arquivar de forma organizada nos computadores da escola todo o material que foi gravado.

No próximo encontro, era o planejamento de editar os vídeos que foram salvos nos computadores da escola. No grupo, houve a solicitação à direção da escola para a instalação do *software* de edição de vídeo gratuito *MovieMaker* para a finalização dos trabalhos, uma vez que o programa era incompatível com o sistema operacional usado no laboratório, o Linux. Esse sistema é usado em todas as escolas estaduais em Sergipe.



Figura 2- Edição de vídeos no laboratório - Fonte: Arquivos da autora.

A edição dos vídeos foi feita no laboratório da escola. Não houve tempo para terminar as atividades por conta da demora nos computadores cujo sistema estava lento demais nesse dia.

No intervalo dos encontros, um grupo de 7 alunos acabou sugerindo a criação de um espaço para o compartilhamento desses conteúdos em vídeo. Foi uma postura, uma decisão conforme explica Soares (1998) quando um sujeito, pelas práticas da Educomunicação, pode sentir atraído a se posicionar politicamente ante ela mesma, diante os colegas e isso se dá no momento em que ela enuncia sua opinião, se posiciona a respeito do que está sendo abordado na roda de discussão, pois é nesse espaço que ela tem a liberdade de falar o que pensa e o educador deve considerar o posicionamento e a questão em conta.

Pela primeira vez nas oficinas, os participantes relataram uma necessidade de se falar sobre a escola, tornar a EFAL conhecida na comunidade. Num encontro seguinte, abrimos um debate para conhecer a ideia e de que forma os alunos gostariam que isso fosse feito. A proposta deles era fazer com que os colegas de outras escolas, os pares pudessem saber mais dos cursos, das atividades e do perfil dos estudantes. Segundo relatos, a instituição não gozava de ‘boa fama’ na comunidade pelo fato de os outros jovens saberem pouco ou quase nada sobre o seu perfil. A percepção sobre a escola já tinha sido mostrada na escolha de alguns vídeos produzidos nas primeiras oficinas, mas sem que houvesse a intencionalidade explícita de construir uma identidade para os jovens com o espaço escolar.

Mais uma vez, o planejamento foi realinhado para atender às necessidades dos participantes do projeto. O terceiro e último módulo teve início com as mudanças sugeridas pelos alunos. Durante a alternância dos 15 dias, os grupos debateram e chegaram à conclusão que a criação de um canal no *YouTube* poderia atender o que eles imaginavam para o compartilhamento dos vídeos e divulgação da escola. Um grupo se responsabilizou a administrar o canal, uma espécie de coordenação. Dos mais de 30 alunos, 12 se ofereceram para a tarefa. Também ficou decidido que a periodicidade dos vídeos fossem semanal.

Criação do canal no Youtube

O canal foi criado com o nome de EFAL no dia 22 de maio de 2017. Foram postados 23 vídeos, entre os dias 02 de maio de 2017 a 02 de setembro de 2018. A descrição dos vídeos no canal e os títulos eram criados conforme escolha dos próprios alunos. No final de setembro foram contabilizadas 7.844 visualizações no total de todos os vídeos.

Os vídeos publicados no canal, pela ordem foram: 'Apresentação do canal', 'História da EFAL (Como e por que foi fundada)', 'Rosinária entrevista Dona Chica', 'Cotidiano dos alunos na EFAL (Parte 1)', 'Armazenamento das acerolas', 'Festejos Juninos na EFAL', 'Concerto do Tobhata', 'Oficina de gamificação', 'EFAL & CEEPAP – INTERCÂMBIO', 'Workshop de Avaliação do Projeto', 'EFAL entrevista', 'Colheita de feijão na EFAL', 'Coleta de fungos na mata', 'O grito da floresta', 'AVISO!', 'EFAL: unidade produtiva', 'Alimentação saudável', 'UFS na EFAL', 'Animal Sente', 'Confraternização Serão Lúdico', 'Sem título', '1º Torneio de Vôlei', 'Conheça Nossa querida Efal: Escola Família'.

Análise e avaliação dos vídeos

O último encontro com a turma foi marcado para que todos pudessem avaliar os vídeos e a repercussão da iniciativa, bem como o retorno recebido pelos alunos. Fomos à escola com duas propostas: a primeira seria distribuir fichas com critérios para avaliação dos trabalhos e a segunda uma avaliação feita oralmente numa roda de conversa.

Decidimos pela avaliação oral, por conta do tempo. Apenas um professor participou da análise dos vídeos que teve que ser feita oralmente por conta do tempo. Foi solicitado que falassem sobre os produtos e eles foram elaborando pequenas análises: As avaliações foram separadas em duas categorias: comentários positivos e negativos como demonstra o quadro 1.

Quadro 1- Posicionamento da turma

Positivo	Negativo
Estamos falando melhor	Desorganizados na gravação
A vinheta nova ficou boa	Percebe-se que não fizeram roteiro
A áudio captado com fone ficou legal	Ambientes escuros
A gente sabe gravar andando	Melhorar as vinhetas
Melhorou o enquadramento	Pessoas que aparecem no vídeo e não falam nada
Com a edição os vídeos estão mais curtos e mais interessantes	Faltou o nome do povo
A gente aprendeu a usar a música certa	Letras que não dá pra entender
A gente fica mais à vontade agora pra gravar	Música muito alta'

A 'equipe' formada para comandar as atividades com a produção de vídeos, edição e compartilhamento no *Youtube* festejou as mensagens recebidas por alunos de outras escolas que viram o canal. Muitos estudantes que participaram das oficinas se surpreenderam com a repercussão porque segundo eles, haveria apenas interesse de comunidades de cidades próximas. Só nesse momento, eles perceberam as possibilidades de alcance da internet, o que pode parecer paradoxal, uma vez que eles estão em contato com conteúdos do mundo inteiro através da rede.

Considerações finais

Nosso objetivo com as oficinas era de contribuir para aquele espaço escolar com práticas ligadas ao uso cotidiano das mídias pelos adolescentes e jovens da EFAL. Mostrar aos sujeitos que eles poderiam criar uma identidade com a escola e a divulgar através dos meios de comunicação de massa. Assim, perceber que a teoria 'cansava' demais os estudantes deu um novo 'fôlego' à práticas educacionais.

A reação das turmas foi o sinal para que a cada módulo, novas experiências fossem feitas, a exemplo de intercalar teoria e prática. Não ter ficado claro entre direção, coordenação e alunos sobre a não-obrigatoriedade de se assistir

às oficinas foi um dos pontos de desgaste entre estudantes e oficinairos. As turmas, que foram ficando menores conforme as práticas se acentuavam, mostraram pequenos grupos dispostos a abraçar uma iniciativa. Assim formou-se uma equipe que continua com a divulgação das atividades da EFAL.

O arcabouço teórico nos possibilitou entender o quanto a construção da identidade é importante para diferentes perfis de sujeitos. Desta forma, com o uso das mídias e dos meios de comunicação, fomos capazes de agir com os alunos em suas atividades para a divulgação de suas práticas e do cotidiano da escola, formando assim, uma consciência no sujeito de pertencimento a um espaço e a uma realidade. O desejo de construir essa identidade é pertinente tanto para alunos, quanto para os professores e a comunidade local pois mostra que em diferentes realidade se desenvolvem práticas pedagógicas inclusivas e autônomas no processo de ensino e aprendizagem.

Em relação ao que foi proposto enquanto pesquisa, o trabalho cumpriu o objetivo de colaborar com a formação de sujeitos críticos que viraram agentes transformadores de sua própria realidade. Uma das constatações feitas é a de que uma pesquisa por mais planejada e organizada que se apresente, sofre alterações do meio e dos sujeitos analisados. Reordenar e realinhar os trabalhos pode muitas vezes parecer ao pesquisador um insucesso ou uma falta de capacidade de atingir o objetivo proposto inicialmente, mas pelo contrário, pode se revelar como algo positivo no caminho da investigação.

A aprendizagem não é linear como parece ou como sugerem alguns especialistas e nem alcança todos. Jovens aprendem e se interessam pelo que pode parecer a eles algo que faça sentido para suas vidas. Muitas vezes foi preciso 'ler' os sinais de desânimo e desinteresse para entender que o que se queria como pesquisa não era exatamente o que os sujeitos esperavam na prática.

Referências

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. *Tic Kids Online Brasil- 2017 crianças e adolescentes*. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 10. ed. DP&A, Rio de Janeiro, 2005.

JEDUCA. *Jeduca divulga pesquisa inédita sobre jornalismo de educação*. Disponível em: <http://jeduca.org.br/texto/jeduca-divulga-pesquisa-inedita-sobre-jornalismo-de-educacao>

Kellner, Douglas. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. Tradução de Rosemary Duarte. Libero, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. *Da Leveza: rumo a uma civilização sem peso*. Tradução de Idalina Lopes. Barueri: Manole, 2016.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *A comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

NATELINHA. *Por que o público jovem não está dando audiência para os canais abertos?* Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/09/12/por-que-o-publico-jovem-nao-esta-dando-audiencia-para-os-canais-abertos-102003.php>.

ROJO, Roxane e MOURA, Eduardo (Orgs.). *Multiletramentos na escola*. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

SAYAD, Alexandre Le Voci. *Idade mídia: a comunicação reinventada na escola*. São Paulo: Aleph, 2012.

SOARES, Ismar de Oliveira. *A comunicação e o ensino médio*. Folha de São Paulo, 21/12/1998. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/aeducunicacao/saibamais/textos/>

Sobre os autores

Rosângela Dória Lima - Graduada em Comunicação Social pela Universidade Tiradentes. Pós Graduação em Língua Portuguesa. Aluna do curso de mestrado em Educação e Comunicação no Programa de Pós Graduação em Educação- PPED/UNIT. Membro do Grupo de Estudos Comunicação, Educação e Sociedade CNPQ/UNIT- GECES. Email: rosangeladoria@gmail.com

Daniel Bramo Nascimento de Carvalho - Graduado em História. Aluno do do curso de mestrado em Educação e Comunicação no Programa de Pós Graduação em Educação- PPED/UNIT. Membro do Grupo de Estudos Comunicação, Educação e Sociedade CNPQ/UNIT- GECES. Email: historiadobramo@gmail.com

Ronaldo Nunes Linhares - Doutor em Ciências da Comunicação pela USP e pós doutor em Educação e Comunicação pela Universidade de Aveiro. Professor Titular I do Programa de Pós Graduação Strictu Sensu em Educação na Unit. Coordenador do Grupo de Estudo Comunicação, Educação e Sociedade CNPQ/UNIT- GECES- e do Simposio Internacional Educação e Comunicação. Professor da Rede pública do estado de Sergipe. Email: nuneslinhares.ronaldo@gmail.com