



A contribuição dos produtos e dos processos comunicativos na escola

Márcia Correa e Castro¹

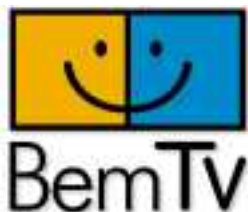
Todas as teorias que pautam a educação contemporânea apostam num modelo em que educandos constroem conhecimento a partir de relações mais igualitárias com os educadores, mas ainda é difícil traduzir essas idéias em práticas. Como estabelecer o diálogo numa sala de aula com cinquenta alunos? Como permitir que cada um avance em seu ritmo e garantir os índices esperados de aprovação? Como trabalhar a partir dos interesses dos educandos dando conta dos parâmetros curriculares? Essas são questões reais para o professor. Embora não seja a única resposta, a interface entre comunicação e educação oferece um caminho. Incorporá-la como metodologia pedagógica implica contemplar três linhas de ação: “educação *com* os meios”, “educação *para* os meios” e “educação *pelos* meios”. Cada uma delas pode ser desenvolvida isoladamente por um professor em sala de aula, ou de forma integrada na escola, permitindo, inclusive, ações multidisciplinares.

A “educação *com* os meios”, em parte conhecida pelos professores, prevê o uso de produtos de comunicação (jornais, vídeo, sites,² etc.) como ferramenta pedagógica, agregando dinamismo às atividades da sala de aula. Dificilmente encontraremos um professor que não acumule ao menos uma experiência de exibição de vídeo ou leitura de jornal junto com os alunos. Mas, justamente por tratar-se de uma modalidade amplamente disseminada, esse tipo de ação pode ser negligenciada. Um equívoco comum, por exemplo, é o uso do vídeo em substituição ao “professor que faltou” ou a exibição de audiovisuais muito longos numa sala de

¹ Coordenadora executiva da Bem Tv – Educação e Comunicação

² **Dica**

O programa Google Earth pode ser baixado na internet (www.baixaki.ig.com.br/download/Google-Earth). Ele permite a visualização de imagens produzidas por satélites constantemente atualizadas de praticamente todas as localidades do mundo. Pode ser uma excelente ferramenta para trabalhar conteúdos de geografia, história ou meio ambiente. Subsidia ainda estudos sobre a comunidade local, com a vantagem, nesse caso, de que os alunos vão adorar identificar seu próprio bairro nas imagens analisadas.



aula desconfortável (o ideal é usar materiais de até 20 minutos, que “deixam” tempo para atividades posteriores). O audiovisual, extremamente fugaz, tem enorme poder de mobilização, mas não se “basta” para transmitir dados (tente lembrar da primeira notícia do telejornal que você assistiu ontem). A chance de os alunos reterem as informações é muito pequena.

Para promover a “educação *com* os meios”, é importante ter clareza do que se está buscando. Fomentar uma discussão? Agregar mais informação ao trabalho? Relacionar um tema à realidade dos alunos? Tendo clareza dos objetivos e conhecendo as especificidades de cada linguagem, o professor elege a mídia que melhor responde a suas necessidades, bem como define a forma como ela será usada. Rádio e vídeo mobilizam, e podem ser ótimos pontos de partida para um debate, especialmente se associados a dinâmicas de discussão.³ O jornal faz a ponte entre o quadro negro e a realidade, mas deve ser trabalhado de forma que envolva os alunos,⁴ que, de modo geral, não têm o costume de ler periódicos. Uma aula no laboratório de informática precisa de uma preparação que auxilie os estudantes a pesquisar na rede e de um desdobramento que lhes permita sistematizar os dados recolhidos. Todos esses

³ Atividade 1

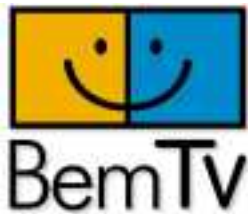
Objetivo: Direcionar e alimentar um debate após a exibição de um vídeo. Evidenciar para o educador o nível de informação do grupo sobre o tema abordado.

Disponha numa caixa de papelão alguns envelopes que contenham fotos, frases ou objetos que se relacionem com o tema do vídeo exibido e com a discussão que se pretende suscitar. Se o vídeo for sobre sexualidade, podem estar na caixa uma camisinha, a foto de uma adolescente grávida, etc. Na sala de aula coloque uma música para tocar e faça a caixa passar de mão em mão. Quando a música pára, quem tem a caixa na mão deve retirar um envelope, ver o que tem dentro e comentar. O número de envelopes (não mais que dez) varia conforme o tamanho do grupo. Procure adornar a caixa de acordo com as referências estéticas do grupo.

⁴ Atividade 2 e 3

Objetivo: Uso do jornal para dar concretude a conteúdos de matemática.

2) Propor a interpretação de gráficos publicados no caderno de economia. Ex.: gráfico demonstrando a diferença da oferta de trabalho para homens e mulheres nos últimos dez anos. Indagar: quando a diferença foi maior, quando foi menor? A diferença está aumentando ou diminuindo ao longo do tempo? A velocidade em que essa diferença aumenta (ou diminui) cresce ao longo do tempo? **3)** Uso de anúncios (de eletrodomésticos, celulares) para calcular a diferença entre pagamento à vista e a crédito e o valor (absoluto e ou percentual) dos juros. Após as atividades é recomendável discutir as impressões dos alunos, o que provocará reflexão.



exemplos apontam a necessidade prévia de o professor pesquisar a mídia com a qual vai trabalhar e planejar minuciosamente as atividades que a ela serão associadas.

A chamada “educação *para* os meios” – assim como a “educação *com* os meios”, conhecida dos profissionais da educação – consiste em levar para a escola a reflexão sobre os processos e os conteúdos da mídia, buscando formar espectadores mais críticos.⁵ Ao revelar os mecanismos da edição de áudio, por exemplo, é possível capacitar o indivíduo a identificar no noticiário da rádio a manipulação de uma entrevista. Trechos de depoimentos dos entrevistados podem ser suprimidos ou ordenados de forma a compor uma “fala” que atenda aos interesses do autor da reportagem, ou da empresa para a qual ele trabalha. Esse novo espectador sai do lugar passivo de quem apenas recebe a informação e passa a utilizar as mensagens a favor de seu crescimento.

Nesse tipo de atividade, no entanto, o professor precisa estar atento. Seu objetivo não deve ser “convencer” seus alunos de sua própria interpretação do texto midiático. Todos nós atribuímos, a partir de nossa bagagem pessoal, sentidos aos discursos que nos são dirigidos. O importante é que o educando se dê conta disso, considerando que também o autor do texto em análise está vinculado a um contexto específico. Comparar a mesma notícia publicada em jornais de perfis diferentes é uma forma de fazer isso. Pedir aos alunos que reescrevam uma notícia (sobre escolas públicas, ou sobre a vida em comunidades de baixa renda) agregando o que eles próprios sabem sobre o assunto é outra possibilidade. “Educar para a mídia” é, em

⁵ **Atividade 4**

Objetivo: promover a análise crítica da mídia.

Grave comerciais de TV. Exiba na sala de aula e analise com os estudantes a forma como são retratados negros, mulheres, crianças, jovens, etc. É importante não apresentar mais de dez minutos de material e escolher previamente o que será gravado. O mesmo pode ser feito com anúncios publicados em jornais e revistas. Nesse caso peça aos estudantes para pesquisarem em casa. Na aula organize um mural e analise as imagens e os textos com os estudantes.

Atividade 5

Objetivo: Análise crítica da mídia.

Divida a turma em grupos. Cada um deve receber quatro primeiras páginas de jornais diferentes recortadas por elemento (cabeçalho, manchetes, fotos, textos, gráficos, etc.). A tarefa é montar os quatro quebra-cabeças a partir dos recortes misturados. Ao final eles devem identificar as diferenças entre os veículos e analisar os motivos dessas diferenças (públicos a que se destinam, preço, peso político, tiragem, etc.).



última instância, relativizar, e para isso o professor deve, ele próprio, se libertar de suas verdades e se abrir para interpretações que certamente emergirão dos educandos.

Uma terceira alternativa, mais audaciosa, a “educação *pelos* meios”, implica na produção de material midiático com as crianças e os adolescentes num processo colaborativo. Para publicar uma matéria no jornal da escola, o estudante terá de pesquisar o tema, sistematizar as informações coletadas, analisá-las e articular uma argumentação que sustente suas conclusões. Depois, traduzi-la para uma linguagem que alcance o público. As etapas aqui enumeradas permitem o desenvolvimento de uma série de competências (análise e síntese, expressão oral e escrita, argumentação), além de viabilizar ao educando a apropriação dos conteúdos trabalhados.⁶

Essa modalidade requer do professor um conhecimento prévio sobre o processo de produção associado a cada linguagem. (Calma! Ninguém precisa se tornar profissional de comunicação, apenas saber o básico.) De modo geral, há um primeiro momento de escolha do tema – chamado de pauta no jornal e na rádio, de argumento no vídeo –, uma segunda etapa de preparação – marcação de entrevistas, preparação de cenários, pesquisa de dados –, seguida da produção propriamente dita – gravação de imagem ou som, produção de textos, elaboração do site –, chegando à veiculação do produto, o que, por sua vez, re-significa todo o processo. Se o estudante redige um texto que será lido por toda a escola – pelos professores, pelos amigos, pelos pais dos amigos –, sua motivação será completamente diferente de quando o destino da redação for apenas a avaliação do professor (por maior que seja o medo da nota baixa).

Tanto a “educação *para* os meios” quanto a “educação *com* os meios” têm como perspectiva a mídia enquanto um *produto*: um elemento que se agrega ao plano de aula. Já a “educação *pelos* meios” pressupõe a mídia como um *processo*, isto é, não apenas como um elemento, mas como a própria metodologia da aula. Uma metodologia utilizada para a

⁶ “A vida inteira me falaram para eu não jogar lixo no chão. Na escola, em casa... Eu só consegui mudar isso quando tive que fazer um vídeo sobre esse assunto. Quando tive que convencer aos outros, eu mesma, de que jogar o papel no chão era errado.” Ana Paula da Silva, aos 18 anos, após participar de uma oficina de vídeo promovida pela Bem TV, em 1999.



aprendizagem em si. Se a idéia é fazer com os alunos um sítio na internet, à medida que as informações são descobertas, o conhecimento é construído pelos estudantes, de forma autônoma a partir de seu protagonismo. O professor atua ora como um facilitador (indicando fontes de pesquisa, revisando os textos), ora como um provocador (questionando os discursos produzidos, fazendo perguntas que na matéria permaneceram sem resposta). A exposição do conteúdo é na verdade o resultado do trabalho, e não a introdução, como ocorre quando o professor apenas “transmite” o conhecimento. E nada impede que o produto veiculado volte à sala de aula para uma avaliação coletiva, ou numa perspectiva de educação com ou para os meios. O jornal, o vídeo ou o site da escola, como qualquer outro, pode ser alvo de leitura crítica até mesmo pelos alunos que não participaram de sua produção.⁷

Não há uma hierarquia entre as duas propostas, até porque elas se relacionam metodologicamente. Para usar a mídia como produto pode ser necessário desenvolver uma atividade que remeta ao processo: um grupo de alunos pode fotografar um tema (processo) como forma de se preparar para assistir a um filme (produto). De outro lado, a leitura crítica de jornais (produto) pode anteceder a produção de um impresso escolar (processo). A educação pelos meios (processo), no entanto, costuma encontrar resistência por alterar o paradigma em que ainda se baseia o sistema educacional brasileiro, no qual o bom aluno é aquele que permanece em silêncio, ouvindo o que diz o professor, agindo como um bom “cofrinho”, que facilita o depósito das informações pelo “mestre”. Ora, “alunos-cofrinho” não produzem programas de rádio.⁸ A sala de aula onde se produz reportagens, vídeos, etc. dificilmente será silenciosa, e isso assusta o educador que teme perder o controle da turma. A idéia, no entanto, é justamente não resistir, e aderir ao processo – talvez barulhento, mas sempre estimulante –, depositando nos alunos não informações, mas a confiança de que eles serão capazes de produzir.⁹

⁷ Fala da diretora do Maria Ângela

⁸ Dica: no site do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (www.usp.br/nce) há dicas passo a passo para montar uma rádio na escola.

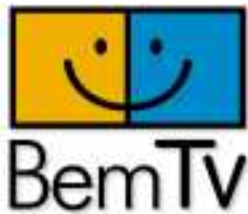
⁹ “Quando chegou a Copa do Mundo, eu resolvi fazer um mural sobre esse assunto acreditando que os alunos iam adorar, porque só falavam nisso na época. Minha idéia era trabalhar os textos depois na sala.



Desenvolver mídia na escola também favorece a horizontalização das relações entre professores e alunos e, no aprofundamento das ações, entre alunos, professores e direção. O “fazer” comunicação materializa oportunidades para que isso aconteça, uma vez que demanda não apenas o domínio do conteúdo (que o professor tem), mas também da técnica, muitas vezes dominada pelo aluno. Na hora de fazer um blog, de diagramar um jornal ou de operar uma mesa de som, o professor pode acionar a colaboração dos estudantes e aprender com eles, estabelecendo uma efetiva relação de troca e dela tirando proveito. Os estudantes também serão fonte de informações sobre o público da escola – onde os alunos são maioria – ou da comunidade. O resultado mais provável do reconhecimento desse saber específico do educando é a promoção da auto-estima das crianças e dos jovens e seu maior comprometimento com a própria educação.

Também costuma causar incômodo o uso da mídia escolar como veículo de expressão do descontentamento dos estudantes. Empoderados como “editores de jornal”, “produtores de vídeo” e “programadores de rádio”, eles tendem a usar esse espaço, num momento inicial, para denunciar o que os desagrada. E, quanto maior for a falta de vivência em ações de protagonismo, maiores as chances de enfrentamento. No site de relacionamentos Orkut existem mais de mil comunidades com mensagens como “Eu odeio a minha escola”. Estão expressos ali sentimentos que devem ser considerados, discutidos, mas a reação mais comum é a censura. Em vez de refletir sobre ética com os estudantes, as escolas tendem a proibir o acesso ao MSN e ao Orkut em seus laboratórios de informática e a reivindicar a revisão prévia de qualquer coisa que os alunos desejem disseminar. No caso da mídia escolar, a revisão pode ser substituída pela avaliação participativa, que contribui para comprometer os educandos com o ambiente de aprendizagem. Os conflitos também podem aparecer entre os próprios alunos, já que toda ação coletiva (como é o caso da produção de mídia) estabelece laços de

Juntei notícias que colhi em jornais e passei uma tarde inteira montando o mural. Fiquei arrasada quando me dei conta de que ninguém leu, ninguém deu bola. Na minha segunda experiência, usei textos produzidos pelos alunos e fotos também. Fizemos uma excursão ao Jardim Botânico e eles fotografaram o que acharam interessante. Esse segundo mural foi um sucesso. Quando eles participaram do processo, então alcancei os resultados que eu perseguia.” Gerusa Cunha Coelho – professora de história do C. E. Fernando Magalhães



interdependência e de colaboração, e a proximidade evidencia as divergências existentes. O interesse pela conclusão do produto, no entanto, acaba por guiar o grupo a soluções consensuais.

Enfrentando a última e possivelmente a mais contundente das resistências, vale ressaltar que o uso da mídia como *processo* e não como *produto* não está necessariamente condicionado ao acesso à tecnologia, por mais contraditório que isso possa parecer. Obviamente, a possibilidade de usar câmeras de vídeo e de fotografia e a existência de um laboratório de informática conectado agregam valor significativo ao tipo de experiência que aqui estamos propondo; entretanto, os processos são muito mais dependentes de uma metodologia específica do que de equipamentos. Se não é possível gravar o comercial elaborado pelos alunos para a semana do meio ambiente,¹⁰ deixe que eles apresentem o que criaram por trás de uma moldura de papel pardo em forma de televisão, estendida à frente da sala ou do auditório. Se a escola não tem equipamento de rádio, os estudantes podem, na hora do recreio, ler ao microfone o roteiro que escreveram. Se não dá para fazer o jornal, opte pelo fanzine,¹¹ que você pode fotocopiar ou até mimeografar. (Isso mesmo, ressuscite o mimeógrafo!)

“Quem não se comunica se trumbica”, já dizia Aberlardo Barbosa, o “velho guerreiro” Chacrinha. Num tempo em que a televisão só tinha como ser unidirecional, ele já buscava a interação com a platéia. Na escola, a comunicação não pode nem deve ser o único elemento de transformação, mas sem ela não acontece a mudança de paradigma de que falaram Paulo

¹⁰ **Atividade 6**

Objetivo: sintetizar conclusões sobre determinado conteúdo

Depois de envolver a turma numa discussão (use como ponto de partida a exibição de um vídeo, uma música ou a leitura de textos de jornal), proponha a produção de um “comercial” de 30 segundos, por meio do qual eles deverão transmitir ao espectador a principal conclusão sobre o tema. O trabalho deve ser desenvolvido em grupos de até quatro pessoas. Numa aula, eles elaboram o roteiro. Na outra, gravam em vídeo a idéia formulada. Estimule-os a trazer para a gravação figurinos, elementos cênicos. Filme na ordem em que as imagens devem aparecer no roteiro para não precisar editar. Exiba os comerciais e analise com eles os resultados, focando sobretudo as diferentes visões suscitadas pela discussão inicial.

¹¹ **Dica**

O sítio eletrônico da agência de notícias Uga Uga de Manaus (AM) disponibiliza o *Manual do Fanzine* em arquivo PDF para download. O endereço é www.agenciaugauga.org.br. Clique em “publicações” e a seguir em *Manual do Fanzine*.



Freire, Celestin Freinet e Anísio Teixeira e pela qual messianicamente esperamos há tanto tempo.