



## A PRÁTICA DA EDUCOMUNICAÇÃO NA FUNDAÇÃO CASA GRANDE

**Socorro Acioli**

Universidade Federal do Ceará

**Resumo:** No início dos anos 90, em Nova Olinda, uma cidade de onze mil habitantes do interior do Ceará, surgia um projeto inovador, que começava a fazer com que crianças da cidade trocassem a enxada pelo microfone de uma velha amplificadora chamada “A voz da Liberdade”. No final dos anos 90, o resultado de uma pesquisa feita pela ECA/USP com base no banco de dados do Diretório Latino-americano de Pesquisadores e Especialistas em Comunicação e Educação comprova a existência de um novo campo interdisciplinar de estudos e intervenção social unindo educação e comunicação, chamado de educomunicação. Juntaremos as duas pontas dessa década e, sob a luz dos postulados definidos pela pesquisa, descreveremos porque a Casa Grande pode ser definida como um projeto de educomunicação original no Brasil.

**Palavras-chave:** Educomunicação; cidadania; identidade.

A Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri, foi inaugurada dia 19 de dezembro de 1992. A idéia inicial de seus diretores, os músicos Alembert Quindins e Rosiane Limaverde, limitava-se à criação e manutenção de um acervo sobre as lendas, mitos e registros arqueológicos da tribo kariús-kariris que habitou a região.

O casal reformou a primeira casa da cidade de Nova Olinda, que estava em adiantado processo de destruição e abandono e inaugurou o memorial para tornar público o fruto de dez anos de pesquisa sobre a região. Entre o acervo, cacos de panela e utensílios indígenas achados nas escavações, fotos dos sítios arqueológicos com pinturas rupestres, além de fotos e descrições dos lugares mitológicos, cenários das lendas da região do Cariri.

As crianças chegaram atraídas pela novidade. A casa velha, mal assombrada, estava novamente de pé e recebendo visitantes. Uns começaram como recepcionistas do Museu, depois reativaram uma velha amplificadora chamada “A Voz da Liberdade”. Sentindo-se estimulados, começaram a demonstrar os seus sonhos de manusear uma câmera de televisão, fazer revistas em quadrinhos, e passo a passo tudo foi se tornando realidade. A Fundação Casa



Grande – Memorial do Homem Kariri ganhou mais um sobrenome: Escola de Comunicação para a Meninada do Sertão.

Ao mesmo tempo, outras iniciativas de propósito semelhante – o uso da comunicação para a educação - surgiam em diversos países do mundo, como pode ser comprovado nos relatos do livro “A criança e a Mídia”, editado pela Unesco.

Tal constatação foi a motivação para uma pesquisa do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

A pesquisa foi feita entre 1997 e 1998, com o apoio de pesquisadores da UNIFACS, da Bahia, a partir de questionários enviados aos profissionais de arte, educação e comunicação, com base no banco de dados do *Diretório Latino-americano de Pesquisadores e Especialistas em Comunicação e Educação*, além de um conjunto de informações obtidas em encontros promovidos pelo NCE.

Os pesquisadores da USP, ao analisar as respostas dos questionários, puderam notar que, para os entrevistados, é evidente que duas áreas - educação e comunicação - se buscam e se completam pelas necessidades convergentes de cada uma.

A conclusão da texto final da pesquisa diz que:

*"formou-se conquistou autonomia e encontra-se em franco processo de consolidação um novo campo de intervenção social a que denominamos de Inter-relação Comunicação/Educação. (...) Confirma-se, finalmente, como possíveis materializações, quatro áreas concretas de intervenção social: (...) educação para a comunicação, mediação tecnológica na educação, gestão comunicativa e reflexão epistemológica". (SOARES, 1999, p.4)*

As resultados da pesquisa apontam para uma divisão do campo da educomunicação em subáreas específicas de atuação Trabalharei nesse texto com as áreas mais evidentes, que são a ***educação para a comunicação, uso das tecnologias educacionais***, e da ***gestão de processos comunicacionais***.

A partir da conceituação dessas quatro áreas como identificadores de um ecossistema comunicativo, farei um cruzamento de informações com dados da Fundação Casa Grande para responder ao problema principal do trabalho: verificar de que forma a sua intervenção junto ao grupo de crianças atendidas de Nova Olinda contemplam os principais postulados do campo da educomunicação.



As informações sobre o projeto da Fundação Casa Grande são fruto de meu trabalho junto às crianças e adolescentes do projeto. Desde agosto de 1999, envolvi-me como professora voluntária da Fundação, ministrando oficinas de rádio, vídeo e principalmente editoração, onde colaborei com a estruturação da Casa Grande Editora. Sou, portanto, pesquisadora e parte envolvida no processo. Usando as palavras de Paulo Freire, há tempos já deixei de ser “presença” para ser “convivência” entre eles, o que me ajuda a conhecer melhor as especificidades do trabalho e seus efeitos, principalmente os que não podem ser quantificados.

É importante relembrar o conceito de educomunicação segundo Ismar Soares, que pode ser definido como *toda ação comunicativa no espaço educativo, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos*. (SOARES, 1999. p.9)

**O primeiro campo abordado pela pesquisa** é o da educação para a comunicação. Na prática, significa dar às crianças e adolescentes a capacidade de analisar criticamente os conteúdos dos meios de comunicação de massa e o consumo dos produtos desses meios, antes de decidir se aceitam ou não consumir aquele produto ou informação. O texto da pesquisa define assim o primeiro campo:

*"Primeiro postulado: A área da educação para a comunicação, constituída pelas reflexões em torno da relação entre os pólos vivos do processo de comunicação, assim como, no campo pedagógico, pelos programas de formação de receptores autônomos e críticos frente aos meios (Educação para a Comunicação, "Media Education" ou "Media Literacy"). Existem distintas vertentes na área da educação para a comunicação, o que compreende desde posturas defensivas, de cunho moralista, até projetos que se caracterizam por implementar procedimentos voltados para a apropriação dos meios e das linguagens da comunicação por parte das crianças e jovens. Verifica-se, por outro lado, uma crescente tendência de se buscar sustentação teórica para tais programas nos resultados dos chamados "estudos de recepção". Nesse sentido, ainda que o destino dos estudos das audiências não seja principalmente o uso pedagógico, os educadores o tomam como parte integrante de seu acervo de dados e informações."*

A educação para a comunicação é um dos pontos mais fortes da Fundação Casa Grande. Isso pode ser constatado com uma simples conversa sobre o que eles assistem na televisão ou o que gostam de ouvir. Eles não apreciam os famosos apresentadores da televisão brasileira, não vêm diversão nos programas dominicais, não acompanham novelas das redes de televisão nacionais como Globo e SBT e nem seguem as ondas de gêneros musicais como



“funk”, pagode e axé music. Porém, já foram entrevistados para a Globo em programas de grande repercussão nacional com o "Brasil Legal", de Regina Casé, em 1998 e o "Caldeirão do Huck", do apresentador Luciano Huck, no ano de 2001. Convivem muito bem com isso, sabendo entender o que é a divulgação do trabalho.

Antes da chegada da antena parabólica, pouco se via televisão na Fundação Casa Grande. O monitor de TV era usado apenas na edição dos próprios vídeos. Com a doação da antena, eles passaram a assistir documentários e programas de música e arte, principalmente no canal Futura, o preferido dos meninos da Casa Grande.

Em geral, os adolescentes de Nova Olinda que não fazem parte do projeto, estranham um pouco as posturas dos meninos. Até certo ponto, isso gera uma espécie de “apartheid”, já que os meninos da Casa Grande não compartilham do mesmo tipo de lazer que seus colegas de escola. Mas, ao mesmo tempo, esses colegas prestigiam os shows abertos e as festas que, de tempos em tempos, os meninos da Casa Grande promovem na frente da casa. Há uma admiração muito forte dos moradores da cidade pelo projeto. Mas nem todos os adolescentes podem participar, já que muitos trabalham, na lavoura ou em pequenos comércios, por ordem dos pais.

Essas escolhas dos meninos diante dos meios de comunicação de massa não são impostas por uma "postura defensiva de cunho moralista". Não há proibição, há sim, educação para compreender o que os meios oferecem aos seus consumidores. Alembert costuma dizer que, "ao invés de condenar e falar mal do que é ruim, é melhor mostrar e cultivar o que é bom", referindo-se à música e a arte brasileira.

Desde o começo da Casa Grande, os dois diretores ocuparam-se em ensinar músicas para as crianças pequenas, algumas folclóricas, outras compostas pela dupla. Isso educou, aos poucos, o ouvido da meninada. Os maiores passaram a influenciar os menores e isso ocorre até hoje.

Aécio, 16 anos, um dos meninos que está há mais tempo na Casa Grande é apaixonado pela música do baiano Raul Seixas e apresenta o programa "Baú do Raul", semanalmente, na Casa Grande FM.

Há cerca de dois anos, um de seus irmãos mais novos, Luisinho, 11 anos, começou a gostar de Raul Seixas e habituou-se a ficar no estúdio com o irmão. Aécio começou a tocar



baixo elétrico e a gostar de jazz e blues. Ganhou um programa diário de jazz e passou o programa "Baú do Raul" como herança para seu irmão.

Anderson, ou Danda, 11 anos, também costumava acompanhar Mêires durante o programa "Estação da Música". Vez ou outra, ela deixava que o menino anunciasse os nomes das músicas, e inseria seu nome nos créditos como ajudante de produção. Danda se atrapalhava um pouco, chegou a trocar o nome de uma música chamada "Sanatório", por "Sanitário", mas seguiu adiante, trabalhou bem e ganhou o programa. Mêires agora apresenta um programa de samba diário e ainda o "Papo Cabeça", aos domingos.

Sobre o programa "Papo Cabeça", há um fato interessante. Nesse programa, ela discute temas como adolescência, drogas, sexualidades, DST's, entrevistando pessoas nas ruas, lendo trechos de livros e revistas, tudo com muita seriedade.

Por causa do "Papo Cabeça", Mêires foi escolhida pela Unesco com representante do nordeste para fazer parte de um Grupo Temático da UNAIDS – Brasil (Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS) e UNODCCP ( United Nations Office for Drug and Crime Prevention).

O Grupo Temático é formado por jovens que fazem mídia em todo país. O objetivo é discutir soluções para o problema da Aids e uso de drogas no Brasil. Para participar das reuniões, Mêires viaja de duas a três vezes por ano à Brasília, com todas as despesas pagas, para os compromissos no Ministério da Saúde. Na volta, repassa todas as informações para os jovens que assistem o seu programa na Casa Grande FM.

Esses casos são uma constatação do efeito multiplicador do trabalho da Casa Grande na educação para a comunicação, que é também educação para o consumo. De acordo com Canclini:

*" consumo é um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser exploradas pelas pesquisas de mercado".*  
(CANCLINI, 2001, p.77)

Concluindo a análise do primeiro postulado, afirmamos que essa educação para a comunicação é sim um campo explorado pela Casa Grande em seu trabalho. Os produtos dos



meios de comunicação são "usados como parte integrante do acervo de dados e informações" da prática pedagógica da Fundação. Eles recebem muitas revistas, jornais, livros, discos, vídeos, assistem filmes e debatem sobre eles, e aprendem a desenvolver uma consciência crítica própria frente aos MCM.

**O segundo postulado** diz respeito ao uso da tecnologia - computador, equipamentos de rádio e TV, entre outros - como mediadores dos processos educacionais:

*"A área da mediação tecnológica na educação compreendendo os procedimentos e as reflexões em torno da presença e dos múltiplos usos das tecnologias da informação na educação. A área da mediação tecnológica na educação vem ganhando grande exposição devido à rápida expansão dos sistemas de educação, tanto o presencial e quanto o a distância. Sabemos que os recursos tecnológicos clássicos, como o rádio e a televisão, tiveram dificuldade de ser absorvidos pelo campo da educação, especialmente por seu caráter lúdico e mercantil. Tal fato foi o principal responsável pela resistência dos educadores em dialogar com as tecnologias. O computador veio abalar essa dicotomia, pois possui em si mesmo os meios de produção de que o pequeno produtor cultural - o aluno e o professor - necessitam para seu trabalho diário. Devemos lembrar que a grande maioria dos sites são produzidos e dirigidos por centros de pesquisas científicas"*

Os projetos comunicacionais da Casa Grande estão divididos nas seguintes áreas:

- A Escolinha de Iniciação Artística, para as crianças menores, de 2 a 8 anos, onde aprendem as primeiras lições sobre as lendas do Cariri e a estrutura da Casa Grande,
- Memorial do Homem Kariri, onde trabalham os recepcionistas atendendo visitantes e tomando conta do patrimônio do museu;
- Casa Grande FM, com programação de cinco da manhã às dez da noite de domingo a domingo;
- TV Casa Grande, que no momento está sem funcionar por proibição da ANATEL;
- A Casa Grande Editora, onde são produzidas as revistas em quadrinhos, material de divulgação e o jornal mensal Kariuzinho;
- Casa Grande Musical formada pela:
  - Bandinha de lata, dos alunos da Escolinha, com instrumentos feitos de sucata;
  - Banda dos Meninos da Casa Grande, com instrumentos profissionais, formada pelos integrantes mais velhos da casa;



- e pelo show A lenda, com Aemberg e Rosiane cantando as musicas das lendas do Cariri e a participação dos meninos da Casa Grande.
- Grupo de teatro da Casa Grande, que esporadicamente produz peças para apresentação pública;
- Videoteca da Casa Grande;
- Biblioteca da Casa Grande;
- Projeto de pousadas domiciliares
- Projeto ANNE MARIANI
- Projeto Lixossauro (ecologia e meio ambiente)

Desses 14 projetos, quatro têm intermediação tecnológica, que são a Casa Grande FM, TV Casa Grande, Casa Grande Editora e projeto Anne Mariani.

Na Casa Grande FM, os meninos trabalham com equipamentos de rádio de última geração. Com a ajuda dos parceiros que colaboram com o projeto, a Casa consegue estar sempre melhorando os seus aspectos técnicos. A rádio conta com dois aparelhos de CD, um gravador de CD, dois toca discos de vinil, uma mesa de oito canais, um computador, microfones e um acervo de CD's e discos de vinil. A frequência da rádio é 104,9 Mhz, com 25W de potência, chegando às cidades de Nova Olinda, Altaneira, Santana do Cariri e alguns sítios de Assaré.

As vinhetas de abertura, encerramento e divulgação são operacionalizadas a partir do computador, em arquivos de formato *wave*. Mas essas chamadas são gravadas pelos próprios meninos, com músicas cantadas por eles, latidos de cachorro, brincadeiras e jingles divulgando o Memorial do Homem Kariri.

Relembrando a história da Casa Grande FM, que começou com quatro alto falantes convidando para visitar o museu, cito uma experiência semelhante, descrita por Barbero em seu livro "Dos meios às mediações":

*" Num bairro pobre de Lima, um grupo de mulheres organizou um mercado. Nele havia um gravador e alto falantes que apenas o administrador utilizava. Com a colaboração de um grupo de apresentadores, as mulheres do mercado começaram a usar o gravador para saber o que os habitantes do bairro pensavam sobre o mercado, para tocar músicas nas festas e para outros fins. Até que a censura se apresentou, na figura de uma religiosa que ridicularizou o jeito*

*de falar dessas mulheres e condenou a ousadia de pessoas que, "sem saber falar", atreviam-se a usar os alto falantes. Provocou-se, assim, uma crise; durante algumas semanas, as mulheres não quiseram saber mais do caso. Algum tempo depois, porém, o grupo de mulheres procurou os apresentadores e afirmou: "pessoal, a gente descobriu que a religiosa tem toda razão; a gente não sabe falar, e nesta sociedade quem não sabe falar não tem a menor possibilidade de se defender nem pode nada. Mas a gente também passou a entender que com a ajuda desse aparelhinho aqui – o gravador – a gente também pode aprender a falar". (BARBERO, 1997, p.269)*

Assim como as mulheres de Lima, os meninos da Casa Grande têm aprendido que é mais importante expressar do que falar como se faz nas rádios comerciais.

Eles apresentam seus programas com naturalidade. Não modificam o sotaque bem nordestino da região do Cariri, não tentam falar como os locutores de grandes rádios. Se errar, improvisa. É assim que aprende. O rádio é para eles um instrumento para divulgar informações e falar das músicas e artistas que lhes dão prazer.

Na TV Casa Grande, os equipamentos principais são uma câmera digital, uma ilha digital Casablanca, um vídeo digital, três câmeras, uma ilha linear (corte seco), um estúdio de gravações com fundo azul para *croma key*, refletores, monitores, mesa de som, mesa de efeitos entre outros. O aparelho mais importante, porém não pode ser usado. É o transmissor, que levaria as imagens da Casa Grande às televisões de Nova Olinda, mas foi lacrado pela Agência Nacional de Telecomunicações, Anatel, por uma exibição experimental feita sem a concessão do Ministério das Comunicações. Por essa transmissão “ilegal”, Alembert responde a um processo na Justiça Federal.

Enquanto os meninos não podem transmitir os seus programas, eles produzem vídeos e documentários, gravam entrevistas com as pessoas que passam por lá, registram as reformas e evoluções da Casa Grande.

O último vídeo da Fundação foi escolhido pelo Unicef para uma campanha nacional contra o tabagismo. Chama-se "Todos contra o fumo" e tem como personagem principal a Caipora, uma figura mítica que anda pelas matas pedindo fumo aos caçadores.

A Casa Grande Editora conta com um computador com softwares de ilustração, diagramação e tratamento de imagens, um gravador de CD, um scanner e uma impressora à jato de tinta.

Os meninos desenham as revistinhas e ilustrações principais dos produtos à mão e só usam o computador para colorir. O tema central das revistas produzidas são as lendas do Cariri. Personagens como a Mãe D'água, o índio mágico Kariuzinho e a Serpente Encantada, figuras míticas do Cariri, misturam-se com as crianças nas histórias criadas por eles próprios. Além do vídeo, a revista “Todos contra o fumo” também foi impressa e será divulgada nacionalmente pelo Unicef.

A idéia do *Projeto Anne Mariani* surgiu a partir do livro "Pinturas e Platimbandas" da fotógrafa Anne Mariani, que viajou por muitos anos pelo interior do Brasil, nas pequenas cidades, fotografando as fachadas de casas populares. Sempre coloridas, com cores fortes e formas geométricas, as casas simples do nordeste foram valorizadas pelas lentes da fotógrafa. O livro chegou à Casa Grande e despertou a idéia de organizar um mutirão de meninos para revitalizar as fachadas das casas de Nova Olinda, cujos desenhos estavam se perdendo.

Os meninos conseguiram o apoio de uma empresa de tintas, conversaram com os donos das casas e iniciaram o trabalho que deu autenticidade à cidade de Nova Olinda. A mediação tecnológica está entre a identificação de uma casa a ser pintada e a conversa com o proprietário. Os meninos desenham a fachada, passam para o computador, simulam a pintura a ser feita e levam a impressão para que o dono veja o resultado final.

É notável nesses quatro exemplos de usos da mediação tecnológica que os equipamentos facilitam o trabalho, mas não sobrepõe-se à identidade cultural dos meninos. Sobre isso, escreveu Canclini:

*"A identidade é uma construção que se narra. Estabelecem-se acontecimentos fundadores, quase sempre relacionados à apropriação de um território por um povo ou à independência obtida através do enfrentamento dos estrangeiros. Vão se somando as façanhas em que os habitantes defendem esse território, ordenam seus conflitos e estabelecem os modos legítimos de convivência, a fim de se diferenciarem um dos outros." (CANCLINI, 2001, p.164)*

O trabalho da Casa Grande, mesmo mediado pela tecnologia, está sempre voltado à recuperação da memória e das raízes do povo da região do Cariri. A identidade é mantida.

Eles não se aceitam sujeitos aos instrumentos tecnológicos. Preferem o som percussivo, os latidos do cachorro Expedito, às possibilidades da música eletrônica para suas



vinhetas. Não trocam os próprios desenhos pelos modelos prontos do computador. Não abusam dos efeitos do vídeo, preferem a boa luz, a boa imagem.

Refletindo sobre essa mediação da tecnologia da educação, Paulo Freire lembra a importância do pensar, que se assemelha à relação dos meninos da Casa Grande com a tecnologia:

*"Exatamente porque somos programados, somos capazes de pôr-nos diante da programação e pensar sobre ela, indagar e até desviá-la. A vocação humana é a de saber o mundo através da linguagem que fomos capazes de inventar socialmente nos tornamos capazes de desnudar o mundo e falar do mundo. Necessita-se de homens e mulheres que, ao lado dos saberes técnicos e científicos, estejam também inclinados a conhecer o mundo de outra forma, através de tipos de saberes não pré-estabelecidos. A negação disso seria repetir o processo hegemônico das classes dominantes, que sempre determinam o que podem e devem saber as classes dominadas"(FREIRE, 1992)*

Concluindo a análise comparativa do segundo postulado, afirmo que a Casa Grande faz uso da mediação tecnológica em seu processo educativo.

**O terceiro postulado** diz respeito à existência de um planejamento, avaliação e condução do processo educativo - ao que os autores chama de "gestão", na construção de um ecossistema educomunicativo:

*"A área da gestão comunicativa, designando toda ação voltada para o planejamento, execução e avaliação de planos, programas e projetos de intervenção social no espaço da inter-relação Comunicação/Cultura/Educação, criando ecossistemas comunicativos. O conceito de Gestão é aqui empregado para designar toda ação voltada para o planejamento, execução e avaliação de planos, programas e projetos de intervenção social no espaço da inter-relação Comunicação/Cultura/Educação, criando ecossistemas comunicativos.*

*A gestão da comunicação nos espaços educativos produz-se tanto nos ambientes voltados para programas escolares formais, quanto naqueles dedicados ao desenvolvimento de ações não formais de educação, como nas emissoras de rádio e de televisão educativas, nas editoras e centros produtores de material didático, nas instituições que administram programas de educação a distância, nos centros culturais, entre outros. O que caracteriza a gestão é a costura que alcança produzir, através da ação prática, entre as várias vertentes que aproximam a Comunicação e a Educação.(SOARES, 1999)"*

A fórmula que os diretores da Fundação Casa Grande encontraram para a gestão do projeto é um dos pontos que mais surpreende as pessoas que o conhecem.



Os diretores da Casa Grande moram na cidade do Crato, há 45 minutos da Casa Grande. Vão até Nova Olinda de duas a três vezes por semana. Aos domingos, a visita é certa. É o dia da reunião semanal de avaliação.

Alemberg e Rosiane escolhem, entre os meninos, um coordenador para a casa, que é o único recebe uma ajuda de custo dentro do projeto. Esse coordenador é escolhido entre aqueles que são mais responsáveis, com mais espírito de liderança e influência entre os outros. O coordenador tem que conhecer bem as regras da Casa e cobrar dos que não as cumprem.

Essas regras dizem respeito aos horários de chegada na Casa Grande, (sete horas da manhã) horário limite de permanência (sete horas da noite) horários dos respectivos programas de rádio e de abertura e fechamento do museu entre outros.

Além do coordenador geral existem os gerentes da biblioteca, museu, editora, tv e da escolinha. Cada um é responsável pelos trabalhos e possíveis problemas de cada setor.

Os meninos usam uma farda na Casa Grande. Mas só recebem e mantêm a farda por merecimento. Quando um novo integrante começa a frequentar a Casa Grande, se integra e mostra interesse, ele recebe uma farda das mãos de Alemberg e Rosiane em um ritual que emociona a todos. A entrega acontece na sala do coração de Jesus, a primeira sala da casa, onde está o Kariuzinho, o índio de madeira, representação de um índio kariri quando criança. Kariuzinho é o protetor da Casa Grande.

Uma vez recebida a farda, é preciso honrá-la e andar na linha. Se o menino fizer algo de errado, devolve a farda, passa por um período de suspensão, e depois é chamado para receber a farda de volta. A valorização da farda é um ponto importante na autogestão. Faz com que cada um sinta-se responsável por si próprio e pelo seu campo de trabalho para honrar a farda que veste.

A escolha das funções dentro da Fundação é feita aos poucos, de acordo com a habilidade de cada um. Por mais que os diretores da Casa Grande não tenham formação em educação - Alemberg estudou até a oitava série e Rosiane é formada em história - eles têm um planejamento estruturado e a gestão da Casa Grande tem contornos bem definidos.

O ponto principal, e o grande mérito de Alemberg e Rosiane, foi descobrir que deveriam entregar essa administração aos meninos. Cada um com sua função e responsabilidade, e a Casa Grande funciona perfeitamente bem.



Concluindo a análise do terceiro postulado, há gestão no processo de educação e comunicação da Casa Grande. Essa gestão é baseada na autonomia dos meninos, ou autogestão, onde cada um tem autonomia em sua função, constantemente orientada na reunião semanal com os diretores.

Para fechar o raciocínio, o texto conclusivo da pesquisa sobre a emergência da educomunicação como campo interdisciplinar:

*"A confirmação da hipótese de que o campo da Educomunicação possa ser compreendido pela aproximação destas quatro áreas, a partir de um substrato comum que é a ação comunicativa no espaço educativo, ou seja, a comunicação inter-pessoal, grupal, organizacional e massiva promovida com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos através da atividade educativa e formativa, representa, na verdade, o primeiro resultado da investigação.*

*Entendemos, contudo, que as quatro áreas não são excludentes, nem são as únicas. Representam, apenas, um esforço de síntese, uma vez que parecem aglutinar as várias ações possíveis no espaço da inter-relação em estudo."*

Além dos postulados apresentados pela pesquisa do NCE, encontrei identificações da Fundação Casa Grande com os eixos da pedagogia Freinet, como é chamado o conjunto das idéias de Celestin Freinet, que é apontado pela pesquisa como um dos primeiros teóricos em educomunicação.

Os eixos são a **cooperação, como forma de construção do conhecimento; a comunicação, como forma de integrar esse conhecimento; a documentação, registro da história que se constrói diariamente; a afetividade, o elo de ligação entre as pessoas e o objeto do conhecimento.**

Há a cooperação, pois tudo na Casa Grande é de todos e todos trabalham em equipe; há a comunicação, na TV, no rádio, na editora; há a documentação nos produtos feitos pelos meninos, nos vídeos, nas revistas em quadrinhos e há a afetividade que liga todos em uma rede mágica de carinho, entendimento e ternura.

Com as constatações que fiz no decorrer do texto, esse trabalho cumpre o propósito de confirmar que a **Fundação Casa Grande – Memorial do homem Kariri – Escola de Comunicação da Meninada do Sertão realiza um trabalho de educomunicação**, baseado nas definições e postulados da pesquisa do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo.



As práticas da Fundação Casa Grande tem chamado à atenção da mídia e de pesquisadores em educação e comunicação. O segredo talvez esteja no comprometimento com a identidade, pois a mola mestra desse projeto é divulgar a cultura, mitos e lendas de um povo que já habitou o mesmo solo em que hoje estão esses meninos: os índios da Nação Kariri.

## BIBLIOGRAFIA

- ACIOLI, Socorro. **Fundação Casa Grande – Comunicação para a Educação**. Monografia de graduação em de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza: 2002.
- BARBERO, Jesus Martin- . **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro. UFRJ, 1997.
- BREDE, Werner. **Paulo Freire e os computadores**. In: GADOTTI, M (org) Paulo Freire: uma biobibliografia. Cortez, Brasília, DF, UNESCO, São Paulo, 1996, p. 620-621.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1997.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade**. Coleção O MUNDO HOJE , nº 10. 9ª edição. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2001.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- FREINET, Célestin. **O jornal escolar**. Lisboa; Editorial estampa, 1974.
- ULLA, Carlsson, FEILITZEN, Cecilia.(orgs) **A criança e a mídia**. Brasília: Unesco, 2002.
- SOARES, Ismar de Oliveira **Uma Educomunicação para a Cidadania**. I Congresso Internacional de Comunicação e Educação. São Paulo, maio de 1998. Banco de Artigos da Universidade de São Paulo. [www.eca.usp.br/nucleos/nce/artigos.html](http://www.eca.usp.br/nucleos/nce/artigos.html)
- SOARES, Ismar de Oliveira. MACHADO, Elliany Salvtierra. **Educomunicação: ou a emergência do campo de inter-relação Comunicação/Educação**. INTERCOM, 1999.
- SOARES, Ismar. **Media literacy, Education, Communication in Latin America. What's new?** 3 World Summit Media for Children. Communicatio Allies Around the Planet. Grécia, 23 a 26 de março de 2001.