



Revelar e ser visto: produção audiovisual de jovens em comunidades rurais do interior gaúcho¹

Cláudia Herte de MORAES²

Fabio SILVA³

Gustavo MENEGUSSO⁴

Laísa BISOL⁵

Luara KRASNIEVICZ⁶

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

Ao entender o Brasil como um dos maiores mercados de televisão do mundo ocidental, parece pertinente o estabelecimento de ações que visem ao fortalecimento da desconstrução da produção cultural pelo meio audiovisual. O objetivo deste artigo é compartilhar a iniciativa do Projeto de Extensão *Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen* que, por sua vez, busca capacitar jovens da zona rural do município à produção audiovisual oportunizando a adoção de posições como as de autores e produtores e não mais, apenas, consumidores culturais. Com o projeto *Entre-Linhas* foi possível perceber a maneira peculiar como os jovens vêm a mídia audiovisual e, por ela, conseguem se expressar e contar suas histórias e histórias. Revelam-se participantes da história coletiva, obtendo visibilidade comunitária.

PALAVRAS-CHAVE

Produção audiovisual; Cultura; Educomunicação; Tecnologia; Projeto Entre-Linhas.

1. A EXPERIÊNCIA É PONTO DE PARTIDA

O projeto de extensão *Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen* é realizado em localidades rurais do município, pelo Curso de Jornalismo da UFSM, campus de Frederico Westphalen. Seu objetivo é

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação. Professora Assistente da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, campus de Frederico Westphalen. E-mail: chmoraes@hotmail.com

³ Jornalista, Mestre em Ciências da Linguagem. Professor Assistente da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, campus de Frederico Westphalen. E-mail: fasil@matrix.com.br

⁴ Acadêmico do 6º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: gmenegusso@yahoo.com.br.

⁵ Acadêmica do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: laisavb@yahoo.com.br.

⁶ Acadêmica do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: luara.k@hotmail.com.



capacitar jovens da zona rural do município à produção audiovisual oportunizando a adoção de posições como as de autores e produtores e não mais, apenas, consumidores culturais. Financiado pelo Programa de Apoio à Cultura/Proext Cultura 2007 e 2008/MinC e pelo Fundo de Incentivo à Extensão/FIEX UFSM 2008, o trabalho começa a partir da sensibilização, nas redes pública e particular de ensino básico do município de Frederico Westphalen, buscando a participação de jovens residentes na zona rural.

As primeiras *Linhas*⁷ nas quais foram desenvolvidas oficinas de audiovisual foram: Linha São Cristóvão, Linha Pedras Brancas e Linha Castelinho no primeiro semestre de 2008. No segundo semestre foram trabalhadas as Linhas São João do Porto e Sete de Setembro. Em 2009, o foco está nas comunidades do Núcleo Habitacional São Francisco de Paula; Linha Alto Alegre; Linha São José e Distrito Oswaldo Cruz.

Situado na Região do Médio Alto Uruguai, o município de Frederico Westphalen, noroeste do Rio Grande do Sul, foi criado em 15/12/1954 e instalado em 28/02/55. Está distante de Porto Alegre 430 km e possui uma área total de 264,5 km², sendo apenas 4,57 km² considerados área urbana e 259,93 km² destinados à área rural. Com dados do Censo 2000 (IBGE), são 20.394 habitantes na área urbana e 6.322 na área rural, totalizando 26.716 moradores.

As oficinas são ministradas por monitores acadêmicos do Curso de Jornalismo, que atuam como facilitadores⁸. As atividades incluem teoria e prática, com orientação do planejamento e execução dos vídeos. Após a captação das imagens, monitores e jovens finalizaram os roteiros e editaram o material com o intuito de realizar mostras nas comunidades. Focado no público jovem, mais de 100 adolescentes, entre 11 e 17 anos, nas oficinas de audiovisual realizadas e contabilizará a produção de dez vídeos exibidos à comunidade em sessões públicas e abertas.

Para além da extensão, no entanto, cabe refletir sobre a importância do audiovisual no processo de inclusão social e na formação da identidade do jovem do interior, que tem a oportunidade de apropriar-se da narrativa e da linguagem do vídeo. Assim, a partir do perfil dos jovens integrantes do projeto busca-se refletir como são vivenciados os novos espaços de comunicação, especialmente audiovisuais, priorizando

⁷ Localidade rural em torno da qual uma pequena comunidade se estabelece.

⁸ cf. JOHN, Connie. Estas são nossas histórias: a aventura da história do vídeo de adolescentes. IN: VON FEILITZEN, Cecília; CARLSSON, Ulla (orgs.). **A criança e a mídia**: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002. p. 337-341.



e levando em conta o imaginário social construído em territórios próprios. Com o projeto, verifica-se o valor da formação cultural inclusiva, com a consolidação do papel extensionista da universidade, agregando ainda a visibilidade ao tema. Verifica-se, na prática, a efetivação de um verdadeiro espaço de inclusão social nos locais onde foi desenvolvido.



Ilustração 1 - Jovens buscam a expressão de um lugar social pelo uso do audiovisual

2. O MEIO E A CULTURA AUDIOVISUAL

A possibilidade de gravação, armazenamento, replicação, portabilidade, distribuição e compartilhamento de conteúdos audiovisuais por vias como a internet, recriou a relação tempo/espaço existente no acontecimento real (SCHWARTZ, 1985). Os meios de comunicação estimulam-nos a preferir cada vez mais a nova realidade, construída e reconstruída a partir da técnica de linguagem destes meios. Uma realidade que definimos como representada e, por conseguinte, fortemente construída pela mídia.

E quais as possíveis implicações dessa prática de representação para o cotidiano social? Todas as vezes que assistimos a uma produção audiovisual, estamos envolvidos com uma gravação: o noticiário da TV, por exemplo, não é uma *realidade natural*, mas uma realidade construída. Porém, nem sempre nos damos conta que nem todos compreendem esse processo de construção do real. Se voltamos nosso olhar às populações do interior dos estados, distantes das regiões metropolitanas e de grandes



concentrações demográficas, essa noção de real construído parece ainda menos nítida ou é, até mesmo, ignorada por completo.

Vale lembrar que, ao falarmos de TV, referimo-nos a uma significativa parcela da população como um todo:

O Brasil é considerado um dos maiores mercados de televisão do mundo ocidental. O país tinha, em 1994, mais de 45 milhões de aparelhos de TV em 29,7 milhões de domicílios. Em 1998, já eram 36 milhões de residências com, pelo menos, um aparelho, o que equivale a 90% dos lares brasileiros. Isso significa que, desde o lançamento do Plano Real, 6,3 milhões de domicílios adquiriram seu primeiro aparelho de TV nesse período, o que equivale a 28 milhões de aparelhos a mais no mercado (JAMBEIRO *apud* NATANSOHN, 1998, p. 77).

Todavia, se por um lado há popularização no acesso aos conteúdos disponibilizados por meios audiovisuais como a televisão, por outro lado também há uma assimetria no acesso aos meios e centros produtores desses conteúdos. Além disso, a visibilidade ocupada pelos materiais produzidos por regiões periféricas ou de interior é muito inferior se comparada a desses centros. Logo, com essa polarização de centros produtores que ofertam seus conteúdos às mais diversas regiões do país, talvez seja possível inferir a ocorrência de alguns fenômenos originais, tais como: a) as pessoas que moram fora desses centros urbanos sentem como seus os problemas da cidade maior, onde estão localizados os transmissores das redes de comunicação; b) por não tomarem contato direto com a realidade daquele centro, as pessoas tomam como verdadeira e única a realidade representada pelos meios; e, aquele que talvez seja o mais grave, c) essas pessoas tornam-se analfabetos funcionais acerca das formas e meios de expressão pelo suporte audiovisual e, por conseguinte, possivelmente incapazes de entender o processo de construção/representação da realidade.

Uma vivência cultural é expressa de diferentes formas. Uma das mais presentes na atualidade é a chamada *cultura audiovisual*, da qual todos nós fazemos parte e compartilhamos, na medida em que a sociedade contemporânea está balizada fundamentalmente no que é mostrado pela mídia. Com a discussão dos temas associados à midiatização e à formação da cultura audiovisual entre jovens de uma cidade com pouco mais de 27 mil habitantes, aponta-se para a importância de entender a cultura como um espaço de vivência cotidiana.



O audiovisual está presente, mesmo que indiretamente, no cotidiano das pessoas. A mistura de som e imagens a que se remete é capaz de chamar a atenção de uma sociedade, conduzir a um determinado comportamento, gerando a condução de novas escolhas que se tornam justamente a cultura de um grupo ou local.

Os meios de comunicação são vedetes no processo atual e tornam-se, a cada dia, uma poderosa força da sociedade. Através de sua publicização, motivam a construção de identidades que, ao lado de outros fenômenos sociais, acabam determinando lugares sociais e, por consequência, lugares culturais aos indivíduos.

Observamos assim, o valor múltiplo da comunicação midiaticizada. Se, por um lado, ela é mediadora de um campo de informações, por outro, ela é um instrumento de alienação, sendo uma lógica de consumo, onde não há espaço para a singularidade, pois a estética do espetáculo se sobrepõe ao código de ética social, vindo assim a ser um consumo de massa.

A televisão se constitui em um dos meios de comunicação de maior penetração na sociedade, sendo que seus efeitos podem ser, em alguns casos, devastadores. Vista por um ângulo mais crítico, passa a ser um instrumento de alienação, onde todos vêm as mesmas coisas, vinculando a mesma ideologia dos seus fabricantes e patrocinadores, deformando a imaginação infantil e pior, empobrecendo a curiosidade dos adultos, que passam a ficar com sua inteligência adormecida. A TV acaba não mostrando mais a cultura e sim a impondo. Nesse contexto, surge a cultura de massa, vista por Coelho:

Não como instrumento de crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa. É produto feito de acordo com as normas gerais em vigor: produto padronizado, como uma espécie de kit para montar, um tipo de pré-confecção feito para atender necessidades e gostos médios de um público que não tem tempo de questionar o que consome. (COELHO, 1986, p.11 apud COELHO, D. 2002, p. 171)

Portanto, a cultura de massa tem como característica principal, impor ao público consumidor, muitas vezes, valores culturais contraditórios a sua realidade.

Assim como a TV, o cinema é considerado um instrumento pelo qual as crianças e jovens tendem a imitar as ousadas ações vistas na tela. Muitos estudiosos afirmam que é necessário que haja um controle sobre os meios de comunicação audiovisuais, aos quais toda a sociedade tem acesso, sendo que esse controle tem que ser ainda maior no



caso das crianças e dos jovens, por estes serem de uma faixa etária de fácil influência por parte da televisão e do cinema mundial.

As crianças tendem a imitar, não só as ações presentes nas cenas de filmes ou novelas, mas elas também seguem as atitudes tomadas pelos heróis, celebridades que são vistas como imagens perfeitas, sem erros e não mais como seres normais, mas com um diferencial, o de influir nas atitudes humanas.

Com o surgimento dessas mídias audiovisuais, muitas coisas foram alteradas na vida diária das pessoas, como seu comportamento familiar e suas crenças. Na medida em que uma cultura de massa avança sobre uma cultura local, ocorre o que Hall chama de *homogeneização das identidades culturais*. Assim, os meios de comunicação considerados de massa, tornam-se os responsáveis pela constituição das identidades nacionais, em caso de oposição e resistência a essa cultura, ou pela proliferação da mesma na formação de novas identidades. E em relação a isso, Hall ainda afirma:

A questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Assim a chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2002, p.7 apud SILVA, 2003, p. 192)

A cultura contemporânea é marcada essencialmente por produtos audiovisuais, especialmente os veiculados nas redes de televisão aberta. No entanto, o questionamento que se faz é até que ponto a cultura audiovisual das produções abrangentes e para um público massificado, podem ser recebidas, entendidas e vivenciadas em contextos singulares.

Mesmo entendendo, como Canclini, que “nas novas gerações, as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória-pátria, do que em torno dos de Hollywood, Televisa ou Benetton” (CANCLINI, 1996, p. 380), pode-se perceber que existem formas de apropriação cultural que fogem do padrão e que cada sociedade usa dos bens simbólicos de forma diferenciada.

Segundo Paiva (2007), com a geração de novas formas de expressão, de novas linguagens, está-se buscando uma nova postura social. Richard Rorty afirma que a



redescrição se consolida em dois movimentos: o primeiro é a capacidade de recontar histórias que, em última análise, qualificam os indivíduos dela participantes como membros da comunidade atual e da construção da história coletiva e o segundo se dá nas mudanças de vocabulário com o uso de expressões novas ou com nova roupagem. Rorty propõe a “redescrição do sujeito como tarefa inclusiva necessária e fundamental para a construção de novas relações entre os povos”. (apud PAIVA, 2007, p.141)

Tais pressuposições levam a crer que educar para os meios, em especial o audiovisual, pode ser uma forma de reduzir essa assimetria anteriormente mencionada. O processo de inclusão pode ocorrer de diversas formas, entre as quais, a familiarização com equipamentos e técnicas de narrativas e produção de peças em formato audiovisual. Essa prática viabilizaria a chance de grupos como os de cidades de interior e comunidades rurais dessas cidades, antes alheios aos métodos de produção, terem acesso não só a esses conceitos de representação e construção de realidade, mas também à execução de produtos audiovisuais. Produtos esses que materializem sua visão acerca dos mais diversos contextos sociais nos quais estão inseridos.

2. O PAPEL DA EDUCOMUNICAÇÃO

Faz-se, aqui, necessário o estabelecimento de possíveis interfaces entre os meios de comunicação, suas práticas e técnicas e o meio educacional. Dentre os princípios da Educomunicação, o mais importante é dar ao processo - e não ao produto – o verdadeiro papel formativo. Não se pode, então, separar a teoria e a prática de produção de mídia, encarnando, pois, o sentido de *mídia-processo*, que significa buscar uma metodologia de produção midiática baseada na experimentação coletiva. Assim, a Educomunicação é entendida como campo de ação prática, pois não se pretende evocar modelos ou testar as teorias.

Segundo Reyzabal (1999), o ensino e a aprendizagem dos códigos plurais desenvolvem o conhecimento crítico criativo, além de auxiliar a formação cultural e social. A utilização do meio audiovisual nas escolas como forma de ensino já vem sendo bastante estudada principalmente pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, com o nome de Educomunicação.

A Educomunicação trabalha com temas transversais, valoriza o conhecimento como um todo, e não apenas informações



compartilhadas. Nesse processo, as tecnologias têm um papel essencial: elas não são meros instrumentos para melhorar a performance do professor; devem ser usadas para melhorar a performance de todos, sejam professores sejam alunos, seja a própria comunidade. (RODRIGUES, 2002, p.4)

Conforme Cecília Peruzzo, a Educomunicação: “trata-se de uma linha de estudos em expansão e que tem trazido contribuições significativas para a compreensão de tais fenômenos, no entanto ainda não é suficiente compreendida e valorizada pelos educadores e comunicadores” (online).

Seria possível, ainda, dizer que há uma resistência no espaço pedagógico em aceitar a mídia, em especial em sua forma audiovisual. Napolitano sugere três possíveis origens desse repúdio. Uma delas, o crescimento e consolidação da televisão durante o período militar levando muitos professores a verem a escola como uma trincheira de resistência política ao que a TV estimulava, enquanto consciência e consumo. A TV afastou-se da escola também pela tendência ao sensacionalismo e ao baixo nível ético, estético e cultural dos programas chamados *populares*. Aqui novamente a escola é encarada como resistência cultural. E o terceiro ponto sugerido pelo autor está nos próprios desafios da escola, que vê que o papel tradicional de transformação de valores de forma hegemônica passa a ser da TV, acirrando a crise escolar:

Desde o século XIX e até meados do século XX, a escola foi hegemônica na formação e transmissão de valores, atitudes e conteúdos de conhecimentos. [...] A dinâmica deste processo vem se transferindo para a mídia, sobretudo a TV, mesclada a interesses ideológicos e comerciais dos grandes conglomerados econômicos em simbiose com parte das elites políticas (NAPOLITANO, 1999, p. 18).

O tema se mostra essencial na reflexão da prática das oficinas realizadas. Uma das questões levantadas está diretamente ligada ao pressuposto da interação dos jovens no processo educacional. Presenciou-se, nos espaços ocupados, o quanto o vídeo, a televisão ou o cinema estão distantes da escola. Isso é um sinal de uma ocupação clássica de seu modelo de ensino. É necessário que se rompam com estas barreiras ao audiovisual no ambiente escolar para que o protagonismo juvenil possa aflorar.

3. OS ARES DA RURALIDADE

Partimos do pressuposto de que não existe, como há 30 anos, uma clara linha divisória entre o rural e o urbano, pois essa dicotomia é cada vez mais atravessada pelos



meios de comunicação social e pelas novas tecnologias que interferem nos ambientes sociais. Assim, o ambiente rural é um *locus* que tem suas características específicas, porém isso não significa que há uma contraposição a tudo que se refere à cidade.

As inúmeras transformações sociais, econômicas, ambientais, assim como mutações decorrentes de novos reordenamentos espaço-temporais chegam a seu ápice no século XX e início deste século XXI. Esses fenômenos foram possíveis devido ao acelerado crescimento das redes de transporte e de comunicações que encurtam distâncias e aceleram o tempo entre os espaços.

No campo, apontam-se *novas ruralidades*, que se evidenciam neste contexto em que os espaços são modificados pelos dispositivos tecnológicos utilizados. No processo denominado de globalização, entretanto, a questão das culturas locais e da formação das identidades ganha terreno em estudos interdisciplinares da Comunicação e da Cultura.

O sentido do capitalismo é a própria idéia do progresso. Para Santos (1994, p.96): “[...] a racionalidade perversa se instala com mais força no campo, sobretudo essa racionalidade sutil que nos vem no bojo do trabalho e em forma de discurso cuja intenção nem sempre entendemos”. A modernização industrial chega aos espaços rurais, que operam em novo contexto. De acordo com Harvey (1989), é possível apontar que existe um processo de homogeneização em função destas prerrogativas de que a velocidade *produtiva* interfere nas relações sociais de um modo geral.

Concordamos com Silva (1997) para o uso do termo *novo rural* na caracterização atual deste espaço agrário no Brasil. Os desafios de controle do êxodo rural e de formação e capacitação profissional em diferentes ocupações caminham lado a lado com alterações no cotidiano e no imaginário de quem vive no campo. O rural não é mais essencialmente sinônimo de agrícola. Silva aponta que as atividades de agroindústrias, turismo, comércio, preservação ambiental e artesanato, entre outras, são fundamentais para o desenvolvimento local, a melhoria na qualidade de vida e a fixação das comunidades.

No projeto *Vídeo Entre-Linhas*, utilizou-se a capacitação em audiovisual, na produção de vídeo especificamente, para atuar na área cultural, colaborando para uma visão mais abrangente da cultura do campo. Entre as questões emergentes tratadas por Collou (2000 a e b) destacamos uma que interessa ao nosso projeto: “as novas formas de sociabilidade engendradas pelas tecnologias (no lazer ou no trabalho), que alargam



as possibilidades de consumo para além das necessidades imediatas (...)); a idéia de um sujeito mais *flexível*, visualizado particularmente entre os *jovens rurais* que mesclam desejos de inserção na *cultura urbana*, tecnológica, mais individualizada, sem perder, necessariamente, os vínculos com a *cultura local*.

Collou (2000 b) aponta que “as estratégias governamentais e não governamentais de comunicação para o desenvolvimento rural no Brasil têm se voltado majoritariamente para o contato face a face com as populações rurais”. Ou seja, a utilização de vídeo e de televisão, bem como experiências de programas de rádio, entre outras formas, apesar de citados como instrumentos na chamada comunicação horizontal ou participativa, não são tão usuais no ambiente rural.

A definição de Castells (1996) diferencia muito bem a identidade (que organiza os significados) e os papéis (ligados às funções na sociedade). As identidades, sempre construídas, o são a partir de identificações simbólicas, portanto culturais.

A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos e poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espço. (CASTELLS, 1996, p. 23)

Conforme Giddens (1997, p. 100): “Seja pessoal ou coletiva, a identidade pressupõe significado; (...) A identidade é a criação da constância através do tempo, a verdadeira união do passado, com um futuro antecipado.” Portanto, a definição e constante redefinição de identidades está inserida na dinâmica dos processos, dispositivos e sistemas simbólicos que a todo o momento se relativizam num sistema amplo de valores culturais.

Assim, é preciso buscar o entendimento das construções simbólicas da identidade do jovem que oscila entre seus projetos individuais (normalmente associados à saída de seu ambiente original) a outros valores de tradição e de família. A intensificação através da comunicação entre os universos culturais distintos joga os termos *rural* e *urbano* para o alto, antes tidos pontos precisos e definidores de identidades socioculturais.



A partir das questões destacadas, vivenciam-se novos tempos na pesquisa da Comunicação e cabe associar este desafio a uma nova busca, que priorize e leve em conta o imaginário social construído em territórios próprios. Os jovens participantes do projeto encontram-se no dilema de ficar ou não em seu ambiente tradicional, que subsiste à luta entre o tradicional e o moderno, e de construir suas identidades em meio ao bombardeio tecnológico e audiovisual de nossa época.

Como assegura Machado (1996), por muito tempo os brasileiros foram retratados como objetos exóticos de um olhar *voyeurista*, com mistura de culpa e colonialismo, invadindo regiões miseráveis para filmar de forma folclórica ou para disputar teses políticas. No entanto, a nova mentalidade do vídeo e do cinema está voltada a um respeito cultural forte, deixando que a veia documental siga seu curso e amparada no debate da diversidade cultural. “E o que agora se busca realmente é menos dizer a verdade sobre o outro, revelá-lo, ‘traduzi-lo’ aos nossos cânones de inteligibilidade, do que tentar construir uma ponte entre duas culturas, para que elas possam finalmente dialogar” (MACHADO, 1996, p.263).

A reflexão sobre a contribuição do vídeo independente, popular, comunitário ou simplesmente de realização fora do circuito profissional, e voltado à inclusão social, destaca ser essa uma arma poderosa para que os estereótipos culturais sejam desconstruídos.

De acordo com Carneiro (1998, p.19): “Os jovens são atores dessa reconstrução cultural a partir de uma releitura dos valores urbanos, onde papéis sociais são redefinidos e projetos são formulados sob novos paradigmas, partindo-se de uma ruptura (parcial) com os velhos moldes adotados tradicionalmente pela sociedade local.”. Depois de pesquisa realizada com jovens do campo, a autora conclui que:

[...] seria temerário e simplista falarmos da *urbanização* do campo como expressão que qualificaria a perda da especificidade de um desses dois pólos. [...] esse processo supõe também, como resultado da relação de alteridade, a reafirmação de valores e modos de vida locais – sobretudo os que são elaborados no interior do universo familiar. Disso resulta a afirmação da sociedade local a partir de definições e redefinições de identidades sustentadas não mais na homogeneidade de padrões culturais mas na diversidade e, principalmente, na maneira específica de combinar práticas e valores originários de universos culturais distintos, o que identificamos como *rurbanização*.” (CARNEIRO, 1998, p. 20)



No projeto *Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen*, os jovens do campo formularam seus próprios temas e vídeos, demonstrando que estas escolhas de resgate histórico, de valorização do ambiente escolar, de conservação ambiental são relevantes ao momento vivido nestas comunidades. São mostrados os aspectos que retratam as mudanças advindas da tecnologia, ao mesmo tempo em que surge um campo ainda inalcançável. Percebe-se, por outro lado, que a ambientação televisiva e as novas formas de trabalho, não apenas na atividade agrícola, são matrizes culturais que interagem no universo rural.

De acordo com as escolhas das temáticas, observa-se que os jovens participantes mostram-se ansiosos em *mostrar a sua cara*, pois todos os temas estão vinculados à vida em comunidade, ao histórico dos lugares e aos hábitos mais peculiares do interior. A partir disso, pode-se indicar a necessidade de incentivo maior à promoção de oportunidades a estes jovens, através de mobilização política vinda da cidadania local (da qual a universidade deve fazer parte), bem como, principalmente, como política pública de incentivo a uma linha importante na atualidade, qual seja a educação para os meios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na cidade, há poucos espaços culturais, nenhum cinema ou teatro. Os auditórios são de entidades públicas, associações ou de instituições de ensino particulares. Na área rural, a cultura e o entretenimento estão baseados fortemente na recepção de conteúdo da televisão brasileira aberta, através do sistema de parabólicas. Assim, é possível pensar na importância de novos projetos na cidade, que incentivem as áreas cultural e da comunicação. A partir das oficinas de audiovisual, do contato e da interação com meios, técnicas e práticas de produção, os jovens participantes passam também a ser receptores diferenciados da programação de televisão.

Nessa medida o audiovisual pode, ainda, passar a ser entendido como um complemento às atividades pedagógicas rotineiras. Pois, assim como a alimentação que é dada às crianças vai condicionar sua saúde e seus hábitos alimentares como adultos, as posturas que lhes forem oferecidas acerca da forma como interagir com os meios de comunicação, nesse caso o audiovisual, podem modelar, mais tarde, não somente sua atitude como adultos diante desse meio, mas também diante da realidade.



Já durante a realização das oficinas, sobressai a significativa ampliação do processo de manifestação cultural dos participantes, o que resultou em mais de um vídeo por *Linha*, destacando assim o empenho dos monitores e principalmente a vontade de contar suas vivências e histórias através do audiovisual. As atividades desenvolvidas junto aos jovens participantes compreenderam basicamente o estudo de técnicas audiovisuais. Porém, destaca-se que a própria interação entre jovens universitários na produção, edição e difusão de vídeos de temática livre e de escolha dos grupos participantes foi um grande *ganho* no processo de interação social e cultural de todos os envolvidos.

Houve, por parte dos monitores envolvidos, um aprendizado significativo no âmbito comunitário, fortalecendo no estudante de Jornalismo a dimensão do papel social da Comunicação e da Cultura e daqueles que são, infelizmente, uma minoria no Brasil, que acedem aos bancos universitários.

As oficinas tiveram grande impacto na comunidade em geral, tendo sido solicitadas por outras escolas e instituições. As ações culturais desenvolvidas durante o projeto foram momentos de socialização de conhecimentos. Especialmente junto aos jovens participantes, mas também no ambiente escolar e comunitário.

A mobilização dos alunos em torno de seus projetos de vídeo foi uma observação importante, demonstrando o quanto a oportunidade de conhecer novas linguagens e dispositivos tecnológicos pode acrescentar perspectivas diferenciadas no âmbito social. Aponta-se, aqui, a necessidade de um processo de inclusão social que seja, ao mesmo tempo, uma inclusão tecnológica que permita a reflexão do audiovisual no cotidiano de cada um.

Torna-se evidente que, nos ambientes escolares, responsáveis pela maior carga de um possível *contraponto* ao que se vê nas emissões massificadas da grande mídia, ainda o audiovisual é pouco explorado. Isso denota a falta de intimidade dos próprios professores com a temática. Entre outras concepções, podem-se visualizar projetos de intensificação do uso do vídeo na escola, sempre acompanhado de um debate crítico do audiovisual, visto a sua fundamental importância na formação das identidades dos adolescentes.

Além disso, com a possibilidade da prática da narrativa audiovisual e da produção de vídeo em seus variados gêneros, os realizadores tornam-se aptos a construir seus próprios relatos e entender como é possível representar a realidade para si mesmos



e para os demais que venham a tomar contato com suas produções. Nesse caso, em especial, o alvo das representações foi, basicamente, a história e o cotidiano das Linhas nas quais suas famílias habitavam. Entre outros resultados, com o projeto *Entre-Linhas* é possível perceber a maneira peculiar como os jovens vêem a mídia audiovisual e, por ela, conseguem se expressar e contar suas histórias e histórias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

CARNEIRO, M. J. **O ideal rurbano: campo e cidade no imaginário de jovens rurais**. NEAD/MDA (1998). Disponível em: <http://www.nead.org.br/index.php?acao=biblioteca&publicacaoID=268> Acesso em: 10 jun 2007.

CASTELLS, M. Fluxos, redes e identidades: uma teoria crítica da sociedade informacional. In: CASTELLS, M. et al. **Novas perspectivas críticas em educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996. (Educação, teoria e crítica)

COELHO, D.O. **A imposição da cultura global perante a cultura local: reflexões sobre um processo inacabado**. Ecos Revista. Pelotas: EDUCAT, vol. 7, n. 2, p. 161-181, 2003.

COLLOU, A.B.F. (org.). **Comunicação rural e era tecnológica**. Fractais, n.3, Recife, UFRPE, Imprensa Universitária, 2000 a.

_____. **Comunicação rural e educação na era das tecnologias do virtual: proposição para um debate**. V Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación (Alaic). Santiago/Chile: 2000 b. Disponível em: www.eca.usp.br/alaic/chile2000/1GT%202000Com%20Tecnologia%20e%20desarrollo/Angelobrasfernandez.doc Acesso em: 10 jun 2007.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U; GIDDENS, A; LASH, S. **Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo, Ed. UNESP, 1997.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**, 3. ed. São Paulo: Loyola: 1989.

JOHN, Connie. Estas são nossas histórias: a aventura da história do vídeo de adolescentes. In: VON FEILITZEN, Cecília; CARLSSON, Ulla (orgs.). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.

MACHADO, A. A experiência do vídeo no Brasil. In: MACHADO, A. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. 2.ed. SP: Edusp, 1996.

NAPOLITANO, M. **Como usar a televisão na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 1999.

NATANSOHN, L. G. **Educação e meios de comunicação: recepção e usos da TV na escola**, 1998. Dissertação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.



PAIVA, R. **Para reinterpretar a comunicação comunitária**. In: PAIVA, R.(org). O retorno da comunidade. RJ: Mauad, 2007.

PERUZZO, C. M. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>> Acesso em: 20 jul 2008.

PLANO territorial de desenvolvimento rural sustentável – PTDRS: Território do Médio Alto Uruguai – RS: melhoria da matriz produtiva agrícola regional. Org. FLORES, A.J. & PRESTES, R. M. Frederico Westphalen: Ed. URI, 2006.

POPULAÇÃO Jovem do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/comentario1.pdf

REYZABAL, M. V. **A comunicação oral e sua didática**. Trad. Waldo Mermelstein, Ed. Universidade do Sagrado Coração, Bauru. São Paulo, 1999.

RODRIGUES, G. F. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/educomunicação/saibamais/textos>> . 2002. Acesso em: 20 jan. 2008.

SANTOS, M. MetrÓpole: a força dos fracos é seu tempo lento. In: SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. SP: Hucitec, 1994.

SCHWARTZ, T. **Mídia**: o segundo Deus. 2. ed. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, J. G. O novo rural brasileiro. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v. 7. p. 43-81, maio 1997.

SILVA, S.R. Cidadania, identidade cultural e mídia na contemporaneidade. **Ecos Revista**. Pelotas: EDUCAT, vol. 7, n. 2, p. 187-201, 2003.

SISTEMA de Informações e Indicadores Culturais. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2003/indic_culturais2003.pdf. Acesso em: 10 jun 2007.