



## **VeZ e Voz dos Jovens.<sup>1</sup>**

Gecíola FONSECA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Ceará

### **Resumo**

Este estudo, de caráter qualitativo, tem como objetivo responder à seguinte questão: quais as leituras dos jovens participantes da produção e realização do programa de televisão Megafone acerca do aprendizado da comunicação e da cidadania vivenciados no projeto? Para isso, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com seis jovens que participam/participaram da produção do programa e a análise de suas falas foi conduzida com base nas proposições metodológicas da análise de discurso. O estudo conclui que os discursos analisados demonstram que esses jovens vivenciam um processo educativo, no sentido da educação informal, que possibilita a construção e a desconstrução de discursos e valores, a consciência dos direitos humanos e de cidadania, além de maior compreensão do mundo e de como funcionam os próprios meios de comunicação de massa.

**Palavras-chave:** comunicação; educação; cidadania; jovens.

### **Introdução<sup>3</sup>**

O desenvolvimento dos meios de comunicação implicou em sua penetração no espaço de todas as instituições e atividades da sociedade, transformando as interações sociais, que hoje vão além da relação face a face entre os sujeitos. Essas mudanças, aliadas a outros fatores, abalaram os paradigmas e modelos das formas de aprendizagem, seja ela no âmbito da escola ou não. Além dos objetivos de proporcionar a divulgação de produtos e idéias, informação e entretenimento, os meios de comunicação possuem um potencial educativo. Estamos em um contexto em que crianças e adolescentes têm seu processo de formação definido não apenas pela interação com a família, a escola e a comunidade, mas também pelo acesso aos conteúdos oferecidos pela mídia.

Ao configurar um processo de disputa por legitimidade na socialização de crianças e adolescentes na sociedade moderna, os conflitos entre escola, família, comunidade e meios de comunicação impõem o desafio de não dissociar, mas de promover espaços de encontro e diálogo entre essas diferentes formas de aprendizagem. Sendo assim, diversos grupos da sociedade civil no país encontraram uma nova forma de vivenciar a produção de conhecimento e a cidadania com crianças e adolescentes: a produção de comunicação. Seja

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Pós-graduanda da Especialização em Audiovisual em Meios Eletrônicos da UFC, e-mail: geciola@culturalivre.org

<sup>3</sup> Este texto resulta de reflexões mais amplas que estão inseridas na monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Inês Sílvia Vitorino Sampaio.



por meio de rádio, jornal ou televisão, eles aprendem a divulgar temas relevantes na formação e informação dos jovens, que se apropriam dos meios de comunicação, passando da condição de mero público consumidor a produtor de mídia.

O conhecimento destas experiências nos permitiu definir o objetivo principal desta pesquisa: compreender como os jovens que participam de uma prática como essa significam suas vivências, isto é, quais as leituras dos jovens participantes da produção e realização do programa Megafone acerca do aprendizado da comunicação e da cidadania vivenciados no projeto?

A discussão a que nos propomos não se faz a partir de uma leitura linear da comunicação pautada na relação emissor-receptor. Buscamos novas formas de relação que resgatem o lugar do público como ator social e compreendemos a comunicação como um processo compartilhado e mediado pela mídia, mas não determinado só por ela; um processo vivenciado cotidianamente onde está presente uma pluralidade de mediações, onde os agentes do processo comunicacional ressignificam não só seu cotidiano imediato, mas também as programações e os conteúdos difundidos pelos meios de comunicação.

#### **A Educação para o Uso Crítico da Mídia.<sup>4</sup>**

A educação para o uso crítico da mídia envolve uma relação entre a abordagem crítica e a passagem à ação-realização. Isso implica entender a mídia como instrumento através do qual se faz educação e como objeto temático de intervenção educativa através da leitura, da interpretação, da análise e da produção de produtos comunicacionais, como objeto de experiência estética e expressiva da sensibilidade, do conhecimento e das múltiplas linguagens humanas. Ou seja, entender a potencialidade das mídias como linguagem que amplia repertórios culturais, desencadeia novas sensibilidades, implica uma forma de conhecimento, de expressão e de comunicação, e, por fim, contribui para a educação para a cidadania.

“Nesta perspectiva, Comunicação e Educação são espaços públicos problematizadores das questões do contemporâneo, são âmbitos para estimular a reflexão e a realização de ações que discutam os andamentos complexos referentes aos modos de formar, circular e se apreender as redes semióticas e os agenciamentos coletivos

---

<sup>4</sup> Existem várias correntes cujas práticas são pautadas pela relação entre Comunicação e Educação. Elas foram desenvolvidas em várias partes do mundo, em diferentes momentos históricos. Por conta disso, várias são as formas utilizadas para designar este tipo de ação: educação para a mídia, leitura crítica da mídia, media literacy etc. Julgamos que a denominação “Educação para o uso crítico da mídia” é a mais adequada à reflexão a que nos propomos realizar nesta pesquisa, pois consideramos que o objetivo destas propostas é suscitar uma reflexão crítica acerca dos processos de comunicação, mediante a constituição de espaços de discussão e ressignificação dos produtos da mídia e do estímulo a iniciativas críticas de produção de comunicação por parte da sociedade.



disponibilizados socialmente pelos processos comunicacionais no veio das novas tecnologias e das infovias.” (SCHAUN, 2002, p. 90)

Quando se reflete sobre a mídia como um dispositivo de representações, com seus mecanismos e funções que organizam tempos, espaços e predeterminam papéis e articula-se esta reflexão com a identificação da especificidade de sua linguagem, regras e convenções, são desencadeadas novas sensibilidades, na medida em que produzir comunicação numa situação coletiva possibilita uma forma privilegiada de elaborar novas maneiras de sentir o mundo, o outro e a nós mesmos.

No Brasil, este tipo de ação é pouco explorada pelas escolas, sendo realizada há pelo menos vinte anos especialmente pelas ONGs (organizações não governamentais) e movimentos sociais de diversas regiões do país (VIVARTA, 2004). Hoje também as universidades começam a avançar nesse campo, tanto na prática de projetos de extensão, como através de pesquisas.

No Ceará, podemos destacar as ações realizadas neste âmbito pela Fundação Casa Grande, a Escola de Comunicação da Meninada do Sertão, que atua na cidade de Nova Olinda; e pelas ONGs Comunicação e Cultura, Alpendre e Encine, situadas na cidade de Fortaleza, entre outras. A Encine produz o programa intitulado Megafone!, que será objeto de nossa atenção particular.

### **A Encine e o Megafone.**

A Encine é uma organização não-governamental sem fins lucrativos fundada em 1999. Tem como missão promover, defender e difundir os direitos humanos, em especial de crianças, adolescentes e jovens, através da educação, comunicação, arte e cultura na construção da justiça social e da vida sustentável. A ONG busca atingir seus objetivos através de um conjunto de ações: mostras, cursos, concursos, exposições interativas, peças teatrais, cine-clubes, produção de filmes, jornais e vídeos (mais de 60 produções, entre desenhos animados, documentários e campanhas beneficentes); eventos, programas de rádio e televisão, entre outros.

Criada para utilizar os meios de comunicação com os adolescentes dentro do processo educativo, a Encine forma os “arte comunicadores sociais”, os ARCOS. Os adolescentes passam por um curso de formação que dura em média dois anos, onde são sensibilizados para a necessidade do trabalho social em sintonia com os interesses da coletividade e com a diminuição das diferenças sociais. No curso, eles desenvolvem sua expressividade e comunicação, além de construírem noções sobre história da arte, vídeo, fotografia, design,



teatro, filosofia, sociologia, direitos humanos e cidadania, realizando atividades como a produção e realização de programas de TV (Megafone!) e de rádio (Rolimã, veiculado pela Rádio Universitária FM e atualmente “de férias”).

O Megafone, programa de TV produzido pela Encine, é direcionado ao público de 12 a 18 anos, onde os jovens realizam e/ou participam de todas as etapas de sua produção. O programa aborda prioritariamente temas de relevância social, buscando fazer isso de uma forma dinâmica e com uma linguagem acessível e próxima do público. Os jovens redatores, produtores, câmeras, apresentadores e editores já produziram mais de 100 edições em seis anos de Megafone.

O programa é exibido aos domingos e reprisado aos sábados pela TV Ceará e “atinge 184 municípios, com uma audiência potencial de quase um milhão de telespectadores de 12 a 18 anos e audiência estimada de 150.000 domicílios só na capital cearense”<sup>5</sup>. Ele foi o primeiro e é um dos poucos programas brasileiros realizados por uma ONG e que é veiculado semanalmente em canal aberto de televisão. Em 2007, recebeu o selo de programa Especialmente Recomendado para Crianças e Adolescentes (ER), criado pelo Ministério da Justiça (Portaria nº 20 de 08 de dezembro de 2006 – publicada no Diário Oficial da União de 11 de dezembro de 2006).

Cada edição do programa Megafone possui cerca de 30 minutos onde um tema específico é abordado através de discussões, num “bate-papo”, com convidados (que geralmente são professores de universidades ou membros dos movimentos sociais) e com os jovens em enquetes realizadas em escolas ou em outros espaços onde se encontre o jovem ou o público específico do tema em questão. A cada edição são exibidos quatro ou cinco quadros diferentes, ligados ou não ao tema principal.

Hoje são doze jovens na equipe de produção do programa, mas, para chegar a este número, existe um processo de seleção e a exigência de um perfil: jovens de escola pública, de baixa renda (até meio salário mínimo), de 14 a 21 anos.

### **Análise dos discursos dos jovens.**

Os dados desta pesquisa, de caráter qualitativo, são os relatos de experiências e depoimentos de seis jovens que participam/participaram de formações na Encine e foram coletados a partir de entrevistas semi-estruturadas e gravadas. A escolha dos jovens levou em consideração as diferentes funções exercidas por eles na produção do Megafone, bem como o

---

<sup>5</sup> Fonte: Ibope, segundo histórico disponibilizado pela ONG.



fato de três deles não mais pertencerem à ONG e três ainda participarem da produção do programa em 2007.

A análise da fala dos jovens entrevistados será conduzida com base nas proposições metodológicas da análise de discurso, por ter em mente (1) a certeza de que a linguagem não é “simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo, e (2) uma convicção da importância central do discurso na construção da vida social” (GILL, 2002, p. 244). Sendo assim, consideramos o discurso como palavra em movimento e a linguagem como não transparente, lugar de ação e de interação entre indivíduos. Analisamos a língua fazendo sentido e a linguagem como o lugar onde se constituem e se relacionam sujeitos e onde se produzem sentidos em contextos social, histórico e ideológico, ou seja, levamos em conta o funcionamento da linguagem, e não apenas os conteúdos ou mensagens produzidas. (ORLANDI, 2000).

A linguagem é uma mediação entre o homem e a realidade natural e social. Assim, os dizeres não são como dissemos, apenas mensagens a serem decodificadas. São produzidos diferentes efeitos de sentidos em determinadas situações. Para a Análise de Discurso, não existe um sentido *a priori*, mas um sentido que é constituído, produzido no processo da interlocução.

Desse modo, a fala dos jovens será considerada como um processo, onde a comunicação tem o sentido de diálogo e de conflito entre sujeitos que agem pela linguagem, significando o mundo e se significando, através da interação verbal.

Na fala dos jovens entrevistados seus hábitos, valores, idéias, posturas ideológicas entram na construção do discurso, significam nos enunciados, servem de base para a interação entre interlocutores, na produção de sentidos, realizada a partir dos discursos. As próprias condições de produção do diálogo também constituem os discursos.

As condições de produção funcionam de acordo com três fatores, situados no plano do imaginário. Um deles é o que chamamos de relação de forças (ORLANDI, 2000), este nos diz que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz. Assim, se eu falo a partir do lugar de pesquisadora e estudante de Comunicação Social da UFC, minhas palavras significam de modo diferente das palavras dos entrevistados, no lugar de alunos de uma ONG que objetiva a promoção dos direitos de crianças e adolescentes através da arte e da comunicação. São relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na comunicação, pois quando analisamos um discurso, não são os sujeitos físicos nem os seus lugares inscritos na sociedade que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. Considerando isso, certas falas valem (significam) mais do que outras.



Este jogo imaginário nos mostra outro fator das condições de produção do discurso, que é a antecipação, onde o sujeito se coloca no lugar do outro, como forma de regular a argumentação. No caso da nossa pesquisa, procuramos levar em consideração na análise de discurso dos jovens entrevistados o fato de que, através dessa relação de antecipação, os jovens produzem imagens da pesquisadora, e também do que esta espera ouvir, contribuindo, assim, para a construção de seus discursos. Além disso, ainda temos a imagem que o jovem tem da imagem que a pesquisadora tem dele, a imagem que o jovem tem do objeto em discussão, a imagem que o jovem tem da imagem que a pesquisadora tem do objeto e assim por diante. Em outras palavras, a construção do discurso proferido por cada jovem sofre influência daquilo que eles antecipam que a pesquisadora desejaria ouvir, sendo esta uma estudante de Comunicação Social e pesquisadora. Este jogo se faz perceber claramente na preocupação de uma entrevistada em se fazer entender pela pesquisadora, em saber o que esta achava do que ela estava falando etc.

Entrevistado 1 – “Eu tô misturando tudo, não sei se tu vai entender. (...) Eu vou tentar ser mais clara assim. (...) Não, é porque eu tô pensando aqui, vou reformular a minha resposta, porque foi muito vaga, né? (...) Tá acontecendo comigo, não sei se já aconteceu contigo. (...) Não sei se eu te respondi. (...) Não, num tem nada a ver né? (...).”

O terceiro fator é o que chamamos de relação de sentidos. Segundo este, todos os discursos se relacionam, buscam seu significado com outros discursos que os sustentam e com dizeres futuros, ou seja, o discurso é considerado dentro de um processo discursivo mais amplo, contínuo. Um enunciado mantém uma relação de responsividade ao que já foi dito e implica respostas futuras, de acordo o conceito bakhtiniano de dialogismo. Como Bakhtin (2003) mesmo afirma: “o objeto de um discurso já foi falado, controvertido, esclarecido e julgado de diversas maneiras, é lugar onde se cruzam, se encontram e se separaram diferentes pontos de vista, visões de mundo, tendências”.

Observamos em nossa análise que todos os discursos proferidos pelos jovens entrevistados estão repletos de marcas que refletem discursos outros, como o dos professores do curso de formação, o discurso dos coordenadores, principalmente o de Ives Albuquerque (coordenador geral da Encine). Na seqüência, apresentamos como estes discursos se relacionam.

Todos os jovens consideram a Encine como um laboratório, uma escola onde eles estão em um processo de aprendizagem, produzindo um “programa-escola”, definido como “os alunos da Encine que tão num curso de Comunicação, que, entre aspas, a formação deles é o



programa sabe... é na prática”<sup>6</sup>. Eles afirmam que houve uma mudança no entendimento que eles tinham acerca dos meios de comunicação e suas programações, uma visão que considerava, por exemplo, a televisão como “uma pessoa bonita que tá lá falando coisas interessantes” ou que servia apenas “pra assistir novela”, como passatempo ou apenas como meio de transmissão de informação.

Percebemos que eles passam a entender o modo como opera a mídia (particularmente, a televisão) na constituição de questões relacionadas às formas pelas quais se produzem sentidos e sujeitos na cultura. Ou seja, eles atribuem um poder aos meios de comunicação que não é só o de informar e de formar opiniões, mas sim um poder de real transformação da realidade social. Eles colocam em jogo questões de ordem ideológica, que envolvem diretamente relações de poder, como na afirmação “a gente tem o mundo nas mão né”<sup>7</sup>.

Esta mudança de compreensão é atribuída pelos jovens ao curso de formação, que tem uma grande influência em todos os discursos que eles produzem acerca da comunicação, cidadania, educação, direitos humanos, da realidade social etc. Os jovens afirmam que o professor “botava a gente pra pensar sabe: vocês tão aqui pra pensar. (...) Acho que o diferencial da Encine em si é isso, é botar os alunos pra pensar.”<sup>8</sup>

A metodologia utilizada no curso prioriza sempre aliar o conteúdo técnico ou teórico abordado com a realidade social dos jovens, através da leitura de textos, aulas expositivas, exibição de vídeos, debates, vivências, produções. Este tipo de abordagem aproxima a prática destes professores à práxis educativa freiriana, não considerando o jovem como mero receptor de conhecimentos ou público alvo das produções da mídia, mas antes como seres capazes de agir com a autonomia necessária a uma inserção mais atuante na sociedade. É um incentivo à capacidade de produção dos indivíduos, através da reflexão e do diálogo, no qual os jovens, partindo de sua própria realidade, de seus contextos sócio-históricos, de suas próprias escolhas e práticas, analisam e vivenciam como a mídia opera e como suas mensagens e gêneros são formados.

Assim, os sentidos que se constroem a partir de cada uma das falas dos alunos, professores e coordenadores relacionam-se de uma forma que passam a construir uma espécie de coro de vozes na constituição de uma monofonia afirmativa de uma posição discursiva que argumenta na direção do reconhecimento e auto-afirmação de uma certa forma de fazer comunicação que prioriza a educação, através do estímulo à reflexão crítica a permear todas

---

<sup>6</sup> Entrevista nº 01.

<sup>7</sup> Entrevista nº 04.

<sup>8</sup> Entrevista nº 01.



as ações e produtos dali resultantes. Então, a partir desse processo, os jovens tomam para si novos discursos acerca dos processos comunicacionais, entendendo o curso da Encine como a formação deles e o Megafone como o espaço para “formar” outros jovens:

Entrevistado 2 – “Formar principalmente jovens né, acho que essa é a maior luta do Megafone, formar jovens cidadãos, jovens conscientes mesmo do mundo em que vivem.”

Entrevistado 3 – “O objetivo do Megafone é conscientizar a juventude, é levar a juventude pra cima, é fortalecer a juventude, é dizer que ser jovem é maravilhoso, ser jovem é uma fase que eu acho que a gente tem força, tem energia, tem vontade de mudar e tem que ser usada pro bem, de forma que traga transformação pra outras vidas. E o papel do Megafone além desse é dizer que a comunicação ela tem um papel social imenso e deve ser sim utilizada pra essa transformação (...) Então, é falar da juventude, é valorizar a juventude enquanto seres em potencial pra transformação e também é a comunicação na vida desses jovens, a comunicação na sociedade, a comunicação como um todo né (...) O Megafone ele vem pra dizer que o jovem pode sim fazer comunicação.”

Nosso discurso, ao expressar nossa visão de mundo, revela as contradições e os confrontos de interesses sociais. A palavra é lugar de conflitos, de disputa de valores, de onde se originam diferentes formações discursivas (FDs). Sendo assim, todo indivíduo constrói seu discurso inserido em uma formação discursiva determinada, de onde obtém seu significado. “A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2000, p. 43). Todo enunciado se insere em uma formação discursiva determinada e não outra e é dela que extrai um sentido e não outro. As FDs são heterogêneas, constituídas pela contradição, e expressam diversas vozes e diversos sentidos – o interdiscurso –, que representa, no interior da formação discursiva, a formação ideológica à qual está subordinado o discurso e é onde se formam os “pré-construídos” (FIORI, 1981, p. 91), ou seja, os conteúdos do pensamento do sujeito universal, produzidos em discursos anteriores. Portanto, a formação discursiva impõe o que pode e o que deve ser dito, de que forma e por quem.

No nosso caso analisado, tudo o que já se disse sobre comunicação, produtor, receptor significam nas falas dos jovens entrevistados, que mostram uma compreensão da mídia tradicional que assume, mesmo sem o conhecimento deles, o saber do “sujeito universal” de uma formação discursiva estruturalista, frankfurtiana, que remonta aos anos 40, 50 e início dos anos 60, quando alguns autores americanos marcam a discussão sobre a indústria cultural, cultura de massa e sociedade de massa (MATTELART, A.; MATTELART, M., 1999).

Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, filósofos da escola de Frankfurt, são os dois maiores representantes desta concepção dos meios de comunicação. Na “Dialética do Esclarecimento” eles utilizam o termo Indústria Cultural para referirem-se à organização que o sistema capitalista desenvolveu em torno da produção artística e cultural, onde os meios de comunicação estavam na base de todo o sistema, sendo relacionados às peculiaridades do sistema sócio-econômico onde se inseriam, ou seja, a mídia era vista como instrumentalizadora dos interesses do sistema sócio-econômico, através de uma dominação estética, cultural e da consciência. Esse olhar ideológico, de base frankfurtiana, possibilitou compreender os meios como instrumentos de alienação e de dominação através da cultura e seus sistemas simbólicos. “Em nossos dias, a racionalidade técnica é a racionalidade da dominação propriamente dita. O terreno em que a técnica adquire seu poder sobre a sociedade é o terreno dos que a dominam economicamente” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Nestas próximas falas, podemos perceber claramente como o discurso frankfurtiano e os discursos dos jovens se relacionam, como os últimos estão inseridos nesta formação discursiva dada, que estabelece o que deve ser dito, principalmente pelo uso das palavras “alienação” e “manipulação” por todos os entrevistados. Vejamos:

Entrevistado 1 – “Olha, eu vou ser sincera, eles não querem jovens inteligentes, porque eles não querem jovens com cultura, porque aí como é que eles vão dominar, sabe? Como é que eles vão ter o poder? Eu vejo assim... então eles querem sempre aquele jovem alienado, que só pensa em coisas fúteis sabe, coisas marginais, sabe...”

Entrevistado 2 – “(...) eu não sabia desse poder de massificação dos meios de comunicação, esse poder de alienação do povo, pra mim, eu era uma alienada também, então, assim, não fazia a menor diferença.”

Entrevistada 3 – “A visão que eu tinha dos meios de comunicação... eu ficava assim estressada com algumas coisas, tipo assim da manipulação que tinha nos meios de comunicação, mas não entendia direito, não entendia direito o quê que era isso.”

Entrevistado 4 – “Ah, digamos a visão que eles querem passar... de... neutralização mesmo, pra você nem imaginar que por trás de tudo aquilo é tudo... digamos que mentira, é toda uma, é tudo uma manipulação... não deixa de ser uma manipulação pra que você tenha aquele pensamento, receba aquela idéia. (...) Eu abri o olho... deixei de ficar com o olho fechado e comecei a ver que nem tudo o que a gente vê na televisão é verdade, muita coisa é imposta como verdade.”

Entrevistado 5 – “São meios de comunicação muito... persuasivos né, eles realmente eles entram na mente das pessoas que estão alienadas através deles desde os nossos avós né.”

Entrevistado 6 – “(...) eu assistia (os programas direcionados aos jovens produzidos pela mídia tradicional) por alienação mesmo, porque todo mundo assistia. (...) Na minha percepção é a influência mesmo que eles exercem sobre a gente. (...) Um ator bonito, uma atriz bonita, uma história linda e ficar desejando ser aquilo, ou então um programa que deturpa as coisas ou apresenta coisas que num tem nada a ver assim e mantém a galera na alienação.”

Na Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (1985) os donos de gravadoras, meios de comunicação e de outras empresas envolvidas na produção e reprodução das manifestações artísticas apenas buscam o lucro. “A verdade, cujo nome real é lucro, serve-lhes de ideologia” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 115). Nas palavras dos jovens:

Entrevistado 4 – “(...) Porque eles incentivam o entretenimento, eles querem só fazer você se divertir por alguns momentos, durante a uma hora ou a meia hora que eles tão no ar pra que eles ganhem ibope, vendam o produto deles e fiquem todo mundo rico... (...) então é isso... você tem que vender, se você num vender, você sai fora... por isso você vê vários programas bons que entram no ar, não vendem, saem fora...”

Entrevistado 5 – “Eu acho que os meios de comunicação eles só servem pra deixar o mundo como ele já tá hoje, muito mais consumista, muito mais... é... explorador, é isso...”

Entrevistado 6 – “(o interesse deles é) O lucro, com certeza. Se não vender não passa. (...) Eles tão instigando a uniformidade da galera assim... que todo mundo seja igual, que ninguém pense, que todo mundo consuma. (...) É uma indústria, uma indústria que tem que vender.”

Podemos perceber nestas falas o interdiscurso, o já-dito na concepção estruturalista da mídia que sustenta todo o discurso dos jovens, que, mesmo sem saber, reproduzem um dizer que remonta a posturas fundadoras em comunicação que foram demonstrando limitações na forma de explicar a mídia após os anos 1980, quando a dimensão cultural passa a ser tomada como base de um novo caminho para identificar o lugar social dos meios de comunicação.

As teorias educativas e as teorias da comunicação, nas suas versões mais atuais, convergem para substituir o paradigma da "transmissão" de conhecimentos pelo da "mediação" compreendida como modelo interpretativo e relacional de apropriação de conhecimentos. Essa compreensão dialógica da educação pode ser observada na comparação que uma das entrevistadas faz entre a Encine e as instituições de educação formal:

Entrevistado 1 – “Troca de saberes, sabe. Na escola a gente... o professor é o mestre, o dono da razão, aqui a gente troca saberes com os educadores, né. Essa palavra, assim, essa frase eu aprendi aqui na Encine, troca de saberes, que eu acho muito bacana. Você num aprende, você troca seus saberes, você troca seus conhecimentos, então, pra mim, a Encine foi isso, a possibilidade de que aqui eu não sou só considerada só como aluna, (...) aqui não, aqui sabe, o coordenador, o Ives, o diretor, senta com a gente, eu vou lá na sala dele... os profissionais da Encine, eles... eles se envolvem com você muito mais do que aluno sabe.”

Ao mesmo tempo em que os jovens priorizam essa educação com base na mediação, no diálogo, a que Paulo Freire se refere como essencial para o processo pedagógico, concebem a mídia numa perspectiva tradicional que a considera como apenas um transmissor de



informações e o público como um mero receptor passivo, alienado, manipulado, que só assimila os conteúdos recebidos.

Porém, como já dissemos, as formações discursivas são heterogêneas, constituídas pela contradição, portanto, os jovens afirmam ainda que a mídia também pode ser utilizada de uma forma alternativa, para a transformação dos sujeitos, até porque esse é o objetivo deles, ao se aliarem a esta mídia – que eles de certa forma “demonizam” – através do programa Megafone.

Entrevistado 4 – “A gente queria trabalhar muito com essa idéia de cultura, vamo mostrar que a gente num só pode se divertir com música, mas cinema, teatro, ou mesmo televisão, tem muita coisa boa na televisão, não só coisa ruim também.”

Entrevistado 1 – “(na Encine) tem toda uma metodologia, sabe... porque que vai ser aquele tema abordado, como... porque o Megafone ele tem eixos né, é feito por eixos: educação, comunicação e juventude. Esses três eixos sabe, faz uma pirâmide que se chama direitos humanos, eu vejo como isso. Porque a Encine trabalha com a promoção dos direitos humanos de crianças e adolescentes. E eu comecei a me preocupar com o outro sabe... A comunicação que eu faço, seja na televisão, seja... sei lá... no jornal Olha Aí da gente, no *blog*, a gente tem que ter uma conotação social, a gente tem que ver: porque que a gente tá ali fazendo aquilo? Por uma necessidade da sociedade, do meio que a gente vive? Do colégio que a gente estuda? Eu comecei a ter essa visão sabe... (...) O Megafone tenta mostrar, mostra coisas interessantes sabe... aborda temas que, prum programa jovem, não é abordado... como os direitos humanos.”

Esta última fala também demonstra o aprendizado da cidadania construído neste tipo de prática. Através da participação destes jovens na comunicação em todos os níveis de participação popular que Peruzzo (1998) destaca, na produção, no planejamento e na gestão contribuem para uma educação para a conquista da cidadania: “O Megafone me deu uma visão de mundo, de um ser humano, de uma cidadã, sabe... como eu posso usar a mídia na promoção dos direitos humanos, numa boa educação, na sociedade.”<sup>9</sup>

A valorização da possibilidade do livre pensar, da livre expressão de idéias, é marcante nas falas, pois a experiência no Megafone permite não só que eles tenham acesso e construam conhecimentos, mas que desenvolvam outras formas de se relacionarem consigo mesmo e com os outros, o que possibilita, por exemplo, a perda da timidez e a conseqüente melhora na maneira deles se expressarem, e até mesmo uma valorização de si, do próprio corpo etc.

Entrevistado 4 – “Eu sou tímido pra caramba, hoje em dia nem tanto porque eu tive que trabalhar com a timidez das outras pessoas, né. Quando a gente vai entrevistar uma pessoa que é muito tímida a gente tem que acabar fazendo a pessoa relaxar e, automaticamente, eu meio que perco minha timidez também.”

---

<sup>9</sup> Entrevista nº 01.



Entrevistado 2 – “(...) Tem muito padrão de beleza estipulado, até isso muda. Pô, eu num tenho que ser igual àquela modelinho que tá desfilando, eu tenho o meu jeito, eu tenho a minha beleza, quem não quiser, quem num aceitar isso, eu num tô nem preocupada.”

O Megafone, segundo os jovens entrevistados, possibilita a conquista da cidadania: “a Encine foi que me motivou a perguntar, a me interessar por ver as coisas, a não só receber, e sim questionar”; além desta cidadania se efetivar através do cumprimento de um dos direitos de cidadania, o direito à comunicação: “(o Megafone) possibilita (a conquista da cidadania) porque eu estou tendo o direito de trabalhar numa mídia, sabe, de conhecer aquela mídia, como é que é feito, qual o processo, se é de uma forma que leve os direitos humanos ou não.”<sup>10</sup>

Este discurso da responsabilidade social, da cidadania como um direito coletivo, inserido em uma formação discursiva característica dos movimentos sociais e das ONGs, se reflete em todas as ações da Encine e do Megafone, desde a escolha dos temas até a escolha dos convidados, estes sendo preferencialmente pertencentes aos movimentos sociais e às universidades. Existe toda uma uniformidade de discursos entre coordenadores, apresentadores e convidados, sendo a pluralidade de opiniões por vezes garantida pelo público, constituído basicamente por jovens de escolas públicas e particulares, que, talvez por não estarem no âmbito de uma organização não-governamental e sim de uma instituição de ensino formal, nem sempre compartilham da visão “alternativa” apresentada.

Pudemos perceber também nas gravações do programa que foram acompanhadas a riqueza do debate realizado, priorizando sempre a fala do jovem e a expressão de suas opiniões, antes mesmo das colocações dos convidados. Esta riqueza, na maioria das vezes, não pode ser acompanhada pelo telespectador, pois os jovens têm apenas 30 minutos para transmitir todo o debate realizado em mais ou menos duas horas de gravação no Centro Cultural Banco do Nordeste (além das matérias produzidas fora do estúdio) de uma forma leve e dinâmica. Isso compromete, de certa forma, o objetivo do Megafone de formação dos jovens telespectadores, já que o debate algumas vezes acaba ficando superficial depois da edição. Além dessa dificuldade, os jovens apontam também outras que atrapalham suas práticas, como as dificuldades financeiras próprias de uma organização não-governamental.

O Megafone, tentando fazer uma leitura plural e crítica de nossa história e cultura, que legitime também os jovens como produtores de mídia, rompe com o discurso que domina a mídia tradicional. As falas analisadas demonstram esta situação. Da mesma forma, mostram

---

<sup>10</sup> Idem.



como todas as contradições afloram, gerando inquietações e provocando mudanças nestes jovens.

Entrevistado 2 – “Você pode perguntar pra qualquer aluno aqui que ele não é a mesma pessoa quando entrou... e num influi somente na maneira de tu olhar pra televisão e ver o que presta e o que não presta na concepção de cada um... influi até na maneira de tu escolher uma música. (...) Muda beleza, muda questão de roupa, muda questão de senso crítico, muda questão de opinião, muda tudo, eu acho que muda pra melhor.”

Entrevistado 5 – “Eu aprendi a gostar de cultura através do Megafone.”

Entrevistado 3 – “Isso traz transformação na vida de quem tá fazendo né, que é na minha vida, na vida das outras pessoas, porque realmente, na medida que a gente ia discutido os temas eu ia trazendo pra minha vida e ia fazendo a transformação. Então, o papel da comunicação é: transformar a vida de quem trabalha com comunicação, de quem pesquisa (...) e também de quem recebe né, de você conseguir transmitir isso pras pessoas, o que tu tá sentindo, o que tu tá pensando... transmitir a tua idéia e deixar livre pra elas aceitarem, pra elas recusarem, pra elas é, adaptem... enfim né, pra elas tirarem suas próprias conclusões...”

Pêcheux (apud PIRES, 1997) afirmou que existem pontos de resistência, ocultos sob a dominação ideológica, que surgem a partir do questionamento de uma ordem, da transgressão do sentido de discursos dominantes. Esta forma de resistir é perceptível nos jovens, no momento em que, subvertendo a língua, eles rompem com o círculo da repetição e instauram a diferença, a heterogeneidade nos discursos da mídia.

Apesar do discurso tradicional maniqueísta que de certa forma “demoniza” a mídia e considera a prática realizada por eles como “redentora”, é importante considerar que estes jovens, a partir desta educação para o uso crítico da mídia, passam a ser conscientes de quem detém o poder sobre os meios de comunicação e de que forma as mídias operam, de que é necessário que a sociedade também tenha voz nesses meios, passam a ser conscientes de que questões de diferença (de acesso aos direitos básicos, como a produção de comunicação, por exemplo) se tornam questões de poder e como este poder é distribuído desigualmente. Por fim, tornam-se conscientes de que suas práticas contribuem para mudar esta situação.

O silêncio imposto à parte da sociedade desprovida de poderes econômicos criou um movimento de resistência no qual estes jovens se inserem, tentando romper com esse direito exclusivo das classes dominantes de serem os senhores do discurso, os donos da voz. Eles acreditam poder construir um novo discurso que subverta o sujeito, que rompa com todos os estereótipos e que estimule a reflexão crítica e a ação em detrimento da acomodação diante das injustiças do mundo.

Entrevistado 3 – “Eu acredito que o jovem ele pode sim fazer comunicação, que ele não precisa ser um mero instrumento de pesquisa ou alguém que você coloque, faça



uma matéria sobre ele e você fala sobre ele, ou um programa pra jovens, adultos falando sobre o jovem. Porque eu acho que o jovem ele pode sim produzir, ele pode sim falar na linguagem dele, falar de acordo com o que ele entende né, por cada tema. (...) Eu acho que quando ele se apropria, quando ele faz comunicação com a sua linguagem, ele alcança muitas outras pessoas, ele alcança algo muito maior, porque é ele que tá falando né, eu acho que o jovem adora se ver, e se ele se ver como consumidor, como alguém que só compra, como alguém que é fútil, ele vai acabar tomando isso pra si. Mas quando ele vê como alguém que pensa, como alguém que questiona, como alguém que conversa, mobiliza pessoas, quando ele se vê como alguém que realmente luta pela melhoria, ele vai acabar absorvendo isso pra ele e vai sim ser assim, vai querer ser assim. Quando ele faz essa comunicação também, ele tá passando o que ele pensa né, então eu acho extremamente importante assim, se apropriarem e mostrarem o que realmente são...”

A ação realizada pelo Megafone transita por caminhos complexos de significações e formações de identidades de indivíduos que sempre estão por se fazer e que se descobrem como tal e como sujeitos de direitos possuidores de grande potencial de transformação de si mesmos e do mundo. Eles se descobrem possuidores do direito à comunicação que possibilita a promoção e a luta pela garantia dos demais direitos de cidadania.

### **Considerações Finais**

Os jovens participantes da produção do programa Megafone acreditam que desenvolvem formas próprias de comunicação, alternativas, como algo que se origina a partir do curso de formação oferecido pela Encine e, ao mesmo tempo, como força intrínseca e propulsora deles próprios, estimulada pela ação e pelo discurso dos professores e coordenadores da ONG. Discurso esse que os jovens tomam para si e que, sem perceber, acaba por reproduzir uma postura teórica relacionada à comunicação já revista e que consideramos insuficiente para explicar as complexas questões relacionadas ao campo da comunicação. Ao adotar uma visão maniqueísta em relação à mídia, considerando-a como um meio para a alienação e a manipulação da sociedade, eles se inserem em uma formação discursiva que entra em contradição com a postura que eles defendem em relação à educação (baseada na práxis freiriana) e à prática que eles realizam no programa.

Não queremos dizer aqui que os jovens devam perder a crítica em relação à mídia presente em seus discursos, mas que ela seja embasada em reflexões teóricas sobre a comunicação coerentes com as reflexões que servem de base para os processos educacionais da ONG e com a prática social desta organização.

A experiência na Encine possibilita que os jovens percebam de que modo opera a mídia na constituição de sujeitos na sociedade contemporânea, que tenham a noção das relações de poder que existem nos processos comunicacionais, e que entendam os meios de comunicação



como instrumentos com potencial enorme de transformação para aqueles que dela participam direta ou indiretamente.

A reflexão crítica acerca da mídia e a produção de comunicação são fundamentais para a tomada de consciência do papel desses jovens na sociedade, na luta por seus direitos individuais e coletivos. Esta consciência desperta nos produtores do programa um sentimento de responsabilidade social na formação de outros jovens: o público do Megafone, de forma que eles procuram difundir tudo o que vivenciaram no curso de formação da Encine e no processo de produção do Megafone. Procuram difundir outras formas de ser e estar na cultura em que vivem, alternativas àquelas oferecidas pelos programas direcionados a este público que são produzidos pelos canais de televisão tradicionais. Além disso, ainda proporciona mudanças nas formas destes jovens se relacionarem com o mundo, com a cultura, consigo mesmo e com os outros.

### **Referências Bibliográficas**

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986.
- \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- \_\_\_\_\_. **Ação cultural para a liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- GILL, Rosalind. Análise de Discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 244-270.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**. Princípios e Procedimentos. Campinas, São Paulo: Pontes, 2000.
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- PIRES, Vera Lúcia. Relações de gênero: efeitos de sentido no discurso da imprensa. **Letras de Hoje**. Porto Alegre, v. 32, n. 1, p. 103-124, mar. 1997.
- SCHAUN, Angela. **Educomunicação: reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- VIVARTA, Veet (Coord.). **Remoto Controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para crianças e adolescentes**. São Paulo: Cortez, 2004. Série Mídia e Mobilização Social nº 7.