

**Projeto Comunicação para a Cidadania: Experiência de Educomunicação com jovens<sup>1</sup>**Fernanda Coelho<sup>2</sup>Raquel Lara Rezende<sup>3</sup>**Orientação:** Profa. Dra. Cláudia Regina Lahni**Universidade Federal de Juiz de Fora**

**Resumo:** Neste trabalho trazemos discussões sobre a prática educacional no projeto Comunicação para a Cidadania: tecnologias, identidade e ação comunitária, coordenado pela professora Dra. Cláudia Regina Lahni (Facom-UFJF). A partir das experiências vivenciadas nas seis oficinas oferecidas no ano de 2009 para 31 adolescentes, dos bairros Dom Bosco e São Pedro, do município de Juiz de Fora/MG, foi possível um grande crescimento teórico e prático no que tange à educomunicação. Tendo como base teórica as obras de Paulo Freire e Mario Kaplún, encontramos no cotidiano com os/as adolescentes o desafio de nos aproximarmos dessa atmosfera educativa e comunicativa que defendemos.

**Palavras-chave:** Cidadania. Comunicação. Educomunicação. Juventude.

---

**Introdução**

Neste trabalho trazemos discussões sobre a prática educacional no projeto Comunicação para a Cidadania: tecnologias, identidade e ação comunitária, coordenado pela professora Dra. Cláudia Regina Lahni. A partir das experiências vivenciadas nas seis oficinas oferecidas no ano de 2009 para 31 adolescentes, dos bairros Dom Bosco e São Pedro, do município de Juiz de Fora/MG, acreditamos ter sido possível um grande crescimento teórico e prático no que tange à educomunicação. Tendo como base teórica as obras de Paulo Freire e Mario Kaplún, encontramos no cotidiano com os/as adolescentes o desafio de nos aproximarmos dessa atmosfera educativa e comunicativa que defendemos. Esse desafio se mostra ainda maior quando nos deparamos com a realidade educacional pública e com os conteúdos da mídia acessados pela maior parte dos jovens.

O projeto Comunicação para a Cidadania trabalhou no ano de 2009 com 31 adolescentes, sendo 15 do bairro São Pedro e 16 do bairro Dom Bosco. Os/as adolescentes foram divididos em duas turmas: A e B. Essa divisão aconteceu durante a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Mestranda e bolsista FAPEMIG do PPGCom da Universidade Federal de Juiz de Fora – fernandahauck@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Mestranda do PPGCom da Universidade Federal de Juiz de Fora - rlrrezende@yahoo.com.br

primeira semana de atividade, em que nos atentamos para o perfil, mesmo que superficialmente, de cada jovem. Levamos em conta a questão de gênero e o território, tentando manter um equilíbrio nas turmas. A turma A ficou com 16 adolescentes e a turma B com 15.

Os dois bairros se encontram nos arredores do campus da UFJF. O Bairro Dom Bosco abriga uma área desnivelada, próxima à uma das entradas da Universidade Federal de Juiz de Fora. Em sua região encontramos o Hospital Particular Monte Sinai que está em um momento de expansão, construindo um Centro Médico onde havia uma bica usada por moradores e moradoras do bairro para lavar roupa. Logo abaixo do hospital, encontramos o Shopping Independência, cujo modelo seguido é do Rio de Janeiro, que oferece produtos cujos preços são pouco acessíveis.

Em frente ao shopping podemos ver um campo gramado e desnivelado, onde anteriormente as crianças e jovens do bairro jogavam futebol. Com a construção do shopping, o campo foi desfeito, de forma a inviabilizar o seu uso, com o objetivo de espantar o público indesejado. No bairro não há área de lazer, centro cultural ou poliesportivo, o que leva crianças e jovens a ocupar o espaço das ruas, estando assim mais susceptíveis ao perigo de acidentes.

O Dom Bosco conta com uma escola municipal e outra estadual, recentemente fechada. A escola estadual naquele momento do diagnóstico se encontrava em uma situação pouco favorável ao ensino, com apenas uma diretora e uma supervisora e 50 alunos/as. Na biblioteca, livros no chão, grande parte das carteiras quebradas.

É importante ressaltar que o bairro é majoritariamente de afro-brasileiros, possuindo inclusive características de um quilombo urbano. Durante o diagnóstico pudemos visualizar alguns movimentos de compra de terrenos no bairro, para a construção de condomínios fechados, como já começaram a aparecer isoladamente na região.

O bairro São Pedro demonstrou ser um bairro melhor equipado socialmente. Além da presença de Creche Comunitária, o bairro conta, além das escolas particulares, com duas municipais e uma estadual, nova, que tem demonstrado ser um exemplo em termos de educação escolar pública. Afirmamos isso, por acompanharmos o nível de informação que os/as jovens demonstram ter durante as atividades. De forma geral,



os/as adolescentes do São Pedro trazem com mais frequência exemplos e outros repertórios construídos na escola durante as aulas.

São Pedro também possui um intenso movimento comercial. Além disso, o bairro se mostra bem diversificado, sendo dividido pelos moradores em sub-regiões. Algumas apresentam características de bairros mais ricos, com a presença de condomínios, casas noturnas e de festa, outras apresentam carências, como a região da “Beira” que sofre com os alagamentos em tempos chuvosos.

Nesse artigo, nos concentraremos em apenas uma das turmas, a turma A. Essa escolha dá-se, por termos enfrentado nessa turma desafios, tanto com relação à metodologia, como em relação a decisões e posturas. Sabemos que nesse curto espaço textual será impossível abordar todas as reflexões que construímos até o momento, bolsistas, coordenadores/as e adolescentes. Todavia, nos concentraremos em alguns momentos importantes.

Tecemos neste texto contribuições para a consolidação desse tema que está sendo construído e que tem mostrado, cada vez mais, a sua importância nos processos educativos da sociedade atual, marcada pela presença da cultura da mídia, termo utilizado por Douglas Kellner (2002) para se referir ao emaranhado de imagens, tramas, publicidades, informações e espetáculos, presentes diariamente no cotidiano contemporâneo.

### **Para pensar a sociedade**

Kellner também demonstra preocupação com relação aos conteúdos que a mídia dispõe diariamente e uma pedagogia crítica da mídia que possibilite aos cidadãos uma maior compreensão da cultura e da sociedade em que vivemos. Essa postura do autor revela que tanto a produção como o uso da mídia precisa ser sempre reavaliado e repensado, não somente pelas empresas e intelectuais, mas por todos/as. Isso porque estudar a mídia, hoje, é caminho inexorável se pretendemos compreender a sociedade na qual nos inserimos.

A pedagogia crítica da mídia desenvolve conceitos e análises que capacitam os leitores a dissecar criticamente as produções da mídia e da cultura de consumo contemporâneas, ajudam-lhes a desvendar significados e efeitos sobre sua própria cultura e conferem-lhes, assim, poder sobre seu ambiente cultural. (Kellner, 2002: 20)

Refletir sobre a sociedade contemporânea implica pensarmos os meios de atuação e intervenção na mesma e como o sujeito contemporâneo se coloca nessa sociedade e que meios lhes são disponíveis. Na medida em que vivemos em um sistema

complexo dotado de eixos ideológicos que nos chegam, principalmente, a partir da Educação e da Mídia, conhecer e compreender a sociedade passa invariavelmente pelo conhecimento dessas duas instâncias.

Já em 1960, Habermas aponta a importância dos meios de comunicação para a constituição da esfera pública. Utilizaremos aqui o termo esfera pública como todo espaço, físico e não físico, onde seja possível a conversação civil. A discussão em torno da esfera pública faz-se importante quando se pretende pensar a relação da sociedade civil e da cidadania, que garante a esta meios de aproximação com as esferas que engendram o cotidiano dos sujeitos. Refiro-me aqui às questões política, econômica, cultural, educacional, ambiental, cognitiva, entre outras.

Quando falamos de cidadania, hoje, falamos não apenas de participação política e de acesso aos meios de vida, mas de um movimento mais complexo de compreensão da própria atuação e das potencialidades dessa atuação na sociedade e para a sociedade. Não falamos apenas de acesso aos direitos e deveres, de acesso à informação, mas na articulação desse conhecimento para uma ação criativa e transformadora; transformadora em si e fora de si. Falar de cidadania é falar sobre o direito de Comunicar.

E pensar o direito de Comunicar, nas palavras de Rogério Tavares, é considerar a sua natureza complexa que abraça o caráter individual e coletivo, além do direito de ser informado e de informar e de compreender o acesso aos meios de produção e circulação de comunicação.

A preocupação com a cidadania e o surgimento de ações educacionais e de comunicação alternativa, fora das instâncias formais de Educação, mostram que nos aproximamos de um momento em que precisaremos tomar juntos as rédeas dos processos decisórios que têm regido o mundo. Como alerta Nestor Canclini (1999), precisamos refazer conjuntamente o papel do Estado e da sociedade civil e revitalizar espaços de negociação. Precisamos, assim, buscar tanto a auto-reflexão como a comunicação, o que implica o acesso aos meios de comunicação e a possibilidade de ação e intervenção social e transformadora nos e através dos mesmos. Nesse sentido, através da educação e do projeto do qual falaremos, pretendemos contribuir para chamar o/a jovem à sua responsabilidade e mostrar e eles e elas a possibilidade de ação

transformadora. Para começarmos esse percurso, refletamos sobre a situação do jovem no Brasil e sua representação na mídia massiva.

### **Juventude, violência e mídia**

Sabemos que o/a jovem brasileiro, em especial o/a negro/a, pobre e morador/a da periferia, vive em uma situação de vulnerabilidade social. Um dos principais componentes dessa situação é a violência. No artigo *Juventude, favelas e os grandes meios de comunicação*, Jailson de Souza e Silva (2005) aborda o preocupante aumento do número de assassinatos de jovens no nosso país. Entre 1991 e 2000 o aumento dessas mortes foi de 76%. O fato se agrava quando se trata de jovens negros/as e de periferia.

Parece que a mídia, em geral, oferece dois destinos ao jovem pobre e morador da periferia: a cobertura estereotipada ou a invisibilidade. Ou seja, se não é sob o pano de fundo da violência, tráfico de drogas ou prostituição, não há espaço. Dificilmente uma equipe de reportagem vai às periferias em que moram esses adolescentes, para falar de eventos culturais e esportivos ou simplesmente, para ouvir os/as moradores/as.

No artigo *Juventude e suas representações na mídia*, Mônica Peregrino (2007) afirma que, além da cobertura da mídia mundial, em geral bastante preconceituosa, essas periferias têm algo em comum: todas elas envolvem jovens pobres, inseridos/as em processos sociais muito mais profundos e amplos que o tratamento dado pelos meios de comunicação pode nos fazer crer. Como já vem sendo apontado por alguns autores, as coberturas jornalísticas não têm mostrado essas, que, em síntese, podem ser definidas como ações liminares, ou seja, expressões da vivência cotidiana de situações limite.

Centralizando a discussão nas favelas e periferias brasileiras, verificamos um processo apontado por Peregrino: esses lugares, ao serem desconectados, separados dos mecanismos sociais que lhes deram origem, passam a ser vistos como manifestações de “pura violência”, “irracionalidade”. Aqui a mídia tem papel determinante, ela, frequentemente, produz e reforça estereótipos, contribuindo para que os jovens moradores da periferia sejam vistos como violentos, como infratores.

Em sua dissertação de mestrado, Maia (2009) dá um exemplo de como o/a jovem juizforano, sob o pano de fundo da violência, aparece na mídia. A pesquisadora apresenta duas Manchetes: *Brigas de gangues – jovens são baleados ao sair de baile funk e Polícia investiga possíveis formações de facções*. As manchetes do dia 29 de março de 2005, são, respectivamente, dos jornais impressos mineiros Panorama (que

não existe mais) e Tribuna de Minas. No dia seguinte, continua Maia, o assunto volta a ocupar a primeira página dos referidos veículos: *Gangues- Estudante é atingido por dois disparos de bala perdida depois de ser perseguido por cerca de 20 integrantes de uma gangue* (Panorama) e *Polícia cria força-tarefa contra gangues* (Tribuna de Minas). A pesquisadora relata que, junto às chamadas, estão estampadas imagens de rapazes com os rostos cobertos, apontando para marcas de bala no corpo, ou de jovens com pedra nas mãos, prontos para um confronto. Diante dessa situação Maia lança um questionamento: Por que tais situações, relacionadas a jovens da periferia de Juiz de Fora, ganharam tamanho destaque?

Analisando o modo de construção de um grupo – “as gangues” – e a participação da mídia nesse processo, Rosilene Alvim e Eugênia Paim (2000) afirmam que a descrição da realidade juvenil das favelas e periferias é feita a partir das percepções particulares dos jornalistas, sendo, portanto, questionável a representação dada pelos veículos informativos, uma vez que as notícias são produzidas a partir de narrativas que ficam à escolha do/da profissional jornalista, além de serem submetidas à tão conhecida – pelos repórteres – pirâmide invertida, com direito à seleção, exclusão, acentuação ou até mesmo à omissão de informações.

As autoras sugerem que a juventude suburbana, muitas vezes, é um problema social midiaticamente construído. A partir daí, afirmam elas, deve ser feita uma reflexão sobre a interação entre meios e sociedade. Isso porque, segundo Alvim e Paim, ao divulgarem a imagem estereotipada de jovens suburbanos como jovens ameaçadores, os meios de comunicação conduzem a representação do público sobre um tipo de protesto dos/das jovens das classes populares. Mesmo conscientes de que não se pode atribuir exclusivamente à imprensa a responsabilidade pelo modo como são encaminhadas essas notícias, já que o público mantém em relação a elas um tipo de voracidade que concorre para sua crescente exibição.

A fim de verificar como representantes da mídia massiva de Juiz de Fora tratam os temas relacionados aos/às jovens e o espaço que dão a eles/as, as pesquisadoras Cláudia Regina Lahni, Fernanda Coelho da Silva e Maria Fernanda de França Pereira (2008) fizeram uma análise de conteúdo relacionado aos jovens em veículos de comunicação de Juiz de Fora. As mídias internet, jornal impresso, televisão e rádio foram analisadas. A partir da análise das quatro mídias, Lahni, Silva e Pereira concluem



que a grande mídia em Juiz de Fora abre espaço significativo para os jovens quando a pauta é universidade. Porém foi recorrente na avaliação o uso somente de fontes oficiais, excluindo os jovens como personagens e cidadãos. De uma maneira geral, conforme elas, o jornalismo local não tem contribuído para a formação da identidade e para o exercício da cidadania desses jovens, descumprindo assim sua função social de formar.

Pensando na representação estereotipada, no pouco espaço dados aos jovens, no papel central que a mídia assume na sociedade e na concentração dos meios nas mãos de poucos, consideramos que a educomunicação, aqui representada pelo projeto Comunicação para a Cidadania: tecnologia, identidade e ação comunitária, pode contribuir para a valorização da identidade e para o exercício do direito à comunicação dos/das jovens envolvidos/as.

### **Educomunicação: caminho para a auto-reflexão e para uma comunicação dialógica**

Enquanto profissionais da Comunicação é nosso dever pensar a cidadania e meios que garantam a sua efetiva atividade. Se entendemos os meios de comunicação enquanto espaço constituinte da esfera pública e potencial espaço de negociação, percebemos então a mídia como locus legítimo de intervenção social, política, cultural e educativa. No entanto sabemos que ainda se tem muito o que avançar nessa discussão e na efetivação de ações que aproximem os meios de comunicação da ação social e da possibilidade de sua transformação por todos/as cidadãos/ãs.

Mario Kaplún (1998) defende que o acesso aos meios de comunicação deve acontecer para que a participação se torne uma realidade, na qual os indivíduos possam ser protagonistas do processo e não meramente espectadores. Kaplún teve como cerne de seus estudos a educação, colocando a comunicação como ferramenta básica para a cidadania e a inserção social. A partir desse encontro, construiu uma educação comunicativa, acreditando que um diálogo eficaz, no qual o educando é emissor e receptor de mensagens, possibilita uma comunicação horizontalizada, mais rica em trocas e mais próxima de uma construção democrática de conhecimento.

Criar e desenvolver análise crítica através de reflexões e ações; identificar como o mundo é editado pelos meios e possibilitar o uso criativo dos meios de comunicação e uma expressão comunicativa também são ações da educomunicação.



En la medida en que sigamos asumiendo el clásico papel de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos a verdad a los que no “no saben”, en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya “digeridas” en la mente de nuestros destinatarios, por libertadores y progressistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos siendo tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional. (KAPLÚN, 1998, p. 27)

A Educomunicação, assim, não coloca a mídia no papel de vilã da sociedade atual, mas desperta a consciência dos sujeitos para o seu papel nessa sociedade e mostra que tanto a mídia como a educação são espaços potenciais de transformação, de liberdade, de criação e resistência aos processos de formatação da vida e da subjetividade. Contudo, é preciso permitir maior abertura para que essas potencialidades possam trazer espaços livres para a criatividade.

Conseguimos visualizar potencialidades, resignificações, resistências, conflitos, cumplicidades e negociações nos diversos espaços de construção e de troca simbólica, entre eles, os espaços educativo e comunicativo. Esquecemo-nos de que lidamos com ambiguidades e com a contingência das práticas complexas e paradoxais que geram entre-lugares. São esses entre-lugares que objetivamos potencializar ao longo do projeto e é acerca deles, principalmente, que iremos nos concentrar a partir de agora.

### **Projeto Comunicação para a Cidadania**

O projeto Comunicação para a Cidadania prevê seis oficinas de jornal e de rádio – coordenadas pela professora Cláudia Lahni -, de TV – coordenada pelas professoras Iluska Coutinho e Christina Musse -, de fotografia – coordenada pelo professor Jorge Felz -, de cultura política – coordenada pelo professor Paulo Roberto Figueira Leal – e de novas tecnologias – coordenada pelo professor Bruno Fuser. Além das oficinas de comunicação, dentro do Projeto Educação e Cultura Geracional oferece para os/as jovens a oficina de sócio-educativo, coordenado pela Faculdade de Serviço Social e a oficina de Teatro, sob coordenação da Faculdade de Letras. No Sócio-educativo são trabalhados aspectos sociais juntamente a outros temas delineados pelo projeto e sua coordenação do projeto.

Para nosso trabalho ser construído desde o início juntamente com os/as jovens, realizamos no segundo dia uma atividade para a construção do que denominamos ser um “Pacto de Convivência”. Assim, trabalhamos a idéia de que aquele espaço seria construído em conjunto e que as relações se dariam baseadas no diálogo. Dividimos os/as adolescentes em grupos e com a orientação de um/a bolsista em cada um, pedimos para que todos pensassem que pontos deveriam conter o pacto, com relação a algumas



questões apresentadas inicialmente, como convivência com os/as colegas, bolsistas e funcionários, postura durante as atividades, manutenção da Casa de Cultura<sup>4</sup> e dos materiais disponíveis, entre outros. Cada grupo apresentou sua proposta e todos votamos nos pontos que consideramos mais importantes. Ao longo do ano o pacto foi incansavelmente lembrado, principalmente no que tangia o uso de celulares e fones de ouvido durante as atividades.

As atividades tiveram início em 25 de maio de 2009<sup>5</sup>. As seis oficinas de comunicação foram divididas de forma que cada turma frequentou três oficinas de junho a agosto, e as outras três de setembro a dezembro.

De uma forma geral, a participação nas primeiras oficinas foi razoável com alguns picos de interesse, principalmente durante a oficina de novas tecnologias. Alguns/as adolescentes, assim como na outra turma, tinham o costume de dormir durante as atividades, situação que nos fez investigar incontáveis vezes os motivos para o que então nos parecia ser desinteresse. Três moradores do bairro Dom Bosco, que costumavam dormir, tinham outras atividades, “bicos”, ou cuidavam do/a irmão/ã mais novo/a. Nessa situação, estimulamos a participação e orientamos para que os meninos fizessem um esforço para descansar à noite.

Além desses casos, também nos deparamos na turma A com dois grupos de meninas que apresentavam comportamentos distintos, mas que igualmente atrapalhavam o andamento das atividades. Um dos grupos contava com a presença de três meninas do São Pedro que mantinham sempre conversas paralelas e costumavam folhear revistas de fofoca e moda durante as oficinas. O outro grupo, também de três meninas, por vezes de quatro, todas do bairro Dom Bosco, também mantinham conversas paralelas, mas em um tom de voz mais alto e sempre lançavam umas pras outras brincadeiras por vezes ofensivas. Ao mesmo tempo, também demonstravam sempre muito carinho e mantinham ali uma rede de solidariedade.

No primeiro encontro de cultura política, o tema abordado foi políticas culturais. Havia uma expectativa diferente por ser o primeiro encontro dessa oficina que em

---

<sup>4</sup> O Projeto aconteceu na Casa de Cultura – UFJF, localizada no centro da cidade de Juiz de Fora. Com o financiamento da Fapemig foi possível a estruturação de um laboratório com 11 computadores, uma mesa de som, para gravação dos programas de rádio, máquinas fotográficas e filmadoras.

<sup>5</sup> Os/as 31 adolescentes recebem uma bolsa de 100 reais por mês, vale-transporte para o deslocamento até a Casa de Cultura e um lanche no intervalo das oficinas.

turmas anteriores havia sido recebida com resistência. Faz-se importante ressaltar aqui que abordamos a palavra política, fazendo referência a um campo sógnico maior, que não se restringe ao universo governamental e eleitoral. Referimo-nos aos processos de negociação no que tange a associação cívica, entre sujeitos nas interações cotidianas.

(...) a mídia estabelece um padrão complexo de interações com seu ambiente externo – com outras instituições e atores sociais – para configurar os bens simbólicos – repertório de discursos, enunciados, expressões, idéias, opiniões, imagens e produtos. Por sua vez, os membros da audiência trazem consigo conhecimentos, hábitos interesses e critérios de relevância, os quais são decisivos para a produção de sentido sobre os produtos da mídia (MAIA e CASTRO, 2006, p. 20)

Nesse primeiro encontro, utilizamos três textos diferentes – um que tratava a questão da política cultural, outro que falava de patrimônio material e imaterial e um último, uma lenda dos puris, indígenas que habitavam a Zona da Mata. Dividimos a turma em grupos e cada grupo ficou com um texto. A experiência metodológica não foi favorável, uma vez que os/as jovens mostraram-se resistentes com a leitura dos textos, com exceção da lenda. Porém, além da metodologia, também o tema pareceu estar distante do cotidiano deles/as, o que nos pareceu intrigante.

Em um dos grupos que lia o texto sobre patrimônio, uma das jovens reclamou do tema e afirmou que não sabia o que aquele assunto poderia acrescentar em sua vida. Tentamos, então, pensar o que seria cultura e com que atividades estaria relacionada. Inicialmente, nenhuma relação com as atividades cotidianas foi feita; após um tempo, algumas manifestações do grupo se voltaram para as artes, como o teatro, a música e a dança. Ao longo da conversa, o entendimento de que a cultura estava presente na nossa casa, no nosso dia-a-dia, foi chegando.

Quando falamos de cultura popular, a interrogação ficou estampada no rosto de todos/as. O que seria cultura popular? Um dos adolescentes lembrou da Folia de Reis que acontece em janeiro no bairro Dom Bosco. Houveram manifestações de riso, como se a citação da festa fosse despropositada. Que importância teria a folia de reis do bairro, tão pobre e familiar? Esse momento retrata muito bem a imensa desvalorização que vivenciamos do universo popular, não somente das festas e manifestações, mas dos saberes. Como esses/as jovens poderiam se referir à folia de reis como uma manifestação rica e simbólica, se na escola mal se fala dela e de outras manifestações e se na mídia estas aparecem raramente e são tidas como folclóricas, distantes do nosso cotidiano. Como podemos esperar que conheçam manifestações populares, se seus significados, se suas histórias não estão presentes nas falas dos professores e jornalistas.



Este encontro nos fez colocar a questão cultural como uma das prioridades temáticas. Além disso, ao longo do ano, redobramos esforços para envolver os/as jovens na quitanda cultural, incentivando a participação artística.

Em um dos encontros da oficina de fotografia, discutimos sobre a publicidade e as estratégias utilizadas pela linguagem publicitária para convencer o consumidor a comprar os produtos. Assistimos uma publicidade do Dove que mostra o processo de produção de um outdoor que trazia a imagem de uma mulher loura, cuja beleza se encaixava nos padrões de beleza vigentes.

Após a produção estética, a moça é fotografada. A fotografia escolhida é submetida ao photoshop e através desse programa é possível alongar o pescoço, afinar o rosto, suspender as sobrancelhas, aumentado a expressão dos olhos. Após todos esses ajustes a fotografia está pronta para compor o outdoor. No entanto há apenas certa familiaridade da imagem com a modelo que pousou para a máquina.

Discutir acerca desse processo com os/as adolescentes rendeu discussões importantes, principalmente porque alguns se mostraram bastante condescendentes com o processo de produção, afirmando ser a estratégia que tem dado certo, já que o objetivo é vender. Questionamos se para vender é correto divulgar informações e utilizar estratégias que não condizem com a verdade. Que outras conseqüências a veiculação intensa de mensagens com teor parecido poderia ter sobre nós. Lembramos nesse momento de um documentário que exibimos durante a oficina de tv, “Criança: a alma do negócio”<sup>6</sup>. O documentário discute uma estratégia muito utilizada pela publicidade, que é se dirigir às crianças, estimulando nelas o consumo e o desejo de comprar. O documentário mostra algumas legislações de outros países que barram esse tipo de propaganda e compara com a legislação brasileira que não possui nenhum artigo que garanta uma postura mais correta da produção publicitária.

Como sugere Canclini (1999), em *Consumidores e Cidadãos*, discutimos sobre o conteúdo das publicidades. Enquanto as propagandas deveriam disponibilizar o maior grau de informações possível sobre os produtos, desfilam argumentos dicotomizadores que instauram padrões de comportamento, beleza, e desejos. Alguns artigos são colocados como essenciais se se busca a felicidade, a segurança, a auto-estima. O que consumimos, então. E por que consumimos. Nesse sentido, faz-se pertinente a defesa de

---

<sup>6</sup>Diretora: Estela Renner Produtor: Marcos Nisti - Maria Farinha Produções Roteiro: Estela Renner e Renata Ursaia Gênero: Documentário.

Canclini por uma concepção de mercado não simplesmente como lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações sociais mais complexas.

Nós homens intercambiamos objeto para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integramo-nos com outros e para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições e rituais (CANCLINI, 1999, p. 91.)

Exercitamos, então, junto com os/as jovens a percepção dos rituais que as publicidades sugerem e a auto-reflexão ao questionarmos se há realmente o desejo em compartilhar dos mesmos. Faltando duas semanas para o término, a assistente social Ariane e uma bolsista conversaram individualmente com cada adolescente sobre o projeto, os aprendizados, as críticas, sugestões. Essas conversas revelaram muito de cada um/a e nos ajudaram a compreender algumas posturas. Um dos jovens, por exemplo, que sempre dormia no início do projeto e durante as atividades e estava sempre com fone de ouvido, esclareceu na conversa individual que quando chegou não se entregava às propostas porque não sabia se podia realmente se envolver com os bolsistas e coordenadores. Estar aberto às propostas inferia estar aberto às pessoas ali. Quando se sentiu seguro no projeto então sua participação nas atividades foi outra.

Assim como esse jovem, percebemos essa mesma mudança de ânimo no projeto com outros, a maior parte do bairro Dom Bosco. Isso nos faz pensar no quanto o território está entranhado em nossas experiências, em nossas defesas, nossa visada de mundo. O Dom Bosco, como já comentamos, é um bairro que está sendo ilhado por grandes intervenções urbanas, como a recente construção do shopping Independência e a ampliação do hospital Monte Sinai, que não caminham de forma harmônica com a realidade do bairro, ao contrário, chocam social e visualmente e, por isso mesmo, têm buscado estratégias para ilhar cada vez mais o bairro, expulsando os moradores desse terreno.

Por ser um bairro majoritariamente de negros, em contato com os jovens acompanhamos diversas situações preconceituosas que ocorrem no shopping, principalmente. Essa exclusão no próprio território cria ainda mais estratégias de defesa nos jovens, que acabam desconfiando de qualquer iniciativa ou pessoa de fora de seu contexto.

A educação libertadora e dialógica, como nos propõe Paulo freire (1985), percebe as pessoas como singulares. São “sujeito” de seu saber, por isso mesmo, os



processos de aprendizado diferem de pessoa para pessoa. Nessa experiência com os jovens, compreendemos a importância de conhecermos não somente o bairro onde moram, mas seu contexto, sua história. Compreendemos a importância de nos aproximarmos da personalidade de cada um e não fazer julgamentos ou taxações.

Esses passos são indispensáveis para a apreensão da realidade de cada educando, se queremos realmente trazê-lo para dentro da experiência proposta e fazer dela uma vivência de cada um/a. Portanto, conversas individuais, encontro com as famílias, se fazem tão importantes. Nenhuma postura é gratuita; assim como nada em nós é gratuito. Cada palavra, cada gesto é parte da complexidade de cada ser. Não é tarefa nossa desvendá-la, apenas compreendê-la e respeitá-la e trabalhar levando tudo isso em conta.

Outra situação marcante na turma A foi a mudança abrupta de uma jovem que no início do projeto, juntamente com algumas colegas, se concentrava apenas na leitura de revistas femininas e em conversas paralelas e faltava às atividades por preguiça. Seu comportamento manteve-se assim até a sua participação na Conferência Municipal de Comunicação. A conferência aconteceu em Juiz de Fora nos dias 25 e 26 de setembro. Convidamos todos para participarem e trabalhamos em algumas oficinas a importância da conferência, o que seria discutido nesse espaço. Na oficina de vídeo, os/as jovens escreveram uma carta propondo pontos que precisam ser discutidos na conferência. Essa carta foi lida na pré-conferência que contou com a presença de alguns jovens, entre eles, a Mariana, a única da turma A a participar.

Os jovens participaram das palestras e dos grupos de trabalho, levaram colegas da escola e o professor de filosofia. Depois da conferência, escreveram textos para o fanzine, produzido na oficina de jornal impresso e para o blog, produzido na oficina de novas tecnologias.

Após sua participação na Conferência, Mariana passou a se envolver realmente nas atividades. Na última reunião com as famílias, a mãe da jovem nos contou o quanto sua filha estava diferente, mais responsável, envolvida em atividades no colégio. Essa reação da jovem nos faz pensar na forma como a juventude é abordada e estigmatizada, na mídia e na sociedade. Os/as jovens são irresponsáveis, vivem atrás de bebida, drogas e sexo. Os conteúdos destinados a esse público tratam de fofocas, dietas, sexo e horóscopo. Poucas são as escolas que incentivam a formação de grêmios estudantis. Justamente na juventude, fase em que o sujeito precisa se inserir na sociedade e se sentir

parte dela, para poder vislumbrar que papel irá escolher desempenhar, lhe é dado um espelho turvo, com traços desenhados a priori. Traços extremamente simplificados que omitem as inúmeras outras possibilidades de identificação e localização no mundo. Aos jovens que participaram da Conferência foi dado outro espelho. Nele, puderam vislumbrar a possibilidade de participação em discussões de extrema importância para a construção de uma política comunicacional brasileira. Puderam vislumbrar as suas vozes em diálogos que diziam respeito à sociedade em que vivem e se sentiram parte da mesma, enquanto agentes potenciais de transformação. Puderam expressar suas idéias, pensamentos, preocupações e se inseriram, assim, realmente como cidadãos que são.

Se a educação é a “inserção” das pessoas na sociedade, ela tem de se perguntar: em que tipo de sociedade? Simplesmente nessa que está aí, pelo simples fato de estar aí? Ou a discussão sobre um projeto de sociedade também faz parte da educação? Em outras palavras: educar para que sociedade? (GUARESCH e BIZ, 2005: 30)

Com a proposta de estimular o contato com diferentes repertórios e a curiosidade pelo conhecimento da história e do significados de repertórios já conhecidos, convidamos a Nega Giza, raaper brasileira, coordenadora da CUFA (central Única das Favelas), do Rio de Janeiro. Nega Gizza contou sua história aos/às jovens, falou sobre as dificuldades de ser mulher no mundo do rap. Contou como conquistou seu espaço, como lutou pelo direito de se expressar, quando começou a trabalhar como voluntária, aos 13 anos, de uma rádio comunitária do bairro onde morava. Os/as jovens se empolgaram com a visita, entrevistaram a Nega Giza para o programa de rádio e de TV e carregaram consigo o exemplo de inserção na sociedade e na própria vida, de auto-afirmação e de afirmação das lutas e rituais que Nega Gizza acredita valer à pena.

### **Considerações**

A educomunicação mais que um processo educativo tem se revelado um processo complexo que estabelece espaços de negociação, uma vez que possibilita o uso dos meios de comunicação para a produção de mensagens que condizem com as reais preocupações e necessidades dos/as envolvidos/as. Como tentamos demonstrar aqui, os/as jovens envolvidos/as no projeto Comunicação para a Cidadania: tecnologias, identidade e ação comunitária puderam exercer o seu direito à comunicação e, assim, ver sua cidadania ampliada. Acreditamos que, na medida em que essas/es jovens tornaram-se autores de conteúdos comunicativos, tornar-se-ão mais críticos em relação ao conteúdo veiculado pela mídia massiva em geral.



## Referências Bibliográficas

- ALVIM, Rosilene; PAIM, Eugênia. Os jovens suburbanos e a mídia: conceitos e preconceitos. In: ALVIM, Rosilene. **Juventude anos 90**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2000, p. 13-33.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CASSAB, Maria Aparecida Tardin. et al. Juventude e Políticas públicas no Brasil nos anos 1990. Notas de uma Pesquisa sobre Jovens em Juiz de Fora – MG. **Libertas**: revista do Programa de Pós-graduação em Serviço Social da UFJF, Juiz de Fora: Ed. UFJF, v.1, n.1, p. 151-159, dez. 2006.
- FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**; tradução de Salma Tannus. 6ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FREIRE, PAULO. **Pedagogia da autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 2007
- \_\_\_\_\_. **Pedagogia do Oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 1985
- \_\_\_\_\_. **Comunicação ou Extensão**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975
- \_\_\_\_\_. **Ação Cultural para a Liberdade e outros escritos**. São Paulo: Paz e Terra, 1984
- GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no Jornalismo: Discorrer, Disciplinar, Controlar**. São Paulo: Hacker Editores. Edusp, 2003.
- GUARESCHI, Pedrinho e BIZ, Osvaldo. **Mídia, Educação e Cidadania: Tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 2005.
- HABERMAS, J. **Teoria de la acción comunicativa**. Madrid: Taurus, 1981. Traducido do original: Theorie des Kommunikativen Handelns, Frankfurt. Tradução para o espanhol.
- KAPLÚN, Mario. **Una Pedagogia de la Comunicación**. Madrid (Espanha): Ediciones de la Torre, 1998.
- LAHNI, Cláudia et al. Rádio comunitária, identidade e cidadania de jovens: exemplos e ausências em uma comunitária autêntica e em três autorizadas. In: Intercom, 2008, Natal. Anais... Natal: 2008. 1 CD-Rom.
- LAHNI, Cláudia Regina. **Possibilidades de cidadania associadas à rádio comunitária juizforana Mega FM**. São Paulo, 2005. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, ECA – USP.
- MAIA, Aline Silva Correa. **Janela para o Mundo: Estudo de recepção do JN entre jovens da periferia de Juiz de Fora – MG**. 2009. 180 p. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.
- MAIA, Rosiley e CASTRO, Maria Ceres (org). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.