

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO – PPGE
CURSO DE MESTRADO

PRODUÇÕES MUDIÁTICAS POPULARES E A
CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DOS JOVENS

MONIQUE TORRES DE OLIVEIRA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO – PPGE
CURSO DE MESTRADO

**PRODUÇÕES MIDIÁTICAS POPULARES E A
CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DOS JOVENS**

MONIQUE TORRES DE OLIVEIRA

Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade do Estado de Minas Gerais, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientador:

Prof. Dr. José de Sousa Miguel Lopes

Agência Financiadora
Fundação de Amparo a pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG

Belo Horizonte

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O ----p Oliveira, Monique Torres.
Produções midiáticas populares e a construção da
subjetividade dos jovens– 2013.
f: il.

Dissertação (mestrado). Universidade do Estado de
Minas Gerais. Faculdade de Educação. Programa de Pós-
Graduação em Educação, 2013.
Orientador: José de Sousa Miguel Lopes

1. Subjetividades. 2. ONGs. 3. Mídias. 4.
Educomunicação. I. Lopes, José de Sousa Miguel. II.
Universidade do Estado de Minas Gerais. Faculdade de
Educação. III. Título.

CDD –

Ficha elaborada pela equipe da Biblioteca FAE/UEMG

...

PRODUÇÕES MUDIÁTICAS POPULARES E A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DOS JOVENS

AUTORA: MONIQUE TORRES DE OLIVEIRA

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Educação, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação.

Banca Examinadora

Prof. Prof. Dr. José de Sousa Miguel Lopes – ORIENTADOR
Universidade do Estado de Minas Gerais – Faculdade de Educação

Prof. Dr. José Eustáquio de Brito
Universidade do Estado de Minas Gerais – Faculdade de Educação

Prof^a. Dra Maria Aparecida da Silva
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
CEFET/MG

À minha querida mãe Dilma e à minha filha Luísa.

Meu agradecimento especial a Deus, ser onipotente e onipresente, sempre atento as minhas orações. Muito obrigada pelas ferramentas espirituais.

Ao professor Dr. José de Sousa Miguel Lopes pela orientação, parceria e amizade constantes. Pelo esforço máximo, para realizar a contento e com maestria seu “Ofício de Mestre”.

Aos professores da FAE/UEMG pela prática dialógica, motivadora e instigante ao longo do curso de mestrado.

À acolhida dos professores Dr. José Eustáquio de Brito e professora Dra Maria Aparecida da Silva que aceitaram o convite para a leitura e discussão sobre a dissertação apresentada. Foram tão importantes quanto significativos todos os apontamentos realizados.

Ao querido professor Dr. Heli Sabino que me concedeu encontrar o início do caminho desta dissertação. Esboço aqui meus agradecimentos e carinho.

Aos colegas da turma III do Mestrado. Tornamo-nos parceiros, companheiros, acredito que amigos, durante este tempo que escolhemos para investir em nossa formação.

A AIC, Associação de Imagem Comunitária, em especial a Alexia Mello, por creditar confiança na abordagem proposta.

Á minha mãe e amiga, hoje um pouco mestre em educação. Todos os meus títulos são méritos dela.

À minha filha Luísa, pela doce sabedoria, infantil e sapeca, ao interagir com as inúmeras e infundáveis ausências impostas a mim nesta jornada.

Ao Volody pelo incentivo e apoio constantes. Ajuda ímpar na tarefa de cumprir minhas inúmeras atribuições.

Ao meu pai César, aos meus irmãos David e Wellington e a todos os meus parentes e amigos pelo apoio e torcida ao longo deste trabalho.

À FAPEMIG, pelo apoio financeiro que viabilizou a realização do trabalho.

A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é preenchida a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser visto por outros .

Stuart Hall, 2006

RESUMO

Esta dissertação é resultado de uma pesquisa sobre o modo de formação das subjetividades de um grupo de jovens envolvidos com produções midiáticas, em uma ONG, em Belo Horizonte. A pesquisa teve como seu principal objetivo verificar como a produção das mídias comunitárias contribuiu na construção das subjetividades desses jovens. Especificamente, analisar os fluxos comunicativos, no que se refere à ampliação dos espaços de expressão e visibilidade para os jovens pesquisados; e discutir sobre a influência das produções midiáticas populares no comportamento e subjetividades dos sujeitos envolvidos. A base teórica envolveu: concepções sobre juventude, identidade, subjetividade; e Educomunicação. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, em que oito sujeitos foram entrevistados. Os dados colhidos nessas entrevistas permearam todo o texto, num diálogo constante com os autores pesquisados.

Palavras-chave. Subjetividades. ONGs. Mídias. Educomunicação.

ABSTRACT

This dissertation is the result of a research about the manner of formation of subjectivities among a youth group involved with media productions, inside a nongovernmental organization (NGO), in Belo Horizonte. The research had as its main objective to verify how the production of the community media contributed in the construction of the subjectivities of those young ones. Specifically, the objectives were to analyze the communicative flows, seeking to open and to enlarge the expression spaces and visibility for the youths; and to discuss the influence of the popular media productions in the behavior and subjectivities of the individuals engaged. The theoretical base involved: conceptions about youth, identity, subjectivity; and Educommunication. It is a qualitative research, in which eight individuals were interviewed. The data picked in those interviews permeated the whole text, in a constant dialogue with the researched authors.

Key words. Subjectivities. NGOs. Media. Educommunication.

LISTA DE ABREVIATURAS

AIC	- Associação de Imagem Comunitária
ALEM	- Associação Lésbica de Minas
BH	- Belo Horizonte
CD	- <i>Compact Disc</i>
CELLOS	- Centro de Lutas pela Livre Orientação Sexual,
CPC	- Centros Populares de Cultura Formal
Ebó-NAREAB	Núcleo Ativo de Resistência e Estudos Afro-Brasileiros
ECA	- Estatuto da Criança e do adolescente
FAE/UFMG	- Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais
LGBT	- Lésbicas, gays, bissexuais e travestis.
MCP	- Movimentos de Cultura Popular
MEB	- Movimento de Educação de Base
MEC	- Ministério de Educação e Cultura
MST	- Movimento dos Sem Terra
NCE/ECA/USP	- Núcleo de Comunicação e Educação/Escola de Comunicação e Arte /Universidade de São Paulo
OJ	- Observatório da Juventude
PBH	- Prefeitura de Belo Horizonte
PPP	- Projeto Político Pedagógico
PROJOVEM	- Programa Nacional de Inclusão de Jovens
RJC	- Rede Jovem de Cidadania
UFMG	- Universidade Federal de Minas Gerais
UMEI	- Unidade Municipal de Educação Infantil

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Metodologia.....	13
1.2 Organização da pesquisa.....	16
1.3 O lócus da pesquisa: ONG AIC	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	27
3 O CONCEITO EDUCOMUNICAÇÃO E O ESPAÇO DA PESQUISA	27
3.1 Interfaces: comunicação e educação	27
3.2 O educador: empoderamento dos jovens pesquisados por meio da produção midiática	31
3.3 Experiências educacionais: a lógica da reinvenção	34
3.4 Movimentos sociais: luta e reconhecimento das culturas.....	36
3.5 Histórico da ONG Associação Imagem Comunitária.....	42
3.6 Proposta inicial da ONG AIC	43
3.7 A AIC no tempo.....	44
3.8 Desdobramentos da instituição	49
4 DO FENÔMEMO MIDIÁTICO ÀS SUBJETIVIDADES	53
4.1 O fenômeno midiático: mudanças culturais e perspectivas.....	53
4.2 Mídias: Contexto e estudos.....	54
4.3 Indústria midiática: conceitos enganosos.....	57
4.4 Paradigmas do fenômeno comunicativo	59
4.5 Espetacularização dos eventos a partir das mídias	62
4.6 Primazia da mercadoria na sociedade do espetáculo	65
4.7 O resgate da crítica	66
5 DIMENSÃO SUBJETIVA DOS JOVENS DA AIC	72
5.1 Conheça-te a ti mesmo	76
5.2 Sociedade em rede e processo identitário	80
CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	89
APÊNDICES	93
Apêndice 1 – Ficha de resgate dos contatos dos jovens	93
Apêndice 2 – Roteiro entrevistas dos jovens	94
Apêndice 3 – Roteiro de entrevista da coordenação.....	95
Apêndice 4 – Questionários dos jovens	96
ANEXOS	97

Anexo 1 – Termo de consentimento	97
Anexo 2 – Consentimento de participação como sujeito da pesquisa	100
Anexo 3 - Aprovação da pesquisa do comitê de ética.....	101

1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação trata do modo de formação das subjetividades de um grupo de jovens, a partir dos seus envolvimento com as produções midiáticas, em uma ONG, em Belo Horizonte.

As interações juvenis com as mídias, talvez possam ter influenciado no modo de apreender a vida e o contexto social, constituindo os sujeitos no que se refere ao aspecto psicológico, especialmente em suas subjetividades, em determinado momento histórico. As temáticas mídias e juventudes tangem minha trajetória e, nesse caminho, as graduações e a prática docente são relevantes.

Formada em Comunicação Social, jornalismo, no ano de 2000, atuo como docente na rede pública estadual desde o primeiro período dessa graduação, apesar da habilitação não ser uma licenciatura. Bacharéis atuando na docência é uma realidade que presencio na escola pública estadual desde quando iniciei, em meados dos anos 1990.

Provocada pelas necessidades didáticas e pedagógicas do magistério, realizei a segunda graduação em Letras e efetivei-me no cargo como docente, na disciplina de Língua Portuguesa, na Rede Estadual em que leciono até o presente momento. Na tarefa de educar o jovem para a vida, tentando livrá-los da prisão ocasionada pela falta de conhecimentos, a leitura crítica dos veículos de comunicação é parte do conteúdo programático dessa disciplina.

As mídias implementadas na aprendizagem é uma forma de contribuir para uma prática pedagógica mais reflexiva, em que sala de aula torna-se um local de educação para a mídia. Como referência do meu trabalho na sala de aula, a atividade escolar desenvolvida no suporte à Língua Portuguesa, destaco o *Caderno de Reportagens*, uma ferramenta de análise dos problemas sociais no Brasil que retrata um país de desigualdades. Esse trabalho é realizado ao longo do ano, utilizando jornais impressos de grande circulação em Minas Gerais, tais como *Estado de Minas*, *Hoje em dia*, *O Tempo*, *O Globo*, e *Folha de São Paulo*. Nessas análises estão excluídos os jornais sensacionalistas, pois eles atendem a seu público alvo com matérias sobre violência, em sua maioria. O objetivo da análise das reportagens é ampliar o repertório de análises dos inumeráveis problemas sociais brasileiros.

Durante alguns anos meus alunos do ensino médio conseguem catalogar mais de 25 problemas sociais diferentes. Vão da área da saúde, passando pela educação, política, meio ambiente, entre tantos outros. Nessa dinâmica, às vezes, ampliadas conforme o tempo disponível com a confecção do *Jornal Mural* evidencia-se o desenvolvimento do potencial do aluno, nos aspectos linguísticos e de redação, mas, sobretudo no desvendar da linguagem das mídias, possibilitando a ampliação do repertório simbólico e de atuação na trama social. Apostei na esperança de que essa possa ser uma forma de garantir a cidadania propiciada, no espaço escolar e no uso reflexivo dos veículos de comunicação.

Paralelo ao curso de mestrado terminei, no final de 2011, o curso de pedagogia devido às demandas do meu segundo cargo como educadora infantil na Rede Municipal de Belo Horizonte. Essa graduação veio somar-se ao saudoso curso de magistério, nos idos de minha adolescência. Desde lá, atuo como professora da educação infantil.

Atualmente, ocorre-me a ideia de utilizar as mídias também na Educação Infantil. Apesar da fase de implementação do Projeto Político Pedagógico – PPP, e de a UMEI (Unidade Municipal de Ensino) ser recente, a gestão e os colegas de trabalho têm acolhido a proposta de produzir produtos comunicativos e problematizar as mídias na educação infantil. Observando que muitas pessoas valorizam o seu contexto social e o reconhecem apenas depois de exibido em programas televisivos, ou nas rádios de maior audiência e jornais de grande circulação, decidi fazer do espaço educativo um lugar para compreender os meios de comunicação na sociedade.

Outras questões influenciaram meu interesse em desenvolver esta pesquisa. Percebi que envolver a prática midiática no cotidiano escolar não é algo tão simples, principalmente porque envolve o uso das novas tecnologias da comunicação. Trazer para o ensino médio a perspectiva de educação para a vida é uma prática permeada de complexidades como a da convivência, a do exercício da democracia e a da valorização dos sujeitos. Identificar para que serve o conjunto de conhecimentos e saberes em tempos de pós-modernidade, coloca-se como um grande desafio .

Assim, buscando melhorar a fundamentação da pesquisa, a fim de aprofundar as discussões em torno do tema juventude, no ano de 2012, ampliei meus

referenciais acadêmicos e teóricos participando do Observatório da Juventude - OJ¹, na UFMG. O grupo do OJ surgiu de um projeto de pesquisa, nos anos de 2000/2001. Relacionado aos jovens, o intuito foi produzir conhecimentos e debater temáticas relacionadas às discussões sobre cultura, participação e política. No ano de 2012, participei dessas discussões e compartilhei experiências com o grupo composto por alunos da FAE/UFMG de diversos níveis: graduação, mestrado e doutorado. O constante acompanhamento da movimentação da sociedade civil e do governo em torno das políticas públicas juvenis e a mobilização dos integrantes do OJ em fóruns e ações demonstraram a articulação do grupo em torno do tema Juventude.

Analisando as políticas públicas de educação e juventude no Brasil, percebe-se progresso. Primeiramente, entendemos que as políticas públicas visam garantir os direitos sociais, porém o jovem ainda não foi totalmente incorporado na agenda pública. Deveria ser feito um recorte para atender a essa geração com efetividade. O ideal seria se as políticas públicas fossem discutidas com os próprios jovens e não sobre eles.

O interesse em ter como *lócus* de pesquisa a Associação de Imagem Comunitária – AIC teve sua origem em uma palestra na qual pude conhecer de perto o trabalho da ONG. Passei a acessar o *site* diariamente, assistir as produções juvenis e percebi um estudo de caso que se cruzava com minha prática e meus anseios. Numa escolarização não formal, porém, emancipatória, percebi nos primeiros contatos com a ONG, já no início do ano de 2011, uma nova forma de produzir mídias a fim de democratizar a cultura universal, incluindo também a cultura local, das periferias, numa verdadeira relação dialógica dos conhecimentos que circulam na sociedade.

Portanto, o objeto desta pesquisa é como a produção das mídias comunitárias contribuiu na construção das subjetividades dos jovens. Nossa hipótese é de que as mídias comunitárias ampliam as possibilidades de construção das subjetividades e das identidades para esses atores sociais. Essa pluralidade que constitui as identidades pode ter a tensão e a contradição que lhes são inerentes, amenizadas, reorganizadas pela influência do processo de produção realizado na ONG.

¹ - Observatório da Juventude da UFMG. (OJ). Disponível em <http://www.fae.ufmg.br/objuventude/>

Sendo assim, indaga-se: *como a produção das mídias comunitárias contribuiu na construção das subjetividades dos jovens, sujeitos desta pesquisa?*

O jovem é um ator social que reelabora os saberes e ajuda na construção da sociedade através de posicionamentos críticos e da criatividade. Seus múltiplos pertencimentos, tanto na individualidade, quanto na esfera coletiva, propicia instrumentos para a construção da própria identidade quando reconhece no outro o que é tomando-o como espelho. A escola é relevante nos encontros e reconhecimentos, reelaborando os saberes a partir das dimensões de atuação. As diferenças proporcionadas pelo ambiente escolar trazem para o jovem o desafio de inserir-se nas múltiplas dimensões que configuram a condição juvenil. Os reconhecimentos dos pares se dão por gênero, lugar, raça e papéis sociais.

No campo social destinado à juventude, é analisado o modo como esses atores se posicionam no embate pleno de tensões e contradições que se travam no campo social. Não se devem ignorar que os graus de desigualdade das trocas e os mecanismos que as produzem são diferentes e que as classes em confronto travam uma luta pela apropriação ou valorização de recursos mercantis. As trocas são desiguais assentando-se nas diferenças locais. São incontáveis os grupos sociais envolvidos nessas trocas e constantes suas lutas travadas em torno do reconhecimento, da apropriação ou da valorização não mercantil desses recursos.

As novas diferenças sociais e a desigualdade na distribuição de riqueza agravaram-se nas últimas décadas. A nova pobreza globalizada não resulta da falta de recursos humanos ou materiais, mas do desemprego, da destruição das economias de subsistência, da minimização dos custos salariais à escala mundial. Todas estas condições emergem e operam no interior de um Estado fraco, em regime político de democracia liberal assente na primazia do direito e do sistema judicial.

Esse novo paradigma social ganha ênfase nos fenômenos culturais a partir da década de 1980. Os meios de comunicação influenciam sobremaneira as relações no nosso contexto social de desigualdade. A cultura é imposta pelos países hegemônicos, com regras e contornos dos países que estão o poder.

É fundamental considerar que o papel assumido pelos veículos de comunicação, requer um olhar atento em relação a sua responsabilidade, abrangência e dimensão no processo de socialização atual. Cabe à escola e às mídias prepará-los e instruí-los para que se incorporarem à vida adulta e pública, de

modo que possam interpretar de forma crítica a realidade cotidiana. Isto implica tomar decisões no modo de intervir e reagir aos poderosos atrativos dos veículos midiáticos, abandonando a prática da educação bancária tão bem definida e criticada pela ótica freireana. A ONG pesquisada trabalha com a opção educativa de fugir da prática bancária que deposita conteúdo nos alunos. Parece buscar uma comunicação mais dialógica e mais democrática.

Nessa perspectiva, vale também analisar as interações dos jovens com as mídias em um ambiente de produção midiática popular, fora do espaço escolar, indagando pelo significado que esses jovens atribuem a suas produções e de que modo essas atividades influenciaram nas suas subjetividades.

A escola já realiza diversos processos e produtos comunicativos. Os alunos já fazem exercícios de leitura, produzem redações, ilustram, fazem colagens, murais, cartazes. Mas, geralmente, estas são consideradas tarefas escolares e são feitas para o professor ler, ver e avaliar. Hoje, cada vez mais informatizados e autônomos, estudantes criam *blogs*, *chats* e participam de redes sociais com fins de sociabilidade, informativos, comemorativos, entre tantos outros. O desafio que se coloca é o de avaliar a ação desses novos recursos, atuais suportes para os processos educomunicativos na construção das subjetividades.

Face ao exposto defini-se agora o objetivo geral e os específicos.

Objetivo geral

Verificar como a produção das mídias comunitárias contribuiu na construção das subjetividades dos jovens.

Objetivos específicos

- Analisar se os fluxos comunicativos ampliaram os espaços de expressão e visibilidade para os jovens pesquisados;
- Discutir a influência das produções midiáticas populares no comportamento e subjetividades dos jovens pesquisados.

1.1 Metodologia

Utilizamos uma triangulação de procedimentos metodológicos: a pesquisa exploratória, a análise documental e análise de conteúdo. É relevante assinalar que

a instituição possui materiais que descrevem e analisam a trajetória do grupo. No estudo exploratório, analisamos a produção teórica, o *site* institucional e vídeos produzidos pelos jovens desta pesquisa e sobre a ONG. Com relação às entrevistas, essas foram gravadas, com a permissão dos entrevistados. Essa estratégia deixa o pesquisador atento às atitudes, gestos e expressões, aspectos muito relevantes para esse tipo de pesquisa (LUDKE e ANDRÉ, 1986). Posteriormente, as gravações foram transcritas e o conteúdo analisado de modo a ser usado neste trabalho.

Como instrumentos de pesquisa utilizamos o questionário e o roteiro de entrevista. Szymansky (2004) afirma que a análise desses instrumentos não é o principal instrumento de trabalho do pesquisador, mas também a produção dos mesmos. O conhecimento e a compreensão do problema não são provenientes apenas do referencial teórico, mas também da experiência pessoal do pesquisador. A partir do interesse em verificar como a produção das mídias comunitárias contribuiu na construção das subjetividades dos jovens, criamos, numa primeira fase, uma ficha para resgatar o contato dos jovens da primeira turma da *Rede Jovem de Cidadania* da AIC. Essa ficha foi preenchida em um reencontro dos jovens realizado em um fim de semana, no mês de dezembro de 2011, na sede da AIC, no bairro Santa Efigênia. De posse dos dados sobre os jovens, em seguida tentamos manter contato por e-mail, pois tínhamos a pretensão de analisar as interações que supostamente aconteceriam, virtualmente. Acreditávamos que as interações seriam inúmeras e ricas em conteúdo para entendermos o problema desta pesquisa.

Contudo, por *e-mail*, não obtivemos respostas de qualquer dos jovens contatados. A segunda tentativa foi por telefone, estratégia muito bem sucedida. A partir desse contato, agendamos o preenchimento do termo de consentimento e do questionário, quando, então, pudemos definir o universo desta pesquisa: oito entrevistados — 5 mulheres e 3 homens, — sendo que uma das 5 mulheres é coordenadora na ONG. Os sete jovens selecionados foram os que participaram do *Projeto Rede Jovem de Cidadania – RJC*, em meados de 2004. Hoje, esses jovens têm idades por volta dos 23 a 28 anos. Todos têm o ensino médio completo, porém nenhum possui graduação. Apenas um entrevistado é estudante universitário, cursando a graduação em Publicidade e Propaganda.

Vale esclarecer que todos esses jovens permaneceram por mais de três anos na formação em mídias, passando por todas elas — rádio, TV, jornal impresso, *web site*, *web zine* — dentro da ONG. Dois dos entrevistados embora tenham passado

pela formação em todas as mídias, se identificaram, sobretudo, com as áreas de produção e pesquisa, informados no quesito *outros do* questionário.

Atualmente esses jovens trabalham em áreas diversas. Três no comércio como vendedores, outro como assistente social do Estado, outro no serviço público para a Prefeitura de Belo Horizonte e dois permanecem na ONG na produção e formação em mídias, com vínculo empregatício celetista. Como participantes de um grupo de 54 membros, ao avaliarem suas relações com esse grupo, todos consideraram *excelentes*, exceto um entrevistado que avaliou como sendo relação *boa*. Entretanto, o contato que esses jovens mantêm entre si varia entre *nenhum*, às vezes e *frequentemente*. Aqueles que mantêm algum nível de contato com alguns integrantes desse grupo, são os que agora trabalham com vínculo na ONG, como educadores sociais, ou aqueles que se conectam pelas redes sociais.

Reforçaram também o grau *razoável* de dificuldade com as tecnologias de comunicação, disponibilizadas na ONG. Sobre afinidade com as mídias que geriram no projeto dois entrevistados elegeram simultaneamente o *rádio* e a TV, um elegeru apenas TV, um elegeru apenas *rádio*, e dois disseram ter afinidade com todas as mídias. Concluindo, o rádio e a televisão foram os veículos mais apontados pelos jovens. Dois dos entrevistados demonstraram mais afinidade com a produção e pesquisa, depois de já ter passado por todas as mídias.

Os jovens que participaram desta pesquisa relataram que a experiência foi de *grande importância* para si e para sua vida profissional, atualmente. Quanto a isso, três desses jovens não lidam diretamente com mídias no ambiente de trabalho.

Foi realizada também com esses sete integrantes do grupo mais a coordenadora da ONG, uma entrevista semiestruturada a fim de entender a trajetória dos jovens da turma de 2004, na ONG. Para Triviños (1987), a entrevista semiestruturada é um dos principais meios que o investigador tem para realizar a coleta de dados. Abordamos, então, a trajetória de vida dos jovens, no trabalho na ONG, na escola, em movimentos sociais, na família, com os amigos e grupos sociais pelos quais transitavam. Os dados relevantes colhidos nessas entrevistas estabelecem diálogos, ao longo do texto, com os autores, reforçando o objeto desta pesquisa.

1.2 Organização da pesquisa

Esta dissertação está estruturada em seis capítulos: (I) Introdução; (II) Referencial Teórico; (III) O conceito Educomunicação e o espaço da pesquisa; (IV) Do fenômeno midiático às subjetividades, (V) Dimensão subjetiva dos jovens da AIC e (VI) Considerações finais.

Na Introdução justificamos as motivações para realizar a pesquisa, apresentamos o tema – subjetividades e produção midiática popular juvenil – e a metodologia.

No capítulo 2 – *Referencial Teórico* – apresentamos o suporte teórico, ressaltando que o material empírico coletado durante a pesquisa insere-se no texto, dialogando com os autores, numa interação constante entre entrevistado e a teoria.

No capítulo 3 – *O conceito Educomunicação e o espaço da pesquisa* – abordamos dois itens fundamentais para entendermos a metodologia de trabalho na ONG; os aspectos relevantes do conceito de Educomunicação e o espaço da pesquisa. A ONG e sua ampliação nos 20 anos de trabalho, a proposta, a forma de organização, as produções e desdobramentos da instituição são esclarecidos neste capítulo. Finalizamos esse capítulo, abordando os movimentos sociais na atualidade como portadores de um novo agir comunicativo.

No capítulo 4 – *Do fenômeno midiático às subjetividades* – conceituamos o fenômeno midiático na história, a trama espetacularizada das mídias de massa. Finalizamos este capítulo com o resgate da crítica, pressuposto para a constituição das subjetividades dos jovens.

No capítulo 5, tratamos da *Dimensão subjetiva dos jovens da AIC*. Nele encontram-se as discussões, à cerca das produções suas influências nas subjetividades, os apelos das grandes mídias e do sistema econômico, mantendo em alguma medida a integridade física e psíquica desses sujeitos. Na sequência, estão as *Considerações finais*, nas quais sintetizamos as principais questões da pesquisa.

1.3 O lócus da pesquisa: ONG Associação Imagem Comunitária

O grupo que fundou a Associação Imagem Comunitária-AIC, ONG sediada em Belo Horizonte, no bairro floresta, surgiu a partir de uma programa de extensão da Universidade do Estado de Minas Gerais, a UFMG. Nascia ali o primeiro programa de TV comunitária de Belo Horizonte. Eles têm como objetivo promover a cidadania

por meio da democratização da comunicação e da criação de canal de acesso público.

Desde sua fundação, a AIC trabalha para a construção de uma comunicação mais horizontal e inclusiva. Nessa perspectiva, desenvolvem projetos de comunicação e mobilização que buscam ampliar a participação, na esfera pública, de grupos excluídos, seja social ou simbolicamente. Criam possibilidades para coletivos juvenis, movimentos sociais, entidades comunitárias e grupos de periferia possam participar através dos meios de comunicação, do debate sobre seus direitos e sobre os rumos da cidade.

Com o objetivo de promover o acesso público aos meios, fazem parceria com grupos que trabalham pela promoção da cidadania, produções audiovisuais, impressas, para rádio e web, sempre de forma colaborativa. Ao mesmo tempo, oferecem para as entidades parceiras, serviços gratuitos na frente de comunicação organizacional e fortalecimento institucional, por meio da Agência Solidária. Realizam ainda, processos formativos no campo da educação midiática e da produção em mídias comunitárias. Além disso, desde 2007, prestam serviços e oferecem consultorias na área de educação, comunicação e mobilização social, para empresas e entidades do setor público. O grupo de jovens desta pesquisa participou de um processo formativo na ONG em mídias comunitárias no ano de 2004 constituindo a primeira turma da Rede Jovem de Cidadania.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Buscando uma fundamentação e pertinência teórica, faremos uma breve descrição dos temas juventudes, subjetividades, identidades, ONGs e terceiro setor, mídias e Educomunicação, visto que estes temas mobilizam esta pesquisa. Em seguida, procuramos estabelecer uma relação desses temas com os teóricos que darão suporte aos nossos questionamentos.

Assim, para embasar as concepções de juventudes, recorreremos a Leão (2003) Dayrell (2002) (2007), Damasceno (2008) e Novaes (2012) cujas abordagens aprofundam a compreensão desse conceito. Tais autores analisam a juventude e a forma como são integrados às agendas das políticas públicas. Os autores também compartilham o mesmo ponto de vista na forma como os jovens são encarados pelo governo na implementação de programas voltados para a juventude. Nesse aspecto, Leão (2003) fala de uma juventude diversa, cujos jovens acionam suas distintas

identidades de acordo com os conflitos e tensões que envolvem o jogo social no qual se inserem.

Para Damasceno (2008) a linha geracional vê a juventude como momento de transição da infância para a fase adulta. O jovem é sinônimo de problema, anomia e risco social. Nessa corrente o jovem é objeto de atenção somente quando se enquadra nesses aspectos. Trata a juventude como uma unidade social, um grupo dotado de interesses comuns, os quais se referem a uma determinada faixa etária. Nessa perspectiva, a juventude assume um caráter universal e homogêneo segundo Dayrell (2002).

Já na linha ou corrente Classista os jovens vivem situações em meios sociais diferentes. O jovem é sinônimo de diversidade. O que Dayrell (2002) trata por “juventudes”. A fé na escola é tida como um meio para melhorar de vida e inserir-se socialmente.

Damasceno (2008) afirma que a juventude não é convidada a participar das decisões relativas aos seus direitos. Abramo (1997), Melucci (1997), Diógenes (1998) (*apud* DAMASCENO, 2008) compartilham a ideia de que o jovem é espelho da sociedade inteira, absorve e catalisa as tensões sociais tornando-se vitrine dos problemas sociais.

Novaes (2012) acredita que há um longo caminho para que aconteça de fato a efetivação dos direitos da juventude e aponta os avanços, retratando que apenas a partir da década de 80 a juventude passou a constituir questões nacionais e internacionais na agenda pública. Novaes (2012) relembra que em 1985 foi o ano da juventude pelas Nações Unidas, neste contexto o Consenso de Washington impunha, sobretudo, corte de gastos para enxugar a máquina estatal. A partir dessa época, mudanças econômicas, tecnológicas e culturais afetaram particularmente a juventude. Surgem aí os primeiros espaços governamentais para os jovens com a criação de secretarias e coordenadorias, com destaque para o Ministério do Trabalho, no governo Fernando Henrique Cardoso, e, também, organizações da sociedade civil coordenados pelo Programa Comunidade Solidária.

Dessas mudanças Novaes (2012) aponta ênfase das políticas públicas para a juventude. Preocupa-se, neste momento da história brasileira, com a prevenção e contenção da violência, sobretudo dos jovens moradores das periferias consideradas pobres e violentas.

Compartilhando o mesmo ponto de vista, Leão (2003) afirma haver uma separação entre a juventude das elites e a juventude pobre; sendo esta última o alvo das políticas públicas específica aos jovens. Leão (2003) critica a legislação que trata especificamente dos jovens, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o ECA. A condição de sujeitos de direitos, representado pelo Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA é esvaziada de sentido, porque as práticas encaram o jovem como carente de valores e não de direitos. Ter suas demandas atendidas é uma forma de retribuição governamental aos jovens feita por meio de ações comunitárias.

No novo contexto brasileiro, sobretudo com na gestão do primeiro governo Lula, os direitos juvenis trouxeram novas demandas: distribuição, reconhecimento e participação, localizados, segundo Novaes (2012), na área de confluência dos direitos de cidadania e direitos humanos. A autora aponta para os espaços de mobilização da atual geração de jovens. Nesse período, Novaes (2012) aponta para os programas e ações do Governo Lula com a criação da Secretaria Nacional de Juventude, do Conselho Nacional de Juventude, assim como do Programa Nacional de Inclusão de Jovens (Projovem), além das diversas conferências juvenis ocorridas em todo o país.

No plano municipal, a Prefeitura de Belo Horizonte (PBH) oficializou publicamente a parceria com o Governo de Minas para a construção do Centro de Referência da Juventude (CRJ)² de Belo Horizonte. De acordo com notícia do *site* da PBH, as obras estão orçadas em 15 milhões de reais e devem se iniciar no ano de 2013, ao lado da Praça da Estação de Belo Horizonte.

O que a matéria jornalística não aponta são os intensos conflitos que existem por trás da implantação do CRJ. Desde o anúncio do projeto, em agosto de 2011 até seu lançamento oficial, o Fórum das Juventudes da Grande BH vem protagonizando importantes episódios de embate com o poder público municipal. As principais críticas a esse processo baseiam-se na ausência de uma participação social efetiva, além da inexistência de um diagnóstico participativo e um projeto conceitual que orientem a construção desse equipamento público. Por si só, o CRJ não é nem pode representar a política do município para as juventudes.

²Centro de Referência da Juventude de Belo Horizonte. CRJ. BH.
<http://forumdasjuventudes.wordpress.com/2012/07/09/lancamento-oficial-do-centro-de-referencia-da-juventude-de-bh-conheca-outra-historia-12/>. Acesso em 01/08/2012

A implantação do Centro de Referência dos Jovens em Belo Horizonte demonstra que não é reservada a devida atenção à juventude na política municipal, assim como em outras esferas estatais. Os avanços e dificuldades andam, lado a lado, na implementação de programas federais, estaduais e municipais voltados para a juventude.

Os conflitos que permeiam a implantação das políticas públicas, em especial as juvenis, é um debate complexo. Faz-se necessário ouvir as vozes dos sujeitos, todas as vozes, sobretudo dos jovens comuns, os que não são do Movimento dos Sem Terra (MST) ou outra militância qualquer e também dos que não são violentos ou representam um problema para a sociedade. Outra preocupação discutida no grupo do Observatório da Juventude (OJ), na UFMG, é de como as articulações do grupo podem ganhar impacto social? De que forma pode-se dar visibilidade às novas temáticas e demandas juvenis? A importância e o papel da Academia nessa discussão é outro tema discutido e problematizado. O grupo entende que divulgar nosso olhar sobre os sujeitos das nossas pesquisas, colocando em voga as evidências, pode trazer grandes avanços e a efetiva garantia dos direitos juvenis. Novaes (2012) aponta para os espaços de mobilização da atual geração de jovens, considerando algumas prioridades fundamentais nas demandas juvenis.

Primeiramente, relata as mobilizações juvenis contra o desemprego e a favor do direito a uma educação de qualidade ocorridas no mundo, a exemplo do Chile, Espanha, Portugal e aqui no Brasil. Esse movimento decorre devido às incertezas da estabilidade no mundo do trabalho e da ineficácia dos certificados escolares para o ingresso e permanência no mercado de trabalho globalizado e competitivo.

Em seguida, Novaes (2012) aponta para o direito ao território requerido pelos jovens através de grupos culturais e esportivos que levam suas demandas juvenis aos espaços públicos. Novaes acredita na importância desses grupos, pois funcionam como antídotos contra a discriminação por endereço, pois ampliam os espaços de experimentação e de criação estética, (re) criam laços de pertencimento e afirmam identidades territoriais.

Por fim, Novaes (2012) afirma que o tema diversidade e as questões de gênero, raça e etnia, atreladas recentemente às demandas da orientação sexual e dos jovens portadores de deficiência somam-se e sobrepõem diferentes identidades: ser jovem, ser negro, ser favelado, ser homossexual, ser mulher, ser lésbica, ser cristã. Essas identidades são acionadas de acordo com o conflito em jogo.

Damasceno (2008) também reconhece os múltiplos pertencimentos dos jovens na construção de relações que os estruturam individual e coletivamente. A escola e suas práticas educativas devem entender e reelaborar os saberes a partir dessas dimensões de atuação.

O jovem é de fato um ator social, pois reconstrói os saberes e também ajuda na formação social, por meio de posicionamentos críticos e da criatividade, conforme constata a autora em estudos sobre a juventude:

O jovem constitui de fato um ator social que no seu cotidiano não apenas reelabora os saberes, adquiridos na prática escolar e social, mas também contribui na construção da sociedade, tendo em vista que busca a mudança social, expressa através da crítica, da contestação, da transgressão, mas também da criação e, sobretudo, da vivência de novos padrões democráticos. (DAMASCENO, 2008, p. 13).

Embora não seja o foco da nossa pesquisa, temos que ter em atenção que o universo juvenil é permeado pela diversidade. Damasceno (2008), ao trabalhar esta problemática chega a apontar alguns pressupostos que devem servir de base para uma educação para diversidade juvenil. Primeiro uma maior sensibilidade do universo escolar no trato com a pluralidade de valores e culturas devido ao encurtamento das fronteiras geográficas trazido pelas Tecnologias da Comunicação-TICs, mídia e informática. Em seguida um olhar sobre o resgate de valores culturais locais ameaçados pelo consumismo e, por fim, o engajamento na luta contra a discriminação e exclusão social, reforçada pela lógica excludente da globalização.

Ilustrando as premissas de Damasceno (2008) trazemos o diálogo com Teixeira, Lopes e Dayrell, (2009)³ sobre a multiplicidade identitária que o jovem assume na relações sociais :

Por isso falamos de juventudes, e elas aqui estão em suas múltiplas faces e desenhos, em suas várias figurações e configurações, em suas diversas origens de classe, pertencimentos étnico-raciais e outras nuances que diversifica os jovens entre si, constituindo desigualdades e não somente diversidade. E demarcando diferenças dentro da diferença (TEIXEIRA; LOPES e DAYRELL, 2009, p.18).

³ Nessa coletânea estão jovens trazidos (as) das barricadas, das ruas e praças, das motocicletas, dos albergues, das famílias, das prisões às telas do cinema. Nela estão diversas formas de ser, de estar e de se viver a juventude sob o olhar de cineastas de diferentes países e épocas. Jovens do passado e do presente, culturas juvenis e rebeldes juventudes. TEIXEIRA, Inês Assunção de Castro; LOPES, Jose de Sousa Miguel; DAYRELL, Juarez. *A juventude vai ao cinema*. São Paulo: Autêntica, 2009.

Explicitando um pouco mais o território de pesquisa em que nos movemos tentaremos entender quem é esse jovem com o qual trabalhamos. Será que as políticas públicas:

Contemplam as várias juventudes e questões postas nessa idade da vida, uma vez que os jovens e as formas de viver a juventude não são homogêneas, por várias razões. Entre elas, pelo fato de que os jovens e as jovens estão posicionados em outras clivagens do tecido social e dos grupos sociais que extrapolam as temporalidades e gerações humanas? (TEIXEIRA, LOPES e DAYRELL, 2009, p 18).

Em relação à formação do processo identitário, Hall (2006), Castells (1999), Machado (2002) e Santos (2005) oferecem um repertório diferente, porém complementares sobre o tema. Suas considerações, em relação à desarticulação nos modos de vida modernos, seguem uma linha de pensamento comum de que hoje o indivíduo não tem mais estabilidade nas tradições e nas estruturas sociais. As identificações plurais constituem diversos “eus” num processo de constantes mudanças socioculturais. Castells (1999) aponta que subjetividade é um nome moderno para as identidades, motivo de tratarmos os temas simultaneamente e de forma sinônima.

Ainda em relação ao assunto identidade é consenso dos autores Hall (2006) Castells (1999), Machado (2002), Santos (2005), em defini-lo como um tema complexo. Como afirma Hall (2006) “identidade, é demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser posto a prova. (ibidem, 2006, p 8).

Stuart Hall (2006) e Santos (2005) acreditam que são múltiplas as identidades, sobretudo porque os espaços sociais interferem nas interações do sujeito, no processo de construções de identidades, causando nos indivíduos uma ancoragem instável. O homem da sociedade moderna tinha uma identidade bem definida. Hall (2006, p. 23) argumenta quais os descentramentos da “pós-modernidade ou modernidade tardia” contribuem para gerar a crise de identidades.

Santos (2005) reforça a necessidade de se saber quem pergunta pela identidade, em que condições, contra quem, com que propósitos e com que resultados. Questionamentos relevantes para compreender-se o processo de formação identitária dentro do novo modelo civilizacional da modernidade.

Analisar esse grupo de jovens conduz igualmente às reflexões sobre o papel das ONGs no contributo das construções das subjetividades. Na discussão sobre

ONGs e movimentos sociais Garcia (2000), Gohn (2004) e Arroyo (2012) colaboram com suas definições. Gohn (2004) estuda temas relacionados a movimentos sociais, e outras formas de participação da sociedade civil como ONGs, Terceiro Setor, Conselhos, Fóruns e educação não-formal. Para tanto, Gohn (2004) refere-se às ONGs como mediadores da sociedade civil e esclarece que:

Estamos falando dos mediadores, das ONGs e do terceiro setor de uma forma geral, das entidades que organizam os projetos, buscam os financiamentos, fazem as parcerias — com os governos, com outras entidades e organizações do terceiro setor da sociedade civil, com os organismos da cooperação internacional, e com os movimentos sociais (GHOHN, 2004, p 23).

O sentido da construção e desconstrução do papel assumido pelos veículos de comunicação de massa, em contraponto com as mídias que nos propomos pesquisar, é também de igual importância, visto que são mídias comunitárias, nas quais as comunidades estão ali refletidas, representadas.

Setton (2010) traz uma contextualização sobre o papel da mídia como nova matriz de cultura na modernidade. Relaciona o fenômeno midiático, sua dimensão e abrangência às mudanças no âmbito da cultura e da educação.

O conceito de comunicação de massa é trabalhado por Thompson (1998) e Coelho (2006). Estes autores apontam as características das mídias de massa e dos mecanismos que fazem parte da trama espetacularizada do jornalismo. Imagem e informação são analisadas pelos autores como forma de atender a uma demanda da comunicação da cultura de massa.

Castells (1999) aborda as novas tecnologias de comunicação, sobretudo a *internet* como um meio de comunicação, interação e organização social. Para o autor, a *internet* é responsável pela sociedade em rede e pela mundialização cultural. Estes e outros autores como Barbero (1997), Fantin (2006), Canclini (2010) analisam ainda as mídias como espaço de socialização.

Canclini (2010) afirma que a sociedade civil tem criado condições e se enriquecido com a expansão da *internet* e das ONGs. A possibilidade de fluidez da comunicação estabelece um espaço público e sociopolítico alternativo e afirma:

Evidentemente, as ONGs e outros centros de formação internacional se beneficiam da possibilidade de se informarem rapidamente, sem a censura das grandes agências de informação [...] mas ainda há muito para decidir a respeito do que fazer com as centenas de páginas de informação não hierarquizada (CANCLINI, 2010, p.219).

Em relação às imagens formadas pela grande empresa midiática, Canclini (2010) afirma que é fato sua intensa penetração na vida familiar, convertendo-se nas principais organizadoras do entretenimento e informação de massas. O autor pontua que a falta de informação plural e a censura imposta aos debates sobre a sociedade é indispensável à construção da cidadania.

Para esses jovens que participam do processo formativo de mídias comunitárias, que significado têm suas produções na construção das suas subjetividades? Canclini (2010) faz uma reflexão sobre a tímida influência dessas mídias independentes nos hábitos, pensamentos das majorias e sobre a escassez de recursos para financiamentos com esse fim que, muitas vezes, é feito de forma gratuita. Segundo pesquisas feitas por esse autor:

Há mais de cinco mil grupos independentes de educação, produção cultural e comunicação em nossa região. Reconhecemos sua ajuda na formação e organização de setores populares para a defesa dos seus direitos e na documentação das suas condições de vida e de sua produção cultural. Mas as ações desses grupos são de alcance local e não podem atuar como sucedâneos do que os Estados deixam de fazer. Os grupos independentes quase nunca chegam aos cenários da comunicação de massa, não influenciando nos hábitos culturais e no pensamento das majorias. (CANCLINI, 2010, p. 185)

Assim, há o que se refletir sobre as relações que o terceiro setor — representado aqui por uma ONG — permite na trilogia educação/mídias/subjetividades. Acreditamos que o grau de alcance das ações desses grupos locais não pode substituir as ações do Estado, mas dão um grande contributo na construção de uma sociedade mais democrática, visto que tomam a dianteira junto aos movimentos sociais. A vida e luta das classes populares ganham espaço para oxigenar seus discursos no protagonismo social proporcionado pelas ONGs. Seus modos de significar as coisas, o mundo e a vida são demarcados pela prática comunicativa.

Ao retomarmos a questão essencial dessa pesquisa, qual seja, como essas mídias comunitárias podem contribuir na construção das subjetividades dos jovens sujeitos desta pesquisa, partimos da hipótese de que as mídias comunitárias ampliam as possibilidades dos jovens envolvidos nas produções midiáticas, nas quais identidades são construídas e reconstruídas.

Citelli e Costa (2011), Soares (2011) explicitam a dialogicidade na confluência entre educação e comunicação. A Educomunicação surge como um campo

emergente de intervenção social. Os autores descrevem a trajetória das práticas educacionais na luta pela educação e democratização dos meios de comunicação de massa. Barbero (2009) e Soares (2011) mapeiam os fundamentos da Educomunicação, apontando como um dos seus pressupostos o desenvolvimento nos espaços educativos dos *ecossistemas comunicativos* (grifo dos autores) sustentados por práticas culturais geradoras de ações comunicativas potencializadoras das subjetividades dos agentes sociais.

As práticas educacionais realizadas por atores sociais de comunidades periféricas é condição fundamental para o acesso mais democrático aos bens simbólicos, em prol de uma cidadania cultural. O exercício dessa cidadania é conformato na prática analisada na Associação Imagem Comunitária-AIC, Ong analisada nesta pesquisa. Lá os indivíduos decidem sobre o processo de produção: o que produzir, como produzir, como distribuir e utilizar os bens simbólicos, diminuindo as desigualdades no processo e corresponsabilizando os produtores pelos rumos e regras da informação que produzem.

Paulo Freire (1969) aponta que a transmissão de conteúdo, ditando fórmulas, que são passadas pelos mestres, e não são incorporadas e apropriadas pelos alunos é como uma prática de educação bancária. Nasce a ideia de que ninguém se educa sozinho, de que as pessoas se educam entre si, mediatizadas pelo mundo, a regra é não ensinar coisas e transmitir conteúdos, e sim que o sujeito aprenda a aprender.

Somente há esse diálogo quando se estabelecem relações horizontalizadas e se criam condições para que os envolvidos exercitem a autonomia, a participação ativa e a autogestão coletiva. Estes são conceitos bem aceitos, porém, difíceis de vivenciar e que não estão incorporados à prática escolar. De modo geral, os alunos não são convidados a dar a sua opinião nos planejamentos a que são submetidos, a interferir e a se corresponsabilizar pelos rumos e regras da escola e muito menos da sociedade.

Na contramão da sala de aula, o exercício semântico provocado pela produção midiática coletiva cria a oportunidade de um ganho epistêmico a um determinado grupo, podendo então habilitar sujeitos envolvidos para a participação e argumentação no contexto escolar e, por que não, em esferas mais amplas, para além dos limites dos muros da escola.

Do ponto de vista freireano, o conhecimento é sempre intencionado, isto é, está sempre direcionado para alguma coisa. O conhecimento está articulado às questões como: “conhecer em favor de quem? Conhecer em favor de que? O que vale dizer: conhecer contra quê? Contra quem?” (FREIRE, 1987, p.5). Para Paulo Freire, não existe conhecimento neutro. O que faz com que o ato de conhecer se torne um ato político, democratizador. Deixar vir à tona, através da análise do trabalho cultural e comunicacional popular, as experiências, valores e cultura comunicacional da produção midiática popular, em diversas comunidades da Grande BH, nos seus contextos e pertencimentos específicos, e nas condições desiguais de existência, ilustram as diferentes estratégias e lógicas de ação na tentativa de construir caminhos de inserção social.

A seguir apresentaremos o conceito de Educomunicação e o espaço de pesquisa. Iniciando com o histórico e o percurso da ONG AIC até os dias atuais. Assim como as mídias produzidas pelos jovens, os serviços prestados pela ONG e a oportunidade de trabalho disponibilizada aos participantes.

3 O CONCEITO EDUCOMUNICAÇÃO E O ESPAÇO DA PESQUISA

3.1 Interfaces: comunicação e educação

Em busca da superação da dicotomia entre a educação e a comunicação, acreditamos que a dialogicidade entre tais áreas do saber pode ser tão intensa a ponto de possibilitar aprendizagens significativas e pioneiras no campo da Educomunicação⁴. Quando apontamos a ONG investigada nesta pesquisa como pioneira do terceiro setor na prática Educomunicativa acreditamos que ela funcione como “pontes lançadas sobre os sujeitos sociais e o mundo da mídia, do terceiro setor, da escola, oferecendo um diálogo sobre determinado âmbito da ação educacional” (SOARES 2011, p. 49).

Os estudos referentes à interface comunicação/educação datam de alguns anos. Nos Estados Unidos da América, tiveram início com o surgimento da televisão nos anos de 1930. No Brasil, tais estudos emergiram em decorrência de ações levadas a cabo por Roquete Pinto e Anísio Teixeira e, na França, com o trabalho de Célestin Freinet. No interior da atual conjuntura, de crescente aceleração tecnológica, de reordenação social, cultural, filosófica, das passagens históricas que caracterizam o mundo pós-guerra, o termo Educomunicação, segundo Citelli e Costa (2011), ganha maior relevância.

Melo e Tosta (2008) datam o período de 1945 a 1964, no Brasil, como a época em que foram desenvolvidas algumas experiências envolvendo educação e comunicação, fundamentadas na pedagogia freireana e articulada aos movimentos populares. É o caso dos Centros Populares de Cultura Formal (CPCs), dos Movimentos de Cultura Popular (MCPs) e do Movimento de Educação de Base (MEBs). Engajados na aplicação do método Paulo Freire, o rádio, a leitura crítica da

⁴ O neologismo *Educommunication* havia sido pautado, nos anos 1980, pela UNESCO, como sinônimo de *Media Education*, para designar todo esforço do campo educativo em relação aos efeitos dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens. Entre 1997 e 1999, o Núcleo de Comunicação e Educação da USP realizou uma pesquisa, patrocinada pela FAPESP, junto a 176 especialistas de 12 países da América Latina, identificando a vigência de uma prática mais abrangente no seio da sociedade civil, que tomava a comunicação como eixo transversal das atividades de transformação social. Passou então o NCE/USP a ressemantizar o termo *educunicação* para designar o conjunto destas ações que produzem o efeito de articular sujeitos sociais no espaço da interface comunicação/educação. No caso, à leitura crítica da mídia e à produção midiática por jovens soma-se o conceito de gestão da comunicação nos espaços educativos.

TV nas praças públicas, entre outros recursos midiáticos, problematizavam a presença dos meios de comunicação no cotidiano.

Os mecanismos de produção, circulação e recepção do conhecimento e da informação se fazem em torno da comunicação. Segundo Martín-Barbero (2009) assumir a complexidade social e perceptiva que revestem as tecnologias comunicacionais exige cada vez mais um esforço por desvendar a complexa trama de mediações que a relação comunicação/cultura articula.

Paulo Freire, nos anos 1960, já afirmava que promover educação é fazer comunicação. A Educomunicação, presente na assertiva de Freire, carrega essa dimensão complexa permeada pelo *ecossistema comunicativo*, termo que tem matriz assente nos cuidados com o planeta e também pela *ecologia cognitiva*,⁵ termo usado por Pierre Lévy (*apud* SOARES, 2011) que identifica o estudo das dimensões técnicas e coletivas da cognição. Soares (2011) afirma que para alcançar a criação dos ecossistemas é necessário passar pelas “áreas de intervenção”. Já Martín-Barbero (2009) relaciona ecossistema com a vida social e a aprendizagem. Nesse caso, o autor considera dentro do ecossistema, o sistema social difuso e descentrado, que mistura linguagens e saberes e utiliza os dispositivos midiáticos que vão além dos tradicionais, incluindo também a escola e os livros. Assim, o conceito de Educomunicação abrange um:

conjunto de ações inerentes ao planejamento, implementação, e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer *ecossistemas comunicativos*, que favoreça o diálogo social, levando em conta as potencialidades dos meios de comunicação e suas tecnologias. Portanto, a Educomunicação aponta-se ao diálogo como metodologia de ensino, de aprendizagem e convivência. A questão ‘ético-político-pedagógica’ é uma decisão metodológica (SOARES, 2011, p. 45).

Assim, percebe-se na fala do Entrevistado 7 – educador na ONG pesquisada – a importância das questões pedagógicas nas áreas ligadas a essa modalidade da educação:

— *mas na verdade fazer um trabalho na área de educomunicação, de mídiameducação não é tão simples né. Assim, as pessoas inclusive precisam ter um perfil muito específico, precisam ter mente aberta para o que a gente tava comentado, então assim, é... O trabalho é de*

⁵ Lévy *apud* SOARES (2011, p.43), ao defender a hipótese do surgimento de uma nova ciência denominada por ele de ecologia cognitiva, afirma que a “inteligência ou a cognição são o resultado de redes complexas onde interage um grande número de autores humanos, biológicos e técnicos”.

orientação para os monitores de como na verdade melhorar a oficina deles e como possibilitar realmente que a metodologia de comunicação ela se desenvolva né e ela se agregue na verdade á questão da escola né. São contextos inclusive muito diferentes, a gente tenta trazer um pouquinho da experiência do trabalho das ONGS pro universo da escola (Entrevistado 7)

Na fala do jovem, elementos da Educomunicação conformam uma pedagogia da comunicação e travam um embate contra a educação individualista e competitiva. A dialogicidade e a busca de uma comunicação efetiva colocam o aprendiz no centro do processo histórico–social em consonância com os ensinamentos de Paulo Freire. Segundo ele, “Não sou apenas objeto da história, mas sujeito igualmente” (FREIRE, 1996, p.30).

Viabilizar a aprendizagem requer a convicção de que a mudança é possível. Segundo Soares (2011), a LDB para o Ensino Médio já adota esta visão interdisciplinar e progressista nas áreas do conhecimento, a fim de dar nova nuance às praticas educativas, garantindo a participação ativa na vida social e o exercício da cidadania, de forma prazerosa e criativa. O documento do MEC⁶ ressalta que: “é relevante considerar as relações com as práticas sociais e produtivas e a inserção do aluno como cidadão em um mundo letrado e simbólico”. Esta é a base da educação para a vida tão apregoada por Freire, cuja “a esperança é um condimento indispensável à experiência histórica. Sem ela não haveria história, mas puro determinismo. Só há história onde há tempo problematizado e não pré dado. A inexorabilidade do futuro é a negação do futuro” (FREIRE, 1996, p. 29).

O documento do MEC evidencia o caráter estimulante que os processos educacionais podem ter. Capazes de promover a autonomia intelectual e emocional pelas experiências de uma comunicação compartilhada. O papel de introduzir as mídias na sala de aula, orientando ou propondo seu uso pedagógico, “é o estímulo para que os alunos se apropriem das mídias e das tecnologias da comunicação para produzir seus próprios veículos e desenvolver suas formas de expressão” (Costa *apud* SOARES, 2011, p. 51-52).

Uma revelação e também denúncia que Soares (2011) nos aponta, sobre o contexto escolar diz respeito à emergência de se formarem professores na área da Educomunicação. Segundo dados do Educacenso 2007⁷, cerca de 600 mil

⁶ Ministério da Educação. Disponível em <http://www.mec.gov.br/pcn>. Acesso em 20/12/2012

⁷ Ministério da Educação disponível em <http://www.mec.gov.br/pcn>. Acesso: 20/12/2012.

professores do país não possuem graduação ou atuam em áreas diferentes das licenciaturas em que se formaram.

Em síntese, evidenciam-se transformações profundas no campo de constituição das ciências humanas, incluindo a área que abriga a interface da comunicação/educação. Além de uma latente necessidade de configurar um novo profissional que conduza a prática da docência de forma epistemologicamente coerente, com intenção de criar novos espaços de reflexão numa ação que integre comunicação e educação.

O volume da prática educ comunicativa aconteceu na América Latina no contexto dos movimentos populares que pretendiam discutir a relação que os receptores estabeleciam com os meios. Metodologias de abordagem para as práticas de educação e das mídias se difundiram ao longo da década de 1990 (SOARES, 2011). A iniciativa de criar a ONG analisada nesta pesquisa, aconteceu entre 1993 e 1997, sendo formalizada em 1997, com a organização não governamental. Associação Imagem Comunitária, AIC, tendo como proposta atuar no campo da educação midiática. A *redecep.org*⁸ traz uma série de *sites* e portais com experiências educ comunicativas praticadas pelo mundo todo. Nesse *site* encontramos a AIC listada e a explanação de como a ONG atua aqui em Belo Horizonte onde “desenvolve trabalhos de educação e comunicação com o objetivo de ampliar o acesso à produção de mídia. Fomenta a criação de meios de comunicação comunitários junto à população de rua, usuários de serviços de saúde mental, crianças que vivem em vilas e favela, entre outros⁹”.

O que se percebe de comum entre essas instituições é a produção de produtos comunicacionais por crianças e jovens a fim de ampliar a participação política e dar visibilidade às suas comunidades e culturas. Canclini (2010) questiona se esse novo campo, se essa inter-relação, será reconhecida ou será tão somente uma mera interface. Canclini (2010) vê também necessidade de um aprofundamento teórico que supere a análise pontual das práticas, cujo tema envolva a incorporação das tecnologias da informação na educação.

Martín-Barbero (2009) analisa as mediações culturais e retoma esse novo campo, o da Educomunicação, como área em consolidação que

⁸ Experiências educ comunicativas no mundo. Disponível: <http://www.redecep.org.br/links.php> Acesso: 20/12/2012.

⁹ Experiências educ comunicativas no mundo. Disponível: <http://www.redecep.org.br/links.php> Acesso: 20/12/2012.

Não dá resultados imediatos nem espetaculares. Mas, é a única garantia de que não vamos passar do simulacro da hegemonia para o simulacro da democracia: evitar que uma dominação derrotada ressurgja nos hábitos cúmplices que a hegemonia instalou em nosso modo de pensar e de nos relacionarmos. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 290).

Mais que ampliar a ação social e política e dar visibilidade às suas comunidades e culturas, Citelli (2011) acredita que a Educomunicação traz um novo paradigma, pois aglutina e sistematiza elementos epistemológicos.

Baseadas na pesquisa desenvolvida por pesquisadores dedicados ao estudo da Educomunicação em diversos níveis pelo NCE/ECA/USP¹⁰ na consolidação desse novo campo Citelli (2011) aponta para algumas hipóteses. A conquista da autonomia e da consolidação do campo traz um novo paradigma discursivo constituído por conceitos transdisciplinares. Os atores sociais, nas intervenções sociais, estruturam de modo processual, midiático, transdisciplinar e interdiscursivo as relações vivenciadas. As áreas da mediação tecnológica na educação, da gestão da comunicação no espaço educativo e da reflexão epistemológica materializam-se na área da educação para a comunicação.

E por fim, Citelli (2011) considera que esse fenômeno cultural emergente, cuja educação e comunicação se aglutinam simultaneamente, ações inter-relacionadas sistematizam elementos epistemológicos fundamentais para compor um referencial teórico.

3.2 O educador: empoderamento dos jovens pesquisados por meio da produção midiática.

Soares (2011) aponta alguns educadores que são referências nos estudos do Núcleo de Comunicação e Educação /Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo-NCE/USP. Primeiramente Paulo Freire, centrado na comunicação dialógica e participativa, assim como a radialista Mariazinha Fuzari. Outros nomes também sobressaem como o de José de Anchieta que no seu tempo, século XVI, por meio do teatro e da poesia propunha o exercício da livre expressão. Mario Kaplún que elaborou uma prática reflexiva junto ao movimento popular, Helder Câmara reconhecido por seu vínculo com movimento popular nas periferias do Rio de Janeiro e Recife, Nize da Silveira que pela arte-educação entendeu como os

¹⁰ Núcleo De Comunicação e Educação /Escola de Comunicação e Arte da Universidade de S. Paulo.

“loucos” podiam expressar-se, serem felizes e libertos através da arte-educação. Herbert de Sousa, o Betinho, sociólogo, que apoiava as várias expressões alternativas e a democratização da comunicação.

Para Soares (2011) esses personagens se tornam próximas do mesmo ideário do educador pelo conjunto de qualidades que têm em comum: a abertura para o outro, o diálogo na gestão de conflitos, a capacidade de contextualizar os problemas e encontrar soluções de interesse para a coletividade; e o poder do acolhimento, assegurando a adesão dos atores sociais. A ONG pesquisada, em mais de uma década, vem promovendo cursos, pesquisas e projetos nas áreas de comunicação comunitária e educação midiática, capacitando um número grande de pessoas direta e indiretamente para uma relação crítica e efetiva com as tecnologias de informação. A AIC pode ser considerada um espaço de descoberta e produção inventiva em um ambiente educacional informal.

Numa relação dialógica, a acolhida aos sujeitos no processo de formação e produção faz da ONG um lugar de trânsito de diversos sujeitos sociais que fundem suas experiências, dando a elas sentido. Sobre a educação em espaço não escolar Fontoura reconhece a importância e ressalta que:

Entender-se como parte de um coletivo que produz, em conjunto, um conhecimento; que, como parte desse coletivo, cabe a cada um contribuir sempre para o seguimento desse processo; que o conhecimento não é produzido apenas nos limites de um grupo, mas em todos os espaços sociais é tarefa grandiosa, de permanente vigilância (FONTOURA, 2011, p. 18).

A educomunicação vivenciada na produção da AIC traz uma riqueza imensa devido ao entrelaçamento das áreas da educação e da comunicação, podendo produzir uma formação irreversível, na comunicação compartilhada numa lógica coletiva.

O trabalho desenvolvido na ONG esboça experiências juvenis significativas. Ali constroem saberes, lideranças e legitimidade política através das experiências educacionais. O ensino contextualizado favorece a visão do todo. Morin (2000) em *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, nos alerta em relação às perdas causadas pela fragmentação do ensino por disciplina. Segundo ele:

o ensino por disciplina, fragmentado e dividido, impede a capacidade natural que o espírito tem de contextualizar. E é essa capacidade

que deve ser estimulada e desenvolvida pelo ensino, a de ligar as partes ao todo e o todo às partes (MORIN, 2000, p. 38).

Devemos reconhecer que estamos na sociedade do conhecimento e da informação, conectá-los de forma coesa e significativa favorece o diálogo social. Para tanto, a trama educacional se coloca a trabalho das construções e reconstruções sociais. Um exemplo dessa (re)construção social, o Entrevistado 7 conta sobre a experiência de se tornar oficinairo na AIC e da preocupação para que o diálogo fosse o mais abrangente possível.

— Eu não gosto dessa palavra oficinairo, mas na época a gente utilizava essa palavra e hoje ainda utiliza muito. Então porque não ser oficinairo, ser educador social (?). A experiência lá me possibilitou isso e aí foi na tentativa né, também tudo baseado numa formação também muito militante na área de comunicação, como então agregar outras pessoas nesse movimento, fazendo com que essas pessoas tenham conhecimento disso, dessa causa, dessa democratização da mídia (Entrevistado 7).

Essa é uma fala que expressa não só a mudança no comportamento e atitude dele, mas demonstra também a militância em favor do uso democrático das mídias. O uso do termo oficinairo incomodava o jovem. Sua identidade profissional é a de um educador social. A experiência vivenciada na ONG proporcionou o uso criativo das mídias numa interação livre com esses meios eletrônicos, mas, sobretudo, possibilitou a esse jovem entender a importância da participação social. Para o Entrevistado 7 a democratização possibilita a ampliação do conhecimento, propicia a articulação de grupos, a troca de ideias em um espaço de reflexão sobre o mundo e os saberes intrínsecos nas relações sociais.

Nesse espaço privilegiado de constituição das subjetividades dos jovens evidenciados na ONG, os atores sociais são estimulados a se incorporarem ao processo educativo reconfigurando as formas de ver o mundo e a si mesmo. Diante da diversificação e descentralização do saber na contemporaneidade é fundamental contar com as potencialidades dos meios de comunicação e suas tecnologias a fim de conectar linguagens, escritas, representações e narrativas na lógica de um *ecossistema comunicativo*, democratizador das mídias.

3.3 Experiências educacionais: a lógica da reinvenção

Ana Tereza Melo Brandão (2006) Coordenadora do Núcleo de Desenvolvimento Metodológico da Associação Imagem Comunitária (AIC), afirma que o trabalho da AIC teve os jogos como motivação para ensinar e produzir vídeos. A AIC recorreu a alguns autores que refletiam sobre o processo de produção em grupo. Os jogos teatrais de Viola Spolin¹¹, as considerações sobre brinquedos de Walter Benjamin¹², e os estudos sobre os jogos e cultura de Huizinga¹³ levantam interrogações sobre o processo de educação artística, questionam a tradicional forma de ensino da técnica e pensam o aluno como sujeito na construção do seu conhecimento.

Brandão (2006) diz que o jogo tem um enorme potencial educativo. A AIC se volta para o uso do jogo não como mero instrumento didático, mas tentando potencializar o fenômeno da ludicidade em sua plenitude. Para aprender mais sobre o jogo os jovens criaram suas próprias regras e jogaram com elas. Desenvolveram jogos de invenção que até hoje inspiram novas proposições e novas experimentações na AIC.

A preocupação da AIC nas primeiras oficinas de educação midiática realizadas durante o projeto TV Sala de Aula, em agosto de 1996, foi um com as oficinas de vídeo, TV e jornal em escolas públicas da região nordeste de Belo Horizonte. A aprendizagem envolvia uma série de jogos e brincadeiras que convidava os participantes à apropriação dos meios de produção midiática. Desde as primeiras experiências, pesquisaram técnicas e fundamentos que elucidassem práticas em oficinas de comunicação.

Não reproduzir modelos de produção de massa vigentes, revelando os sujeitos envolvidos no processo, ensinar técnicas de linguagem sem estabelecer formas discursivas fechadas, pré-estabelecidas são premissas do trabalho da

¹¹ SPOLIN, Viola. *Improvisação para o teatro*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

Spolin desenvolveu sua pesquisa entre grupos de teatro improvisacional, na década de 1960. Buscava uma renovação na linguagem teatral através da reflexão acerca do processo de criação. A técnica era aprendida durante *workshops* que exploravam novas formas de comunicação, jogos teatrais em que todos, não apenas os “talentos natos” (noção questionada por Spolin) eram levados a improvisar.

¹² Walter Benjamin: um dos principais teóricos e ensaístas da Escola de Frankfurt. Surgida na Europa no final dos anos 1920. Tal escola teve como um dos seus principais focos a crítica à indústria cultural e seus processos de manipulação das massas.

¹³ HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura*. São Paulo. Perspectiva 1999. Huizinga é um historiador holandês que na primeira metade do século passado, desenvolveu, entre outros estudos, uma vasta pesquisa sobre o jogo, elemento fundamental da cultura humana.

AIC. Os jogos teatrais de Spolin (1992) privilegiam o processo de construção coletiva, incorporando erros e acasos, buscando a experimentação, incentivando descobertas.

Nosso objetivo nesta pesquisa não é oferecer soluções para os problemas que afligem o cotidiano das escolas, como se o solo da aprendizagem se tornasse fértil e altamente produtivo aportando-se à prática educacional como adubo certo e eficaz para colherem-se impreterivelmente os bons e melhores frutos dessa ação. Seria um olhar carregado de pragmatismo sobre esta nova área científica. Mas a decisão metodológica de incorporá-la ao processo de ensino é, sobretudo, “ético-político-pedagógica” (Soares 2011).

A Educomunicação impõe a nós, pesquisadores, a necessidade de pensar com que lógica devemos conhecer e abordar esse novo campo, não o resumindo ao uso de diversos aparatos técnicos e tecnológicos, mas admitindo outras lógicas que todos os modernos instrumentos de comunicação nos proporcionam. Mas, em uma abordagem que nos conduza “assumir-se como ser social e histórico, como ser pensante, comunicante, transformador, criador, realizador de sonhos” (FREIRE 1996, p.18). Nesse sentido, a Educomunicação pode construir novas formas de atuação nas mídias e no mundo.

Na relação dialética com a realidade, os jovens da AIC constroem e desconstroem os conceitos de cidadania, de escola, de si, do outro, enfim, de toda essa trama que os envolve diariamente. Na produção midiática, ao retratarem suas comunidades e as diversas relações mantidas nos meios sociais em que estão inseridos, esses jovens revelam uma reedição do mundo, muitas vezes, reconfigurando-o ressignificando-o na permissão que a prática educacional propicia.

Na conexão dos saberes dos campos da educação e comunicação, nas possibilidades de profissionalização, de produção de conhecimentos, dos jovens revela-se a importância da formação em mídias na AIC. Tendo em vista que são mídias comunitárias, produzidas por jovens nas suas comunidades e também fora delas, as possibilidades de convivência e de experiências intermediada por esses meios eletrônicos podem contribuir para a reflexão sobre as desigualdades do mundo globalizado. Nesse aspecto, os conhecimentos adquiridos na formação em mídias assumem um sentido de luta contra a uniformidade imposta pela cultura de

massa, além de possibilitar a reflexão sobre os mecanismos de criação da desigualdade no contexto do mundo globalizado.

3.4 Movimentos sociais: luta e reconhecimento das culturas

Os movimentos sociais emergiram nos Estados Unidos, na década de 1960, na luta pelos direitos civis, no movimento feminista e na guerra do Vietnã. No contexto brasileiro, eles se distinguem dos movimentos das décadas de 1970 e 1980 que constituíam “movimentos populares reivindicatórios de melhorias urbanas [uma vez que lutavam] para ter direitos a ter direitos” (GOHN, 2010, p. 17) e também sociais contra a ditadura militar, a pobreza e a repressão.

Apoiada em Doimo, 1995; Goss e Prudêncio, 2004, Lerbach (2010) explica que, até os anos de 1960, falar de movimentos sociais era sinônimo de falar da classe operária, sendo que a organização em sindicatos e partidos seria sua forma mais acabada de organização racional. A década de 1960 trouxe diferentes mudanças no cenário do movimento operário. O movimento operário encampava a luta pela justiça sócio-econômica, num contexto de ascendente crise econômica internacional. A queda nas taxas de crescimento entre 1960 e 1979 em países como EUA, França, Alemanha Ocidental, Inglaterra e Japão da década de 1960 levou a mudanças no sistema capitalista, trazendo o fantasma da recessão e do desemprego.

Fontoura (2010) afirma que os movimentos na atualidade não têm como foco o processo produtivo e a revolução. Compreende que os movimentos sociais na contemporaneidade, da forma como estão e atuam, tornam-se dificultosos devido às mudanças de foco ao longo da história. As mudanças nas relações entre Estado e sociedade civil e as novas políticas sociais do Estado globalizado a partir da década de 1990, priorizam os excluídos, sem, no entanto, teorizar coerentemente essa classe social, conforme relata Fontoura (2011):

Entretanto, tratando-se da atuação dos movimentos sociais e seus propósitos, percebe-se que grande parte das produções sobre o assunto se apóia no referencial teórico marxista, que, tratando da questão de classes sociais, omite referenciais teóricos que explicam a situação de outros grupos que são subalternizados na sociedade, tais como grupos de mulheres, negros, portadores de necessidades especiais, indígenas, homossexuais, refugiados [...] Entende-se que, no âmbito da sociedade, os interesses particulares de cada grupo social organizado não raro se cruzam (FOUNTOURA, 2011, p. 62).

Certeau (1994) e Garcia (2000) compartilham a opinião de que os movimentos sociais repercutem em esferas sociais homogêneas, próprias e particulares, mas que pelo caráter político que têm, conseguem, de alguma forma, desarticular a ordem vigente. De acordo com esses autores “temos muito a aprender com os movimentos sociais, sempre políticos e sempre pedagógicos” (GARCIA 2000, p. 15).

O Movimento dos Sem Terra- MST é a mais importante referência de movimentos sociais no Brasil com repercussão nacional e internacional. Todas as suas ações mobilizam a opinião pública, o governo e os partidos políticos em relação ao direito à terra, ao trabalho na terra, mas, sobretudo à educação. A juventude sempre esteve na linha de frente das lutas, de forma cada vez mais organizada dentro do MST, como na III Jornada Nacional da Juventude Sem Terra, realizado em Agosto 2012. Eles buscaram debater nessa manifestação como em tantas outras, os seus desafios, questionando, combatendo, integrando, fortalecendo e organizando a luta e a participação. Outro apontamento importante na luta do Movimento dos Sem Terra é o direito à educação. Permanecer no campo com garantia de crianças, jovens e adultos continuarem os estudos, vencendo as dificuldades do acesso aos livros, a bibliotecas e ensino de qualidade é o sonho de Educação para trabalhadores e trabalhadoras.

Em sua luta pela pelo direito à escola, pois que para construir uma sociedade realmente democrática há que se acompanhar a luta por um projeto político – pedagógico emancipatório, que vá preparando novos homens e novas mulheres para juntos construir uma nova sociedade. (GARCIA, 2000 p. 8).

Um princípio do movimento é de que a luta pela terra não se dissocia da luta pela educação. O analfabetismo representa o maior desafio para o movimento, segundo Garcia (2000), seguido da falta de legitimidade e de reconhecimento da causa pela sociedade. Para o senso comum, baderna é o adjetivo que qualifica esse movimento. “Pode haver baderneiro entre os sem terra, mas sua luta é legítima e ética. Baderneira é a resistência reacionária de quem se opõe a ferro e a fogo à reforma agrária. A imoralidade e a desordem estão na manutenção de uma ordem injusta” (FREIRE, 1996, p. 29).

Percebemos um novo território de circulação dos bens culturais no trabalho realizado pela AIC, ONG analisada nesta pesquisa. Os movimentos sociais, na luta

pelos seus direitos sobretudo ao da educação e cultura, contam com a parceria da ONG não só por democratizar a cultura universal, mas para incluir a cultura local, das periferias, dos jovens e de suas comunidades. Dialogando com várias entidades, promovem um grande controle e inovação na promoção da cidadania. Numa pedagogia emancipatória e responsável ilustrado no depoimento do entrevistado 2 ;

Eu me sinto mais cidadão, eu me sinto mais civilizado, me sinto mais empático. Não é aquele “lance”: Poxa, que a AIC me tirou da rua, das drogas, não, “porcaria” nenhuma. Não tem dessa. Me transformou na pessoa que eu sou hoje, maduro, desenvolto. E não me tirou da rua, muito pelo contrário, me deu uma alternativa: Olha só, a Rua tá aí “cara” . O que que a gente pode fazer com esse espaço? O que a gente pode fazer para ampliar esse horizonte. Foi essa a visão, e é a visão que eu guardo até hoje. O maior legado que eu guardo da AIC é isso. (Entrevistado 2)

Na produção midiática o jovem coloca em diálogo os diversos conhecimentos e construções que circulam na sociedade. “Cada vez mais as táticas vão saindo de órbita. Desancoradas das comunidades tradicionais que lhes circunscrevia o funcionamento, elas se põe a vagar por toda a parte num espaço que se homogeneiza e amplia (CERTEAU, 1994, p 104)”.

Outra consideração em relação aos produtores de mídias da AIC está vinculado a uma possível desagregação à lógica do capitalismo e a favor dos movimentos sociais e suas inúmeras bandeiras. Devido à construção de uma comunicação dialógica e participativa, desenvolvem o potencial humano em outras atividades intrínsecas do ambiente compartilhado e nas atividades desenvolvidas na ONG, conforme relata a jovem que hoje é funcionária na ONG:

“Ah eu trabalhei com audiovisual também em Sabará , trabalhei em Ribeirão das Neves com o Fica Vivo, com fotografia , é o que eu me lembro. Mas eu acho que essas produções tem um poder né , um poder entre aspas de modificação mesmo, assim de ... não sei se é uma palavra muito forte, transformação! Mas ela te coloca num lugar de reflexão mesmo, assim sabe, de reflexão dia a dia, das suas ações, de cada olhar né.”(Entrevistada 6)

Garcia (2000:) analisa as crises do capitalismo geradas pela contradição do esgotamento de seus modos de acumulação, tendo na sua lógica o próprio capital e não as necessidades humanas. Assim, o potencial humano e seus anseios estagnam ou ficam improdutivos na ótica capitalista, conforme relata:

E já que os interesses do capital estão na razão do próprio capital (do lucro, etc) e não das necessidades humanas, o avanço científico e tecnológico dos últimos anos – no que tem se chamado de reestruturação produtiva, o desenvolvimento e utilização da automação da robótica, da microeletrônica e da informatização nos meios de produção, em vez de liberar o potencial humano para as atividades do crescimento e das necessidades humanas, como as artísticas e o lazer por exemplo, tem despejado no mercado de trabalho mais e mais trabalhadores como mão de obra excedente. (GARCIA, 2000, p 29).

Percebemos, então, um novo modo de acumulação no sistema capitalista e um ideário neoliberal mantido por um Estado que não garante conquistas históricas sociais para a classe trabalhadora, pois desagrega e acua os movimentos sociais colocando-os na defensiva e atacando os trabalhadores.

Faz-se necessário aprender novas formas de ação, perceber outros saberes que permeiam o cotidiano e evocar outras formas de luta e de desagregação da ordem vigente. Certeau (1994) utiliza dos conceitos de arte e estilo para compreender as práticas culturais engajadas. Para ele na cultura ordinária a ordem é exercida por uma arte, ao mesmo tempo exercida e burlada. Fazer a teoria das práticas é uma difícil tarefa evocada na multiplicidade de saberes e métodos, desafios que se lançam ao pensar a prática cotidiana. Assim:

Não se trata de elaborar um modelo geral para derramar neste molde o conjunto das práticas, mas, pelo contrário, de especificar esquemas operacionais e procurar se existem entre eles categorias comuns e se, com tais categorias, seria possível explicar o conjunto de práticas. (CERTEAU, 1994, p. 21).

Em relação aos novos conjuntos de práticas sociais, Garcia (2000) aponta para os novos movimentos sociais¹⁴. Surgidos a partir da década de 1980, como responsáveis pela construção de identidades coletivas devido à rede de relações – família, trabalhos, comunidade, amigo, partidos, sindicato, escolas e espaços educativos não formais, a exemplo das ONGs, entre outros.

Essa multiplicidade de interações possibilita articulações entre os atores e movimentos sociais, de forma diversificada, permitindo um debate amplo de acordo com Garcia (2000):

¹⁴ “O Movimento dos Sem Terra, o Novo Sindicalismo, o Movimento de Bairro, etc, são exemplos dos Novos Movimentos Sociais. Surgidos, sobretudo a partir da década de 1970, esses movimentos apontam para um projeto alternativo de sociedade em construção, no sentido do antiautoritarismo, da descentralização do poder e da insuficiência dos modelos de desenvolvimento econômico, estatal e cultural vigentes.” (GARCIA, 2000 p.33).

O pensar/agir em rede possibilita aos sujeitos sociais produzirem intervenções nos mais variados espaços /tempos, pois estes percebem a realidade a partir das relações vividas, a partir das produções sociais e de uma nova subjetividade coletiva. A complexidade do conhecimento comum deve permitir a permeabilidade a outros conhecimentos deve estar aberta ao debate, não no sentido da disputa pura e simples de idéias, mas no sentido de ouvir o outro, de perceber a diferença, de notar a diversidade e aceitá-la (GARCIA, 2000, p 34).

Ao coletivizar o saber, na troca de experiências institui-se a cidadania, gerando possibilidades de reconstrução da sociedade pela transformação da pessoa-objeto em pessoa-sujeito. Garcia (2000) entende os movimentos sociais como movimentos coletivos de luta, de aprendizagem e de troca, pois se põem em rede com outros movimentos sociais. Sobre essa rede de movimentos, Gohn (2010, p. 20), chama a atenção para a inversão na atuação dos movimentos, nos “processos de inclusão social de setores e camadas tidas como vulneráveis ou excluídas de condições socioeconômicas, ou direitos culturais (índios e afrodescendentes)”, devido às novas formas de organização.

Segundo Gohn (2010) essa ação acontece de cima para baixo, retirando dos movimentos o seu protagonismo e as identidades dos sujeitos são transformadas politicamente, no âmbito das políticas sociais de inclusão, em políticas de identidade estruturadas.

Gohn¹⁵(2011) define os movimentos sociais como modos de a população organizar suas demandas, utilizando diferentes estratégias (mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, desobediência civil, negociações e até pressões indiretas. Atualmente, os movimentos ganharam com meios de comunicação e informação, como a *Internet* e as redes sociais aliados na luta. Para a autora, a inclusão desses recursos funcionam como um novo agir comunicativo.

A AIC possui as mesmas características que definem os movimentos sociais e organizações não governamentais. A instituição surge a partir de uma reflexão sobre a própria experiência. Tem um ideário na construção de uma sociedade democrática. Lutam contra a exclusão, e reconhecimento da diversidade cultural. Das parcerias da AIC com alguns movimentos sociais destacamos: entidades que trabalham para a promoção da cidadania da população negra, valorização e o reconhecimento da cultura afro-brasileira, no movimento negro o Grupo Ebó-

¹⁵ Trabalho encomendado pelo Grupo de Trabalho Movimentos Sociais e Educação, apresentado na 33ª Reunião Anual da ANPEd, realizada em Caxambu (MG), de 17 a 20 de outubro de 2010.

NAREAB (Núcleo Ativo de Resistência e Estudos Afro-Brasileiros) e também a Associação Odum Orixás, com 40 anos de trabalho na promoção e afirmação da cultura afro-brasileira na Grande BH e em Minas Gerais.

Em parceria com a Agência de Comunicação Solidária¹⁶ da AIC, esses grupos, produziram um *site* institucional, como plataforma de divulgação da história, imagens e ações do grupo.

No movimento estudantil, a Associação Democrática Ativa é uma entidade que atua desde 2006, em Belo Horizonte, no intuito de incentivar a participação política e cidadã, aproximando a população do poder público. O grupo realiza o projeto Meudeputado.org composto, sobretudo por alunos da comunicação social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

No movimento LGBTTTS (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transsexuais, transgêneros e simpatizantes), citamos a Associação Lésbica de Minas (ALEM)¹⁷, que combate as diversas formas de violência contra as mulheres e qualquer tipo de discriminação dirigidas às lésbicas. O evento mais representativo da entidade foi o *Seminário Internacional: Direitos Sexuais, Feminismos, lesbianidades - Olhares Diversos*, realizado em novembro de 2010, em Belo Horizonte. No evento foram discutidos temas como sexualidade, gênero, lesbianidade, feminismo, violência e direitos sexuais.

Em Novembro de 2012, no movimento feminista, a AIC esteve no *Fórum Regional Mulheres Jovens Liderança e Governabilidade*, na cidade do Panamá. O evento reuniu mulheres jovens da América Latina e do Caribe e 20 outras regiões do mundo entre pesquisadoras, líderes políticas e ativistas de diversas organizações sociais na troca de experiências sobre o protagonismo das mulheres jovens na promoção da igualdade de gênero. Para a ONG, mobilizações comunitárias, de associações de bairros e coletivos juvenis são tão importante quanto emancipador nas lutas sociais.

O apoio da AIC, a fim de fortalecer esses movimentos sociais populares, conta com parceria do Governo Federal, Estadual e Prefeitura de Belo Horizonte, via

¹⁶ A Agência de Comunicação Solidária (ACS) é um projeto realizado pela AIC em parceria com o Instituto C&A e com a Prefeitura de Belo Horizonte via Lei de Incentivo à Cultura. A proposta é contribuir para o fortalecimento institucional de quase 30 grupos e movimentos comunitários da Grande BH e do interior de Minas Gerais, por meio da oferta gratuita de um programa de apoio em comunicação integrada. Isso significa a criação de sites, vídeos institucionais, material impresso e para web, sempre no intuito de fortalecer o diálogo dos grupos parceiros com seus públicos.

¹⁷ ALEM-Associação Lésbica de Minas- Acesse o site www.alem.org.br

Fundos de Cultura e leis de incentivo, mas também de recursos financeiros privados. A AIC conta com os seguintes parceiros: empresas Oi Futuro, Vale do Rio Doce, Petrobras; Instituto C&A.

Na divulgação das produções transmitem suas produções pela rede de comunicação estatal – Rede Minas e TV Brasil; e também em universidades, com destaque para UFMG, além de gráficas e editoras.

Novos conceitos de movimentos sociais, delineados por Gohn (2011), são incorporados pela AIC, entre eles responsabilidade social, compromisso social, desenvolvimento sustentável, empoderamento, protagonismo social, economia social, capital social, tudo isso repercutindo em ações cidadãs.

Na sequência apresentaremos o histórico da ONG e os trabalhos realizados no campo da comunicação comunitária.

3.5 Histórico da ONG Associação Imagem Comunitária

Em 2013, a AIC comemora 20 anos. A televisão comunitária para a saúde foi o embrião da ONG, com o projeto TV Sala de Espera. Uma experiência de TV comunitária realizada na região nordeste de Belo Horizonte. A iniciativa aconteceu entre 1993 e 1997, envolvia a população local e contou com o grupo fundador da AIC, a Universidade Federal de Minas Gerais e a Prefeitura de BH.

A Experiência inédita no curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, na qual estudantes e professores, em parceria com a população dos bairros Paulo VI e Ribeiro de Abreu na cidade de Belo Horizonte, experimentavam processos comunicativos diferenciados da prática usual da área.

Os recursos provenientes da UFMG e da Prefeitura de Belo Horizonte eram escassos e incertos, fatores que levaram à interrupção da iniciativa em 1997. Mas as articulações tecidas empreenderam vários desdobramentos. Então, em 1997 a instituição dava início a trabalhos no campo da comunicação comunitária envolvendo diversos públicos: população de rua, usuários de serviços de saúde mental, entre outros.

O trabalho ganhou, em 1996, um importante desdobramento: o projeto TV Sala de Aula. Naquele momento, o grupo realizador percebia a importância de criar, nas escolas, perspectivas de reflexão e de expressão infanto-juvenil nos meios de comunicação. O grupo que participou das duas experiências tinha uma proposta em

comum: atuar no campo da educação midiática. Foi tal proposta coletiva que motivou sua formalização, em 1997, como a organização não governamental Associação Imagem Comunitária. A trajetória da associação já soma mais de 300 projetos e oficinas de comunicação comunitária.

A imagem comunitária sempre contou com forte presença da juventude em suas ações. No ano 2000, potencializou esse trabalho colocando as experiências de comunicação em rede, dando origem ao projeto nas quais mais de 100 instituições ligadas à juventude eram parceiras nos projetos de comunicação.

3.6 Proposta inicial da ONG AIC

A proposta inicial da ONG foi a de constituir-se num centro de experimentação comunitária em comunicação e de criação de possibilidades para o acesso público às mídias. A proposta era construir espaços para que grupos socialmente excluídos ou com poucas oportunidades de visibilidade se colocassem no debate público.

Em 2000, a entidade realizou um mapeamento de sua atuação, no qual foi possível perceber que já havia realizado diversificadas experiências de comunicação comunitária que envolvia a juventude em todas as regiões de Belo Horizonte. O que faltava para potencializar esse trabalho era colocar tais experiências em rede. Foi essa constatação que deu origem ao projeto envolvendo jovens.

Preconizados pelo senso comum como agentes da violência, centenas de jovens da periferia de Belo Horizonte tecem redes marcadas pela diversidade, criatividade e participação. Criam múltiplos espaços de socialização, formação e construção coletiva nas periferias.

Segundo Lima (2006), em Belo Horizonte, um quarto da população total do município mora em vilas, favelas e conjuntos habitacionais de baixa renda. Dados do *Guia Cultural de Vilas e Favelas de Belo Horizonte*, publicado em 2004, apontam a riqueza de iniciativas da periferia: há centros culturais e comunitários organizados em todas as vilas, que reúnem ainda cerca de 50 bibliotecas populares, 30 rádios comunitárias e dez jornais.

3.7 A AIC no tempo

A *Associação de Imagem Comunitária*, ao longo de sua história, desenvolveu atividades essenciais que são apresentadas a baixo, em ordem cronológica e que caracterizam seu atual perfil.

1993 / 2000

- **TV Sala de Espera** – a comunidade da região nordeste de BH produziu, de 1993 a 1997, programas televisivos sobre qualidade de vida. Os programas eram transmitidos nas salas de espera de centros de saúde públicos para cerca de seis mil espectadores por mês.
- **TV Sala de Aula** – oficinas de expressão em TV realizadas de 1996 a 1998 junto a estudantes de diversas escolas públicas e do Centro Pedagógico da UFMG.
- **Saúde, Gente!** – programas de educação sanitária realizados de 1998 a 2000 para veiculação nacional no Canal Saúde (Ministério da Saúde / Fundação Oswaldo Cruz). Grupos comunitários receberam capacitação e atuaram na criação dos programas.
- **17 cursos de profissionalização de jovens e adultos** – Realizados na capital e interior de Minas, em 1998 e 1999, para a Secretaria de Estado da Cultura, os cursos foram promovidos junto a centenas de pessoas.
- **“Se ame em close - apenas um olhar”** – oficinas para implantação de TV Comunitária, realizadas, em 2000, junto a projeto de mobilização cultural desenvolvido no bairro Alto Vera Cruz.
- **Oficinas Experimentais de Rádio e TV** – iniciativas com foco na experimentação artística e na expressão comunitária, realizadas de 1998 a 2000. junto às crianças e aos adolescentes do Barreiro, Vila do Cafezal e bairro São Paulo; e ainda junto a usuários de serviços de saúde mental de BH.

2001

- **Oficina de Produção Comunitária para Rádio em Cristais (MG)** – formação de jovens para a criação de programas comunitários em rádio voltados às

temáticas da saúde e cultura. Integrante de programa de Protagonismo Juvenil no combate aos altos índices de suicídio juvenil na região.

- **Oficinas de Rádio e TV Comunitária** – Série de oficinas para a implantação de experiências de TVs e rádios comunitárias, promovidas junto aos seguintes públicos: crianças e adolescentes da Favela da Ventosa e bairro São Francisco; usuários de serviços de saúde mental dos bairros Providência, Venda Nova e Carlos Prates.

- **Umdolasi** – Documentário sobre o universo das brincadeiras infanto-juvenis, realizado com a participação de crianças e adolescentes da Favela do Acaba Mundo.

- **Rádio Catavento** – criação, por grupos de jovens e adultos da população de rua, de programas para veiculação ao vivo em viadutos da cidade e assembleias.

2002

- **Oficina de Vídeo / TV Comunitária do Alto Vera Cruz** – Oficina de fomento à implantação de uma TV comunitária pela comunidade da região. Continuidade do projeto “Se ame em close - apenas um olhar”, de 2000.

- **Oficinas infanto-juvenis de Rádio Comunitária** – Série de oficinas realizadas junto a crianças e adolescentes dos bairros Vista Alegre, Cabana, Vila Cruzeiro e Barreiro.

- **Inventimídia** – Oficina de experimentação em fotografia e vídeo, realizada junto a crianças de 06 a 14 anos.

- **MeioFio** – documentários em vídeo, TV e web, em que “filadores” de jornal (pessoas que, ao passarem pelas bancas do centro de BH, dão uma olhada nas notícias do dia) refletem sobre os meios de comunicação (em andamento).

- **Rede Jovem de Cidadania** – rede de educação midiática e comunicação comunitária – programas de TV e rádio, jornal impresso, peças gráficas, site, *webzine* e agência de notícias – realizada por grupos juvenis das nove regiões de BH (em andamento).

2003

- **Mostra de Arte e Loucura – Parabolínica Cultural:** Mostra de produções multimídia e em artes plásticas realizadas por portadores de sofrimento psíquico.

2004

- **Cuco – Juventude, Cultura e Comunicação** – projeto de formação de agentes juvenis para a promoção do desenvolvimento comunitário com a utilização de ferramentas de comunicação (em andamento).

2005

- **Juventude e Direitos Humanos** – campanha de divulgação dos Direitos Humanos, envolvendo jovens que atuam nos movimentos organizados da área, junto aos quais são promovidas oficinas de mídia. Conta com peças em TV, rádio, site e CD-Rom (em andamento).

- **Rádio Sanfa** – iniciativa envolvendo grupos de jovens cegos do Instituto São Rafael, com a produção de programas para a emissora interna do Instituto, e também para rádios comunitárias (em andamento).

Publicações

Para dar suporte às oficinas realizadas, a AIC produz publicações que reúnem, desde aspectos conceituais, históricos e metodológicos das mídias comunitárias, até textos técnicos sobre produção em TV e rádio.

- **1997 – Cartilha do Acesso**, sobre o canal de acesso público comunitário da TV a Cabo (autores: Bráulio Britto e Rafaela Lima / realização: Imagem Comunitária).

- **1998 – Aprendendo a fazer vídeo** (autores: Aléxia Costa Melo, Ana Tereza Brandão, Bráulio Britto, Janaína Patrocínio, Juliana Leonel e Rafaela Lima / realização: Imagem Comunitária).

- **1998 – Criação em Vídeo e TV** (autor: Almir Almas / realização: Imagem Comunitária).

- **1998 – Textos para Capacitação em Rádio Comunitária** (coletânea organizada por Elizabeth Pires / realização: Imagem Comunitária).

- **2002 / 2003 – Inventimídia** (autores: Cristina Santos, Juliana Almeida, Ligia Moura, Rafaela Lima, Mariana Barros e Ana Carvalho).
- **2004 – Guia Jovem de Cultura e Cidadania** (organizadoras: Mariana Paulino e Rafaela Lima).
- **2004 – Mídias Comunitárias, Juventude e Cidadania** (livro organizado por Rafaela Lima).

Mostras

- **2002 – Cine AIC** – Mostras de Vídeo Experimental e Comunitário que foi realizada, todas as segundas-feiras, no Centro de Cultura de Belo Horizonte.
- **2003 – Parabolínica Cultural** – Mostras de produções experimentais em Vídeo, Rádio e Artes Plásticas realizadas por usuários de serviços de saúde mental de BH.

Em 2004, os grupos juvenis das nove regiões de BH, sujeitos desta pesquisa produziam as seguintes mídias pelo projeto Rede Jovem de Cidadania:

- -um programa de TV, veiculado semanalmente pela Rede Minas de televisão (emissora educativa de sinal aberto, de abrangência em todo o Estado e Minas Gerais);
- -um programa de rádio, transmitido pela emissora UFMG Educativa (104,5 FM) com alcance na Região Metropolitana de Belo Horizonte;
- -um jornal impresso, distribuído nas escolas públicas da cidade;
- -um *site*; (<http://www.aic.org.br/>)
- -um *webzine*;
- -uma agência de notícia, cujos boletins informativos são enviados semanalmente aos veículos de comunicação regionais e nacionais e a centenas de instituições do Terceiro Setor.

O projeto Rede Jovem de Cidadania abre espaço para os jovens falarem sobre si e sobre seu universo, suas experiências de vida no contexto social em que vivem, conforme relembra a coordenadora da AIC:

— para manter esse grupo de 54, fizeram um mapeamento e detectou que o público que a gente mais tinha trabalhado era a juventude, e de que tinha jovem espalhado por BH inteira. A gente não tinha ficado numa só região, por isso a gente propôs eles serem

correspondentes, 6 jovens por cada região de BH, transitando das suas comunidades para o centro, do centro para suas comunidades. A gente tinha uma sede muito pequena, as oficinas eram no centro cultural da UFMG, sempre tinha articulação de um centro cultural indicando meninos, e de relações diversas, com universidade, com professores da universidade (Coordenadora da ONG).

A inserção dos jovens como correspondentes nas nove regiões de BH gerou uma nova relação da ONG com as comunidades. Pessoas, instituições, centro culturais mantinham vínculos com os correspondentes da AIC numa relação simétrica, de trânsito mútuo. Esses jovens eram tanto informantes quanto articuladores de suas comunidades, conferindo assim validade a conhecimentos e saberes dessa população, outrora ilegítimos, pois não eram reconhecidos nas mídias.

Nesse processo, os jovens constroem, reconstróem, desconstróem estereótipos, preconceitos, valores e imagens frequentemente associados à juventude, às periferias e a seus moradores. Assim, a instituição acredita que:

Capacitando tais grupos [de jovens] a efetivamente utilizar os meios de comunicação, a AIC busca fomentar a construção da cidadania, entendendo-a como algo em constante processo. Uma vez que atores coletivos em situação de exclusão passam a se expressar, discutir suas reivindicações publicamente e apresentar suas questões, demandas e manifestações, eles avançam na conquista do direito fundamental de participar da sociedade e de poder lutar por outros direitos. Saem do anonimato simbólico e exercem um papel ativo na sociedade (LIMA, 2006, p. 29).

Trata-se, então de um trabalho realizado pela ONG na perspectiva da metodologia de mídia-processo, valorizando as identidades das comunidades envolvidas.

Nesse processo, de (re) constituição contínua de identidades coletivas através das experiências, os participantes começavam a (re) elaborar coletivamente questões que permeiam a vida de todos que estão ali. [...]. Muitos desses participantes, em sua história e no cotidiano, vivem preconceitos, limitações e uma quase invisibilidade, em um processo extenso de exclusão social (LIMA, 2006, p.63).

As ações de produção midiática pela ONG pesquisada aqui em Belo Horizonte caminham num sentido linear e numa relação simétrica entre os diversos participantes:

não se abre mão do importante papel do especialista em comunicação, mas impressiona positivamente pelo fato de que a

relação assimétrica, de certa superioridade, que se vê em outras experiências, aqui se dilui, vai perdendo força, na medida em que os jovens entendem e usam de maneira lúdica os instrumentos técnicos, apropriam-se deles de forma criativa e redescobrem significados nos códigos, formatos e linguagens que inicialmente lhes eram completamente alheios. (LIMA, 2006, p.11).

O trabalho compartilhado entre os integrantes do projeto Rede Jovem de Cidadania incorpora uma visão moderna de aprendizagem: em que todos são aprendizes. Os jovens não se sentem inferiorizados conforme relata a jovem participante do projeto:

— Era assim, a gente tinha oportunidade de passar por todas as mídias e cada mídia tinha suas coisas, como se fala, sua disciplina, as coisas que a gente aprendia, produzia um roteiro, tinha um conteúdo teórico. Todos lá têm formação na área de comunicação, todos eram comunicadores. (Entrevistada 1)

Diferente do que acontece em outras experiências cujo especialista é o detentor do saber, os jovens podem ser “capazes de produzir saberes, valores, culturas, modos de pensar. Saberes do trabalho, das resistências. Produtores de experiências humanizadoras, educativas pedagógicas” (ARROYO, 2012, p.32).

3.8 Desdobramentos da instituição

Ao longo da realização dos projetos elencados acima no item 3.7, a entidade aprimorou a metodologia de mobilização social, comunicação comunitária e educação para a cidadania. Hoje, a ONG disponibiliza seus projetos para empresas e entidades do poder público no intuito de criar estratégias de desenvolvimento sustentável junto às comunidades com as quais se relaciona.

Conforme relato de um dos coordenadores da AIC, a prestação de serviços se tornou uma área estratégica para a sustentabilidade da ONG pesquisada, contribuindo para o incremento dos projetos, bem como o da ação social.

— Desde o início da AIC, desde a TV Sala de Espera a AIC já sinalizava esse tipo de trabalho de parceira e com articulações. E a colaboração já começa aí. O campo da saúde, articulado com a escola, com um bairro, com a UFMG, com líder comunitário, com escola. Isso sempre teve presente desde o início do trabalho da AIC, a gente começou a experimentar outros grupos (Coordenadora da ONG).

Delimitando o espaço físico, a coordenadora relembra a conquista da primeira sede no ano de 2007, proveniente da verba do Prêmio Itaú-Unicef e, no ano de 2011, o aluguel de outra sede, ambas no bairro Santa Efigênia, além da Kabum, no bairro Horto. O Núcleo Oi Kabum, atua junto às juventudes populares urbanas, oferecendo cursos técnicos em Artes Visuais, Multimídia e Produção de Áudio e Vídeo. Promove oportunidades para o desenvolvimento dos jovens por meio da arte, comunicação e novas tecnologias. O Núcleo desenvolve, sistematiza e compartilha metodologias inovadoras de educação, formação para o trabalho e mobilização social dos jovens. Atendem atualmente 120 jovens por turma e têm como parceiros o Instituto Oi Futuro e a AIC – Associação Imagem Comunitária.

No início, o grupo da AIC utilizava espaços públicos, com destaque para o Centro Cultural da UFMG. Hoje, totalizam-se três espaços concretos da Ong. A coordenadora e também comunicadora social esclarece e acrescenta:

— Tem a Kabum no Horto, dentro do Plug Minas, isso são os espaços concretos, onde a gente faz a gestão. E fora isso tem a articulação que a gente faz com escolas, igrejas, centros culturais. Tem outros espaços que a gente vai articulando (Coordenadora da ONG).

Sobre a rotina, a coordenadora da Ong afirma que houve muitas mudanças devido à dimensão que a ONG tomou. Até 2007, a ONG era composta de diretorias, com divisões por habilidades e responsabilidades compartilhadas. Eram as diretorias do institucional, de projetos, de metodologia e pesquisas sociais e administrativas. Na atual realidade da ONG, esse formato não atende mais as demandas e, hoje, eles pensam na organização denominada diretoria ampliada. A coordenadora explica:

— A diretoria esta repensando esse desenho. Agora estamos chamando de diretoria ampliada. Esse grupo de diretores chamou representantes de sua área que era de sete agora tem 10, 12 pessoas. A gente se subdividiu em vários grupos de trabalho: Isso se deu esse ano (2012). Mobilização, processos formativos, recursos humanos para olhar para os recursos da instituição, sustentabilidade e de incidência política. A gente conseguiu agora capilarizar. Tem gente que participava de três grupos de trabalho, de um..., e estamos criando agora como estes grupos podem dialogar entre si, e como alinhá-los. (Coordenadora da ONG).

O objetivo dessa relação dialógica proposta pela ONG é criar espaços conectados e a realizar trabalhos transversais. Possibilitar um espaço de trocas e de reinvenção conforme ressalta a coordenadora:

— Para as decisões não serem tomadas de cima para baixo, para a gente manter algo que a gente sempre acreditou, a gente tem que mudar o desenho da instituição porque ela cresce..., ela diminui. Às vezes tem mais dinheiro... às vezes tem menos. A gente tem que equalizar isso tudo. (Coordenadora da ONG).

Sobre os espaços de gestão a diretoria de pesquisa e metodologia cuida das publicações, encontros de integração, formação, sistematizam conhecimento e estão cuidando do livro dos 20 anos da AIC. Já a diretoria de projetos educacionais tem pensando em outras práticas educativas, a educação à distância surge como novo suporte de aprendizagem na ONG. Além dos seminários sobre arte e tecnologia.

A diretoria de projetos continua articulando grupos em projetos como a Rede Jovem de Cidadania. A RJC tem a proposta de produção de programas televisivos, que vão ao ar semanalmente em escala estadual (Rede Minas de Televisão) e nacional (Tv Brasil). O acesso às informações é feito pelo site da ONG. O suporte a grupos e comunidades vai desde a escrita de projetos a empréstimos de equipamentos e prestação de serviços. O processo de gestão compartilhada propicia aos participantes serem inventivos e construir conhecimentos.

Sobre as parcerias e recursos públicos as articulações são diversas. No campo institucional a diretoria ampliada avalia, como fruto de amadurecimento da ONG, uma atuação mais propositiva, conforme ilustra a coordenadora:

— As parcerias que queremos ou não, isso caminha para o amadurecimento que as ONGs devem ter, ser menos reativo e mais propositivo. E os recursos também, dependendo da parceria, igual a Kabum tem parceria do Governo do Estado que faz a gestão do espaço do Plug Minas e tem uma parceria. Com o instituto que é da Oi, que é uma ONG, ai é outro tipo de parceria. Quando a gente faz um contrato com a EBC que é a TV Brasil ai é outro tipo de parceria. Quando a gente manda um projeto para a Petrobrás via edital público, ai é outro tipo de parceira. Quando é via lei, fundos, ai é como o Governo via edital público dando recursos. Ai tem outros grupos, uma biblioteca comunitária lá do bairro X, que tem relação, que acessam via institucional. São muitos tipos de parceria. Nem toda parceria envolve dinheiro. Há outros tipos de negociação de troca de serviços de troca, de ajuda mútua e outro tipo de postura também. É diferente negociar com uma empresa ou com um poeta, não tem uma formula é complexo de muita resposta, não queimar o filme da quebrada tal, ou uma grande empresa, os dois tem a mesma

importância. Não ir queimando o filme é uma coisa louvável, porque é muita coisa que passa por aqui, é muita coisa que a gente empreende (Coordenadora da ONG).

O projeto da ONG abre espaço para diversas parcerias, dando suporte a grupos de diferentes seguimentos e a comunidades diversas, resguardando todas as fontes em uma relação respeitosa. O protagonismo juvenil resulta numa série de produtos materiais, mas também de produtos e bens simbólicos que interferem no universo, nas experiências de vida e na forma de se constituírem. Para esses grupos com poucas oportunidades de visibilidade colocar-se no debate público através das mídias, repercute em diversas dimensões.

No capítulo seguinte, trataremos do papel socializador das mídias. Essas instâncias transmissoras de valores, padrões e normas de comportamentos, e que são, sobretudo, uma referência para a construção das identidades. Exercem também uma função educativa, pois produzem informações e conhecimentos através de uma linguagem própria. A emergência das mídias e os aspectos na produção das mensagens, a exemplo do espetáculo e do entretenimento, são considerados nessa incursão.

4 DO FENÔMEMO MIDIÁTICO ÀS SUBJETIVIDADES

4.1 O fenômeno midiático: mudanças culturais e perspectivas

Traços de uma nova matriz cultural estão fortemente presentes nas formas de apreensão social. A perspectiva na construção de novas relações educativas e comunicativas nas comunidades envolvidas, em Belo Horizonte, e na escola levam-nos a um aprofundamento dessa problemática. O campo social da educomunicação contribuirá para o reconhecimento da dimensão e abrangência dos discursos das mídias. Setton (2010) e Soares (2011) guiarão essa discussão no sentido de compreendermos as repercussões dos avanços tecnológicos, assim como a importância dos meios de comunicação na formação da sociedade contemporânea.

A fim de refletir sobre as mudanças ocorridas no âmbito da cultura e da educação ocasionados pelo fenômeno midiático, Setton (2010) faz uma reflexão nos campos da cultura e da educação. A autora considera as mídias¹⁸ os agentes da socialização e da educação. Elas socializam enquanto instâncias transmissoras de valores, padrões e normas de comportamentos, mas elas são, sobretudo, uma referência para a construção das identidades. Desenvolvem também uma função educativa, pois são responsáveis pela produção de uma série de informações, organizam a vida, as ideias e opiniões. Considerada como uma nova matriz cultural as mídias são distintas de outras matrizes, visto que compõem o universo socializador do indivíduo contemporâneo através de um sistema de símbolos com linguagem própria na qual imagem, som e texto se fundem.

Segundo Setton (2010), esse fenômeno contemporâneo é tenso e conflituoso. O processo de imposição de valores sociais e condutas expressas pelas mídias podem gerar resistências, discordâncias por parte dos mais jovens, assim como acontece com os valores expressos por nós educadores ou outras instituições socializadoras. Entretanto:

É fato que a socialização é uma dimensão da formação humana propiciada por instâncias produtoras de cultura e tem como tarefa

¹⁸ Mídia-todo o aparato simbólico e material relativo à produção de mercadorias de caráter cultural. Como aparato simbólico, a autora considera o universo das mensagens que são difundidas com a ajuda de um suporte material como livros, CDs, etc.[...], ou seja, todo um campo da produção de cultura que chega até nos pela mediação das tecnologias, sejam elas a emissoras de TV, rádio ou internet. (SETTON 2010, p. 7)

primordial a transmissão de ideias e valores. Os sistemas educativos dos grupos, as estratégias e práticas de socialização daí decorrentes expressariam uma visão de mundo. Seriam responsáveis pela difusão ou condenação de sistemas de valores comportamentais (SETTON, 2010, p. 14).

A prática midiática é um ato de troca, e pouco ainda se sabe sobre essa relação. A complexidade dessa nova matriz cultural exige de nós educadores uma postura de atenção a esse tema tão controverso. Traremos para esse debate a contribuição de alguns autores e estudiosos que têm refletido e polemizado sobre esse tema envolvendo as mídias. Iniciaremos com uma abordagem histórica, a fim de entendermos como são produzidos os bens culturais mediados pelas tecnologias. A abordagem de cada corrente de estudiosos esclarece os meandros da comunicação de massa na modernidade.

4.2 Mídias: Contexto e estudos

A emergência das mídias se dá por volta dos anos de 1930, nos EUA. Fruto da sociedade capitalista, ligadas a uma nova ordem política e econômica específica da modernidade, elas surgem a fim de atender à demanda de crescimento social e a um mercado consumidor novo: a classe urbana, detentora de melhor nível econômico e financeiro, em crescente busca pelo lazer e espaços de cultura que atendam às diversidades.

Com a expansão do capitalismo de mercado, a busca pela competitividade e lucro induz a procura de um público médio. Os bens culturais produzidos para atender essas demandas constituem os novos mecanismos de produção de cultura e de bens simbólicos de consumo fácil, ligeiro, efêmero e banal. Porém, esses bens culturais são a “Base de uma indústria do entretenimento, do lazer, da fruição e do prazer para uns, fonte de alienação e barbárie para outros” (SETTON, 2010, p. 33).

A forma como o fenômeno midiático se realiza em nossas vidas através da indústria cultural teve seus estudos com Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Jurgen Habermas, teóricos da Escola de Frankfurt¹⁹. Esses autores

¹⁹Escola de Frankfurt é o nome pelo qual passou a ser chamado o instituto de pesquisa Social de Frankfurt, fundado na década de 1920, na Alemanha, mais especificamente na cidade de Frankfurt. Num ambiente de discussões e pesquisa, autores como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin e, mais tarde Jurgen Habermas, em intenso diálogo, promoveram uma série de reflexões críticas acerca dos novos mecanismos de produção dos bens da cultura. Na década de 1930, em função da perseguição realizada contra o povo judeu, pelo regime nazista, na

davam ênfase aos aspectos alienantes e ideológicos da produção das mensagens midiáticas. A abordagem negativa dos aspectos das mensagens gira em torno da padronização e da homogeneidade ocasionadas pela forma como esses produtos são passados para o grande público.

Por padronizar, Setton (2010) designa a confecção de mercadorias segundo um padrão único, adequado a um mercado global e em larga escala. É ter acesso em todos os lugares do planeta a mercadorias fabricadas segundo uma mesma forma, como ocorre às marcas Benetton e MacDonald's. Já, homogeneização entende-se a unificação de um gosto, ou seja, um consumo que tem como base um denominador comum, como por exemplo, escolher consumir o mesmo produto cultural (a mesma novela, filme ou CD).

Outra corrente de estudiosos, os pesquisadores da Escola de Chicago²⁰, influenciados pelo marxismo, chamam a atenção para o processo de democratização da cultura possibilitado pela produção em larga escala dos bens da indústria cultural. Para eles seria importante refletir sobre a ampliação do acesso a informações veiculadas pelas mídias e seu potencial de abrir oportunidades, democratizar e nivelar os grupos sociais no tocante à cultura.

Subtil (2006) em seu artigo intitulado *A comunicação entre a utopia e a tecnocracia: para uma fundamentação teórica das tecnologias da informação*, aborda as raízes dos meios de comunicação de massa a partir da ótica da primeira geração da Escola de Chicago e analisa a comercialização e industrialização da mídia numa concepção ética, cívica e cultural da comunicação. Esse movimento intelectual traz um caráter de reforma social, segundo o qual os propósitos do campo científico se encontram intimamente associados aos interesses da vida social, cuja disciplina de sociologia emerge como contributo para o melhoramento da sociedade. Segundo essa mesma autora:

Estes pioneiros consideram a comunicação um processo de criação, preservação e disseminação de símbolos, linguagens, tradições e

ocasião da segunda Grande Guerra, muitos desses estudiosos tiveram que fugir da Alemanha e emigraram para a Inglaterra e os Estados Unidos. (SETTON, 2010, p.37)

²⁰Escola de Chicago. Desde a década de 1910, nos Estados Unidos, os estudos relativos à comunicação encontravam-se ligados ao projeto de construção de uma ciência social sobre bases empíricas. A escola de Chicago é sua sede. Entre 1915 e 1935, as contribuições mais importantes dos pesquisadores da Escola de Chicago são consagradas à questão da imigração e da integração dos imigrantes na sociedade americana, e é a partir dessas comunidades étnicas que alguns se dedicam a compreender a função de integração cultural a partir dos jornais e demais produtos da cultura da mídia. (SETTON, 2010, p. 38)

cultura no tempo e no espaço. Na sua perspectiva, a linguagem, a escrita, a literatura, a intercomunicação, constituem elementos cruciais para o desenvolvimento da civilização humana. (SUBTIL, 2006, p. 1078)

O debate acerca das facetas econômicas e sociais da indústria da mídia aconteceu em revistas científicas e literárias em que a sociologia dos EUA no século participava ativamente. A verdadeira função da imprensa, sua condição econômica baseada na captação permanente de novos leitores e na fidelização dos já existentes, implicava na transmissão de superficialidades e notícias sensacionalistas, sem uma reflexão do conteúdo transmitido. Uma compreensão perspicaz das mudanças operadas na produção e recepção da informação que ocorrem com a chegada das novas tecnologias da informação, apresenta a proposta de libertar a imprensa das pressões econômicas e da corrupção, ressaltando a importância da mídia para a vida pública. Sobre essa proposta a autora esclarece:

Esta visão da comunicação moderna associada ao objetivo de criação de uma comunidade de sentimentos, fundada numa experiência comum partilhada e possibilitada pelos *media de massa*, é característica destas figuras emblemáticas de Chicago.[...]. Todos estão unidos pelo tipo de retórica republicana cívica e humanista descrita, concedendo prioridade à reflexão sobre as potencialidades democráticas dos *mass media*. Embora se possam encontrar fortes vestígios de uma preocupação com as ameaças para a vida pública que os *media* poderiam introduzir, ficando em causa o modelo de uma cidadania informada ao serviço de uma democracia assente no conhecimento e não na ignorância, não se concentraram no conflito entre os princípios econômicos e as funções políticas que marcam a imprensa de massas desde a sua gênese. (SUBTIL, 2006, p. 1082; grifos da autora).

Em análise aos caminhos tomados pela institucionalização do campo de estudo da comunicação a partir da década de 1940, Subtil (2006) diz ter se baseado na transmissão de signos de um emissor a um ou mais receptores, reduzindo a complexidade sociológica e semiótica da comunicação a uma mera visão mecanicista do mundo social. Afirma que a defesa do tratamento científico da comunicação retira a argumentação cultural e ética. Um modelo com essas características se adequa, com facilidade, por um lado, às noções de comunicação dos setores profissionais da mídia em ascensão e, por outro, a uma concepção mercantil da mídia firmada na capacidade de servir apenas de rede de disseminação e de venda de audiências ao mundo comercial.

A perspectiva das mídias como espaço de manifestação da cultura popular e ou um espaço de resistência e ou de criação de novos valores morais e comportamentais foram veiculados pelos estudiosos da Escola de Birmingham²¹. São eles: Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall. Estes estudiosos não tinham como centro da preocupação os meios de comunicação de massa, mas a cultura. (SETTON, 2010)

Todas as perspectivas abordadas por estes autores nos ajudam a dar conta da globalidade e complexidade do fenômeno midiático na modernidade. A que aborda os aspectos alienantes e ideológicos da produção das mensagens midiáticas. A de democratização da cultura pela expansão dos bens culturais, assim como a das mídias como espaço de criação, resistência e valorização da cultura popular

4.3 Indústria midiática: conceitos enganosos

O conceito de comunicação de massa tem se tornado inadequado e infeliz devido à conotação negativa que desperta. Segundo Thompson (1998) a expressão evoca a imagem de milhões de indivíduos, mas não representa algumas circunstâncias da indústria midiática, como por exemplo, das editoras de livros e revistas especializadas. Assim, não é adequado reduzir o termo massa a quantidades, mas a disponibilidades do produto midiático a uma pluralidade de indivíduos.

Thompson (1998) aponta outro engano que o termo massa sugere: a que os destinatários dos produtos midiáticos são passivos e indiferenciados. Uma visão negativa que desperta a atenção para a compreensão da mídia e de seu impacto no mundo moderno. A recepção dos produtos da mídia não é

²¹Escola de Birmingham- é o nome dado ao conjunto de autores que trabalharam em torno de uma perspectiva denominada Estudos Culturais. Essa corrente de pensamento irá se desenvolver nos anos 1960 e 1970 sob o nome de *Cultural Studies*. Em 1964, é fundado, na Universidade de Birmingham, na Inglaterra, o *Centre Contemporary Cultural Studies* (CCCS), centro de estudos sobre as formas, práticas e instituições culturais e suas relações com a sociedade. Richard Hoggart é seu primeiro diretor. Em 1968, Stuart Hall assume seu lugar até 1979. O Centro conhece seu auge durante o período em que consegue reunir uma série de influências em diferentes áreas de pesquisa (etnografia, teoria da linguagem, literatura, entre outras e veicular seus trabalhos a questões polêmicas como o movimento social do feminismo. [...] Stuart Hall, nascido em 1932, ainda em plena atividade acadêmica, é responsável por uma série de discussões que nega caráter ideológico de todas as produções e mensagens da cultura das mídias, mais precisamente, tem se dedicado às transformações culturais desencadeadas pelo processo de globalização. Entre seus temas de pesquisa está a questão da identidade social). (SETTON, 2010, p. 39)

um processo sem problemas, nem sempre são absorvidos pelos indivíduos de forma acrítica, como uma esponja que absorve a água, mas são interpretados e incorporados. Thompson (1998) ressalta que:

Esta é uma imagem associada a algumas das primeiras críticas a cultura de massa e à sociedade de massa, críticas que geralmente pressupunham que o desenvolvimento da comunicação de massa tinha um grande impacto negativo na vida social moderna, criando um tipo de cultura homogênea e branda, que diverte sem desafiar, que prende a atenção sem ocupar as faculdades críticas, que proporciona gratificação imediata sem questionar os fundamentos dessa gratificação (THOMPSON, 1998, p. 30).

Outra utilização inadequada do termo comunicação de massa é em relação à forma como acontece a comunicação. Diferente das interações face a face, a comunicação de massa acontece num sentido único, as mensagens são produzidas por um grupo e transmitidas para outros grupos que se encontram em situações muito diferentes do contexto de produção das mensagens.

Uma última inadequação do termo é em relação aos novos tipos de informação e comunicação em rede. Os novos sistemas digitais criam um cenário técnico no qual informação e comunicação se tornam mais flexíveis.

Mas o que é comunicação de massa? Thompson (1998) afirma que ela pode ser definida a partir de cinco características fundamentais. A primeira diz respeito aos meios técnicos e institucionais de produção e difusão. Estes são baseados na exploração das inovações técnicas que a comunicação de massa envolve.

A segunda está ligada à recepção e produção das formas simbólicas. Não há *feedback*. Os processos de transmissão e produção são caracterizados por um tipo de indeterminação, os receptores são parceiros desiguais, nada podem fazer para opinar sobre os tópicos ou conteúdos da comunicação.

A terceira implica na mercantilização das formas simbólicas. A valorização pode ser simbólica ou econômica, demonstrando ora estima ora indiferença e desprezo, ou atribuindo valor pela qual as formas simbólicas podem se trocadas no mercado. Quanto mais valor simbólico for atribuído, maior será o preço no mercado.

A quarta relaciona-se ao potencial significativo e penetrante da comunicação de massa. Disponibilizadas em contextos remotos e distantes dos que foram produzidos, atendem a um número incalculável de indivíduos, em espaços amplos e velocidade cada vez maior. Por fim o potencial de abrangência da circulação, atingindo a uma pluralidade de receptores.

Face a essas considerações atribuímos às mídias de massa uma importante referência para a construção das identidades. Na maioria dos casos e conforme as características que apontamos anteriormente as mídias eletrônicas relacionam-se negativamente com seus interlocutores. Buckingham (2000) em referência à Postman²² afirma que este autor vê a televisão como um meio de exposição total, que torna a informação incontrolável. Postman (apud BUCKINGHAM, 2000) preocupa-se essencialmente com as mídias e suas implicações com a cognição. Para esse autor o ambiente simbólico dos jovens estabelece as condições pelas quais uma criança se tornaria adulta e conformaria sua identidade.

Em suas próprias palavras Postman afirma que essa é a história de “como a imprensa inventou a infância e de como as mídias eletrônicas estão acabando com ela” (apud BUCKINGHAM, 2000), atribuindo um papel determinante às tecnologias e aos atributos humanos que elas requerem ou cultivam. A maturidade para Postman é um feito simbólico e não apenas biológico.

Hoje, há um novo modo de circulação das formas simbólicas, de produzi-las e reproduzi-las. Sobre os aspectos das transformações culturais ocasionadas pelas mídias, assim como suas possibilidades, trataremos no capítulo que segue.

4.4 Paradigmas do fenômeno comunicativo

O fosso que separa o mundo de hoje do mundo passado é sedimentado pelo desenvolvimento das mídias, sobretudo das mídias eletrônicas: rádio, TV, *internet*. Antes, o acesso do povo às pessoas que detinham poder político era ínfimo. A forma de interação face a face era a mais disponível para interagir com políticos e governantes. Thompson (1998, p. 109) afirma “os líderes

²²POSTMAN, The disappearance of childhood...,1999.

políticos, hoje, devem estar preparados para adaptar suas atividades a um novo tipo de visibilidade que funciona diversamente e em níveis completamente diferentes”.

A transformação da natureza da visibilidade e sua relação com o poder demonstram uma evolução ampla, marcada pela distinção entre público e privado. Thompson (1998) explica essa dicotomia entre o público e o privado nas sociedades ocidentais. No domínio privado as organizações econômicas privadas operam no mercado econômico visando fins lucrativos. As relações são pessoais e familiares. Já no domínio público estão as organizações econômicas pertencentes ao Estado, indústrias nacionalizadas e empresas de utilidade pública.

Em meio às duas formas de domínio estão as organizações intermediárias: organizações beneficentes, partidos políticos e grupos de pressão e cooperativas.

Nesse sentido, a distinção entre público e privado não é rígida ou definitiva e as organizações de economia capitalistas vão se alterando, sendo redefinidas pelos governos a fim de expandir os serviços públicos ou alternativamente remover responsabilidades do setor público para o setor privado, através de privatizações.

O segundo sentido dessa dicotomia entre público e privado tem a ver com a publicidade *versus* privacidade. Um ato público é um ato visível, observável, já o privado é invisível, realizado onde poucos ou ninguém veja.

Na Grécia Clássica, quando então, os cidadãos se reuniam em lugares comuns para debater questões e tomar decisões através de um consenso da maioria dos homens atenienses. Já no estado monárquico da Idade Média cuja invisibilidade do poder era garantida, pois acontecia em espaço fechado. As decisões eram selecionadas para revelar ao povo. Avançando-se para o Estado Constitucional Moderno, de caráter mais aberto e responsável, as decisões políticas estão sujeitas a debates e assembleias. O poder se tornou mais visível e os processos de tomada de decisão, mais públicos.

Porém, o exercício do poder nas sociedades modernas permanece, muitas vezes, envolto em segredo e escondido da contemplação pública, sobretudo pelo aporte da transmissão massiva e reducionista dos meios de comunicação. O desenvolvimento da mídia criou novas formas de

publicidade. Entender o impacto e as fronteiras da publicidade mediada²³ ilustra a relação entre poder e visibilidade.

A televisão criou uma nova forma de publicidade, diferente da tradicional. Thompson (1998) em uma releitura de Habermas relembra o surgimento da esfera pública burguesa em que Habermas atribui à imprensa um papel importante: o de fortalecer o debate entre indivíduos. A maneira de o autor pensar a imprensa estava marcada por um modelo de comunicação baseado na fala. Essa explicação traz marca da concepção Greco clássica sobre a vida pública dos salões e cafés de Paris e Londres do início da Europa moderna. Habermas reconhece que o rádio e a TV criaram novas formas de conversação, mas argumenta que são incomparáveis ao debate crítico-racional da esfera burguesa e o debate ativo entre cidadãos informados foi substituído pela apropriação privatizada do arcabouço midiático.

Diversamente de Habermas, Thompson (1998) cita Foucault, na obra *Vigiar e punir* e argumenta sobre a organização nas sociedades modernas e a mudança na relação entre poder e visibilidade. O exercício do poder estava ligado à manifestação pública de força e superioridade do soberano fazendo das organizações sociais antigas, sociedades do espetáculo, conceito que retomaremos em uma ótica moderna, em um capítulo a parte, à luz do pensador francês Guy Debord.

Para Foucault, a visibilidade de poucos era usada como meio de exercer o poder sobre muitos. O autor considera o *Panopticon*²⁴ uma peça engenhosa na arquitetura do século XVIII e também um modelo que generaliza as relações de poder nas sociedades modernas no qual a visibilidade é um meio

²³Publicidade mediada. A característica fundamental destas novas formas e que, com a extensão da disponibilidade oferecida pela mídia, a publicidade de indivíduos, ações ou eventos, não está mais limitada à partilha de um lugar comum. Ações e eventos tornam-se públicos pela gravação e transmissão para outros fisicamente distantes de tempo e do espaço de suas ocorrências (THOMPSON 2002, p. 114)

²⁴Panopticon. Em 1791 Jeremy Bentham cria um modelo de penitenciária ideal. Uma construção circular com uma torre de observação no centro. Os muros do edifício eram alinhados em celas, cada uma separada das outras por outros muros. As celas deveriam ter duas janelas. Uma para dentro, de frente para a torre de controle, e a outra para fora, permitindo a entrada de luz. Em função desta estrutura arquitetônica singular, um único supervisor na torre central poderia controlar uma multiplicidade de internos sob vigília. Cada interno, confinado em sua cela, é permanentemente visível, cada ação pode ser vista e monitorada pelo supervisor que permanece invisível. Além disso, como os internos sabem que suas ações são sempre visíveis, mesmo que eles não sejam observados a todo o momento, eles sempre se comportarão como se estivessem sendo observados. Eles são submetidos a um estado de permanente visibilidade que garante funcionamento automático do poder (THOMPSON, 2002, p. 120)

de controle. Thompson (1998) examina o papel dos meios de comunicação mais cuidadosamente e afirma que o desenvolvimento da comunicação mediada forneceu os meios pelos quais muitas pessoas podem reunir informações sobre poucos e ao mesmo tempo poucos podem aparecer diante de muitos. A visibilidade de indivíduos e ações é agora partilhada em um lugar comum, e, portanto, dissociada das condições e limitações de uma interação face a face. No entanto, há quem aponte "a tecnologia de desumanizar, destruir formas naturais da cultura e da comunicação em favor de uma burocracia mecanicista" (Postman *apud* BUCKINGHAM 2000, p. 66-67). Nesse sentido, invenções tecnológicas, tais como a televisão e objetos na área da informática foram criticados negativamente como responsáveis por "abalar a racionalidade, a oralidade e a coerência social e de gerar caos e confusão" (Buckingham, 2000, p. 67).

Hoje, as pessoas são mediadas por imagens, cópias, aparências e representações da realidade. Buckingham (2000) afirma que a mídia proporciona um acúmulo de espetáculos. As distinções sobre as tecnologias novas e antigas não são únicas nem absolutas para os jovens, mas elas têm características fundamentalmente distintas das gerações de seus pais. As mídias são vistas, tanto por pais como por filhos, como mais democráticas que autoritárias, mais diversificadas que homogêneas, mais participativas que passivas.

Temos clareza que elas trazem uma nova forma de pensar aos jovens, que os levam a superar a forma de pensar de seus pais e professores. As críticas à sociedade do espetáculo na modernidade são outras. Numa perspectiva mais otimista, tira os jovens da posição de vulneráveis diante do apelo midiático, pois as reações são ambivalentes. Tanto educa e informa quanto influencia um comportamento social isolado e individualista na sociedade contemporânea.

4.5 Espetacularização dos eventos a partir das mídias

Outro conceito importante que influenciou as teorias contemporâneas sobre sociedade e cultura é o de *Sociedade do Espetáculo*²⁵. Coelho (2006),

²⁵*Sociedade do Espetáculo* não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediadas por imagens; é também uma cosmovisão, resultado e projeto do capitalismo, o modelo atual da vida dominante na sociedade; a afirmação onipresente da escolha já feita na produção e consumo que decorre desta escolha; a justificativa total das condições e dos fins do sistema

baseado nos conceitos e análises de Guy Debord (1997), discorre sobre a degradação social, fomentada, sobretudo pelas mídias, apontando algumas de suas características.

A primeira diz respeito ao mercado acompanhado pelo consumo do espetáculo. As experiências não são mais nossas, são os modelos que ditam e vivem em nosso lugar. A submissão ao espetáculo consumista passou por fases que vai do domínio econômico — o *ter* substituindo o *ser* — e na modernidade do espetáculo ser vira sinônimo de aparecer. As relações entre os homens não são mediadas apenas pelo fetichismo²⁶ da mercadoria, como dito por Marx, mas diretamente pelas imagens. Assim:

Nos últimos tempos, assistimos a uma multiplicação dos espetáculos nos mais diversificados meios de comunicação. O próprio espetáculo está se tornando um dos principais organizadores da política, da economia, da comunicação, da religião, da sociedade em geral e da vida cotidiana (COELHO, 2006, p. 92).

A distância entre ficção e realidade desapareceu. Hoje é difícil definir a linha que demarca os aspectos genuínos e espontâneos da vida. Coelho (2006) cita Glaber em seu livro *Vida: o filme como o entretenimento conquistou a realidade*, e discorre:

todos nos tornamos ao mesmo tempo protagonistas e espectadores de um grandioso espetáculo que nunca sai do ar, um show muito mais rico, complexo e interessante do que os produzidos pelos meios de comunicação convencionais. Somos ao mesmo tempo atores e plateia de um grandioso e ininterrupto espetáculo (Glaber *apud* COELHO, 2006, p. 94).

Ainda sobre o espetáculo esse autor faz uma análise dos telejornais, a exemplo o telejornal *Brasil Urgente*, apresentado pelo jornalista Datena. Nesse programa, o sensacionalismo vinculado a uma sociedade em permanente crise, leva cidadãos a consumir programas com conteúdo violento, criando

existente, a presença permanente dessa justificativa, como a ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna. (Debord *apud* COELHO, 2006, p.91)

²⁶Fetichismo. Marx se utilizou da parábola bíblica cujo povo Judeu faz uma imagem, um novo deus, um fetiche, para exemplificar na modernidade como o homem estava tratando as mercadorias (sapatos, bolsas, etc.), estas, que com o tempo deixaram de ser um produto estritamente humano para tornarem-se objeto de adoração, a mercadoria deixa de ter a sua utilidade atual e passa a atribuir um valor simbólico, quase que divino, o ser humano não compra o real, mas sim a transcendência que determinado artefato representa. DLUGOKENSKI, Leonardo.em: <http://www.infoescola.com/filosofia/o-fetichismo-da-mercadoria-na-obra-de-karl-marx/>. Acesso em 04/08/2012.

uma ilusão de resolver crises através da participação cidadã. Esses telejornais têm suas características bem marcadas a fim de envolver o público na trama espetacularizada.

Coelho (2006) enumera seis mecanismos do jornalismo sensacionalista. O primeiro, o uso de pesquisas sociais, em que os telespectadores são convidados a dar opinião sobre temas e problemas sociais criando a sensação de que os problemas serão solucionados com sua participação. O autor afirma que esse tipo de ação é uma cidadania esvaziada. Já o segundo refere-se ao uso do tempo presente — o avanço tecnológico reforça o uso desse recurso. *Motolinks*, câmeras de longo alcance, o repórter sempre no local do acontecimento, ofegante, nervoso, comovido situando o fato em tempo e hora reais.

O terceiro, a linguagem e o conteúdo familiar, simplificado, corriqueiro. Aqui Coelho (2006) chama a atenção para o exercício de preconceito que essa linha de jornalismo pratica:

O telejornal acaba por segregar simbolicamente as classes populares porque aparecem sempre representadas como perigosas, estereotipadas e violentas. Ao tipificar pessoas e grupos de comportamentos transgressores, exacerba e valoriza a violência e caracteriza os habitantes pela ocupação, pela perversão, desordem, criminalidade [...] O discurso que realça a negatividade dos atributos das classes perigosas pressupõe a omissão de questões sociais, políticas e econômicas e, por conseguinte, a omissão das causas da crescente miséria (COELHO 2006, p. 98).

O quarto, são as contradições e falta de veracidade das informações, faltam seriedade e compromisso na produção. Cria-se uma inversão, a realidade captada pelas câmeras torna-se virtual.

O quinto, violência e emoção aparecem em doses exageradas. A divulgação e exploração de matérias que emocionam ou escandalizam ganham audiência, pois elas provocam o interesse do telespectador descontextualizando, pois ele não se insere no universo da matéria.

O sexto e último, repetição e riqueza de detalhes. O gênero e a linguagem construída são marcados por descrições detalhadas. Falas e atitudes são pontuadas, utilizadas como um instrumento para produzir o bem e o mal, o bom e o ruim.

A cultura do espetáculo utiliza a informação-mercadoria e a imagem-mercadoria para responder a mais um imperativo da cultura de massa. A indústria cultural cria seres divinos, heróis, estrelas, conforme afirma Coelho (2006, p. 102) “a produção de estrelas e celebridades é umas das marcas da indústria cultural. Elas estão entre o imaginário e o real, são ao mesmo tempo humanas e divinas”.

Seguindo as características dos telejornais, percebemos que na sociedade do espetáculo esses programas informam cada vez menos. Sob a ótica dos frankfurtianos o aspecto negativo dos veículos de comunicação se reforça no caráter sensacionalista dado às notícias-mercadorias e da alienação do público cada vez mais envolvidos pelos anunciantes. A Entrevistada 6 protagonista na produção de mídias comunitárias e espectadora das mídias de massa, reflete:

— cê passa a produzir né, a pensar pra outras pessoas ne. Cê começa a não só colocar um pouco de você, coisa também que seria legal pra outras pessoas. O que seria legal? não sei também, a gente tem que ficar imaginando, não sei se quem faz mídia hoje, na TV de massa tem esse pensamento. Será que as pessoas querem ver isso mesmo, será que isso é tão formativo? tem tanta formação? não sei no que vai me beneficiar? este tipo de jornalismo, este tipo de programa de auditório? ou é só para alegrar as pessoas? Mas é só isso? (Entrevistada 6).

Esta reflexão da jovem coloca em voga a possibilidade de haver reflexão por parte da mídia de massa. E se ela existe, qual a possibilidade de favorecer a cidadania cultural, na busca de programas não só formativos, mas também de entretenimento. A jovem parece questionar a forma como acontece o grau de reflexão que a trama sensacionalista, marca das produções de massa, assim como o processo de coisificação da mercadoria cultural através da espetacularização da informação.

4.6 Primazia da mercadoria na sociedade do espetáculo

A publicidade aproxima o homem do consumo, mas também humaniza o produto. A indústria cultural, termo cunhado por Adorno e Horkheimer na década de 1940, colocou à disposição do consumidor bens materiais e simbólicos produzidos industrialmente. A partir daí a vida passa a ser

encarada como um negócio, um comércio, onde o importante é vender para obter vantagens.

O consumo atrelado à mídia cria a publicidade, alicerce da sociedade capitalista. Com a Revolução Industrial os bens culturais destacaram-se como mercadoria dentro do sistema capitalista de produção. Por outro lado, na escola e no ambiente criado pela ONG, a cultura, no sentido de cultivo, potencializa as capacidades.

Na cultura da mídia, modelo de produção de massa, a linguagem predominante é a do espetáculo e do entretenimento. O espetáculo:

Consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum. (Arbex *apud* COELHO, 2006, p. 114).

No entretenimento, a linguagem expressa ideias, sentimentos, modos de comportamentos e diversão. O *show* carnavalesco impera na mídia provocando mudanças nos papéis sociais. O mundo do espetáculo reproduz representações sobre ele mesmo e ganha força na economia, no consumismo. A publicidade é a engrenagem do espetáculo. Divulga produtos, usa uma linguagem sedutora, modela as relações sociais, políticas e econômicas, interferindo no modo de ser da sociedade da comunicação e da cultura. Nestes cenários os publicitários têm um papel imprescindível, criam campanhas, anúncios com motivações mercadológicas.

Não importa o abismo que separa o uso das mídias no presente e no passado, mas sim o desenvolvimento e o exercício do espírito crítico, nas interações dos jovens com o uso e a produção midiática.

4.7 O resgate da crítica

Aprender a ler e criticar a mídia enquanto cidadãos, resistindo à manipulação e fortalecendo o direito de conhecer e consumir produtos que atendam às suas necessidades existenciais é um movimento necessário em relação às interações desses jovens com os veículos de comunicação. A Entrevistada 4 reflete sobre o consumismo, a partir da sua aprendizagem na AIC, a possibilidade de criar um produto publicitário que não leve,

autoritariamente, pessoas ao consumo irracional. Atualmente, embora estudante de Publicidade, ela afirma:

— Eu não me vejo fazendo as pessoas comprarem mais Coca Cola, porque eu acho isso tudo sem importância diante de tantas outras coisas que a gente tem que levar mais a sério, principalmente na sociedade, focando o coletivo. (Entrevistada 4).

Para Canclini (2010) o ser humano não se satisfaz só no consumo, mas também exerce sua cidadania e individualidade. O autor renova o conceito de consumo como espaço que serve para pensar, no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica sociopolítica e psicológica nas sociedades.

Não sendo esse o único espaço para pensar, os jovens, dentro do processo de aprendizagem da ONG, revelam o nível de autonomia que aquela organização os leva a desenvolver. A Entrevistada 4 depõe sobre sua trajetória dentro da ONG, espaço incentivador em que assumir um posicionamento significa assumir a cidadania. Assim,

— A AIC sempre falava pra gente se posicionar e ocupar os espaços vagos. É não deixar o “cara” lá falar por você. Porque você também tem voz para falar! E pregava bastante essa questão do posicionamento nosso, da gente se posicionar, falar o que pensa. Não deixar outras pessoas falarem ‘pela gente’. Pra gente ter voz mesmo e se posicionar. Isso que eu achei mais fantástico durante em toda essa trajetória que eu tive na AIC. (Entrevistada 4).

Nessa fala, a concepção de cidadania revela-se nas expressões — “*posicionar e ocupar os espaços vagos*”; “*voz para falar*”; “*posicionamento*”; “*Não deixar outras pessoas falarem ‘pela gente’*” — usadas, insistentemente, pela entrevistada. É marcante o reconhecimento da relevância da sua participação no processo de formação humana da ONG, enquanto processo de inserção social e de construção de um conhecimento voltado para as tecnologias.

Contrariando a colocação de Canclini (2010), Coelho (2006) acredita que o autor não se dá conta que as relações de consumo causam um aniquilamento dos sujeitos. Isto é, “ao desenvolver essa sistemática vinculação com objetos humanizados pela publicidade, os indivíduos acabam transformando-se em objetos, já que o mais importante não é o que se é, mas o que se pode ter” (COELHO 2006, p. 124). Nesse sentido, a fala da

Entrevistada 4 expressa o repúdio ao consumismo quando diz “— *Eu não me vejo fazendo as pessoas comprarem mais Coca Cola*”. Isso significa seu grau de consciência sobre um consumo não alienante. Isso também denota que houve uma construção técnica associada ao universo simbólico dentro do processo de formação da subjetividade: do seu estar no mundo.

Segundo Coelho (2006), Horkheimer e Adorno — expoentes da escola de Frankfurt — propunham um retorno à racionalidade, em favor à capacidade de pensar criticamente as transformações propiciadas pelos meios de comunicação de massa. Assim,

Se a crítica conseguir pelo menos, nos ajudar a despertar enquanto indivíduos para os problemas da realidade que procuramos descrever, se ela nos ajudar a preservar-nos, na condição de pessoas preocupadas com as necessidades da coletividade, levando-nos a uma atitude política, já será um bom caminho conquistado (COELHO, 2006, p.125).

Acreditamos que na implementação de programas e produtos culturais midiáticos voltados para as juventudes, o desenvolvimento do espírito crítico, nos jovens expostos às interações midiáticas, seja fortalecido, levando-se em conta as potencialidades dos produtos comunicativos produzidos ali.

Percebe-se uma importância no processo midiático na fala da Entrevistada 6:

— *Eu gosto de processo de produção, desde da época da escola acho que uma das coisas que a escola me indicou porque tudo eu estava envolvida .Desde festa à reclamação, a confusão dentro da escola, de alguma forma eu tava envolvida, de alguma forma assim, e lutando pra alguma coisa dentro da escola. Então eu sempre gostei. Vamos produzir a festa junina? Vamos! fazia figurino, então eu sempre gostei dessa coisa de produção.*

No início quando a gente era do projeto, a gente passou por todas as mídias, mas na verdade eu passei pela TV, pela agência de notícias e pelo rádio e tinha jornal webzine, mas as coisas que eu mais me identificava, era essa coisa de produção mesmo. De ter de produzir um dia a externa, de quem são os entrevistados. Ai eu me identifiquei muito com isso por ter uma facilidade melhor, e fazer com que a coisa aconteça.

No seu sentido mais amplo, a fala da jovem implica um alto grau de participação na qual as pessoas criam identidades e converge para o sentido

de “ethos”, cujo significado é morada, habitação. Esse ambiente da qual ela fez parte tem características, aspectos que geram uma identificação, uma particularização do seu potencial.

A fala da Entrevistada 6, abaixo, sugere uma experiência comum a todos os jovens do projeto Rede Jovem de Cidadania: dar visibilidade as suas comunidades por intermédio dos programas que produziam. Porém, prezam a singularidade individual. Podemos entender que as apreensões identificadas, na fala da entrevistada 6, são marcas na subjetividade dessa jovem, não tão evidente nas entrevistas dos demais jovens desta pesquisa. No relato a seguir, a Entrevistada 6 nos fala da experiência de divulgar uma cultura local, mas também uma cultura que é da sua família, da sua origem. Isso significa ter a experiência de “algo que produz sentidos, [num] sistema de representação cultural” (HALL, 2006, p. 51).

— É gostoso! Eu fiz um programa, eu já tinha saído da Rede Jovem, já tava aqui na ONG no institucional, o programa chama Luz, que é um programa da cidade da minha mãe. Eu fui pra lá falar sobre o congado.

— Então aquele programa pra mim me marca muito, todos os cliques que eu ajudei fazer, aquilo me marcou porque é um lugar que veio da minha família.

— O menininho que aparece é meu primo, eu quis me envolver bem porque é uma cultura da minha família. Meu tio dançou, minha mãe, o pai dela dançou, a mãe do menino que aparece também. Então a minha família conseguiu identificar algumas coisas que eu também passei a identificar (Entrevistada 6).

As interações com os veículos de comunicação que a Entrevistada 6 geriu por um período de aproximadamente quatro anos, trouxe um novo modo de apreender a vida, seu grupo e a sociedade em que está inserida. Essas interações contínuas se traduzem na forma como se constitui a subjetividade dessa jovem, considerando a importância das produções, ao revelar sua origem, a cultura de sua família e o reconhecimento de uma cultura local, a da cidade de Luz.

Nesse processo de produção, significados particulares do seu *eu* floresce em decorrência da sua capacidade de trabalhar com produções. O sentimento de carinho no trabalho realizado e do reconhecimento de si nos hábitos culturais de sua localidade, impeliu à Entrevistada 6 o dever de retornar à sua comunidade presenteando-a com a gravação do vídeo sobre o congado, feito com a participação

deles. Num relato emocionado a Entrevistada 6 conta como este momento foi tão significativo para si e para sua família. Assim, ela relata:

— quando eu finalizei para a TV eu levei e voltei lá com o dvd. Levei para quem tinha participação. Isso nossa..! .aquela senhora que canta do Moçambique, ela não teve coisa melhor pra ela. Ela chorou, ai eu assisti junto com ela, então assim. Ela falou que já foram várias pessoas lá. Estudantes já levaram ela na faculdade próximas de lá, só que nunca ninguém levou nada pra ela. Nunca deram este retorno. Nossa!... E ela começou a chamar o povo lá de perto pra assistir. Ai, eu, nossa!... desabei, porque isso pra mim que é legal demais. Independente se tem uma luz perfeita, uma imagem perfeita, ali tá um sentimento (Entrevistada 6).

Seu grande desafio é a apropriação da mídia como instrumento para o resgate cultural. O que a entrevistada revela ter feito com zelo, de forma ética e respeitosa, foi retornar com um produto final, emocionando os participantes da sua produção. Atitude que outros estudantes não tiveram nos trabalhos realizados sobre a cultura, na comunidade de Luz. A jovem assumiu um posicionamento que legitimou os agentes culturais da comunidade de sua família.

Outro aspecto interessante do seu depoimento, é que o resgate cultural foi mais importante que a sofisticação no uso dos aparatos tecnológicos quando *ela diz: "Independente se tem uma luz perfeita, uma imagem perfeita, ali tá um sentimento"*. Importava, na sua concepção, a legitimação não só de sua cultura, mas das pessoas envolvidas na tradição cultural. Essa aprendizagem que articula sujeitos em ações significativas, tendo aporte nas tecnologias, sobretudo nas mídias, confirma o campo da Educomunicação surgido na década de 1980, como forma de gestão democrática, criativa dos produtos comunicativos.

Na sequência, abordaremos como se constituem as subjetividades dos jovens produtores de mídias comunitárias na AIC. A ótica da produção cultural da ONG diverge do modelo de produção de massa, pois as motivações são outras. Nas interações com os veículos de comunicação que geriram por um período de, aproximadamente, quatro anos, num ambiente dialógico, de gestão compartilhada o resgate da cultura das comunidades é foco nas produções. Num modelo de produção de mídia alternativa quais as possibilidades de formação e realização dos indivíduos? Em que proporção eles puderam resguardar suas subjetividades nesse

ambiente e através de suas produções?

5 DIMENSÃO SUBJETIVA DOS JOVENS DA AIC

Por dimensão subjetiva, entende-se o conjunto de aspectos psicológicos que constituem o sujeito em determinado momento histórico (KAFROUNI, 2008, p.1). Segundo Leite e Filé (2002), o uso das mídias comunitárias confere um novo modo de configurar a subjetividade. A relação entre indivíduos, sociedade e mídias traz sofisticação social, econômica e tecnológica, entretanto, essa relação diminui cada vez mais as possibilidades de realização do indivíduo e sua formação. Esses autores ainda questionam: “Como podemos esperar cidadãos críticos, se em praticamente nenhum espaço social a crítica é exercida?” (LEITE E FILÉ, 2002, p. 76). No entanto, Vermelho (2002) acredita que retomar o velho e os novos conceitos de indivíduo, construído e defendido nos séculos anteriores, capaz de autodeterminação, dotado de certas normas e valores fundamentais, intocáveis por agentes externos, resguardaria sua subjetividade dos apelos das grandes mídias e do sistema econômico que ameaça sua integridade física e psíquica.

Os jovens, sujeitos desta pesquisa, são seres sociais e históricos. Entendemos que as interações que mantêm, os modos de viver, de significar as coisas e o mundo vêm entremeados por um momento histórico-cultural, demarcados particularmente pela produção midiática realizada na ONG Associação de Imagem Comunitária, em Belo Horizonte. De modo singular esses jovens colocaram um pouco de si e de suas trajetórias nessas produções.

A Entrevistada 6 coloca no relato abaixo como se constitui, enquanto ser humano no fazer da produção cultural, na ONG. Os caminhos propostos na produção em mídias instigaram a reflexão e a mudança ao olhar o mundo e a si mesma. Assim, ela fala:

— Mas eu acho que essas produções tem um poder né. Um poder entre aspas, de modificação mesmo, assim de ... não sei se é uma palavra muito forte: transformação. Mas ela te coloca num lugar de reflexão mesmo, assim sabe, de reflexão dia a dia, das suas ações, de cada olhar né. (Entrevistada 6).

Apontamos que a expressão da sua subjetividade emerge uma associação da sensibilidade. Algo que consideramos singular, na análise da fala dessa Entrevistada

6, pois revela que há um aprendizado para o desenvolvimento da sensibilidade. Ela manifesta haver uma diferença entre quem produz e quem consome o que foi produzido. De acordo com ela:

— Você começa a ter um olhar mais sensível também, crítico com certeza. Então, eu acho que as produções para quem tá atrás é diferente de quem está na frente assistindo. Traz esse olhar mais sensível, mais delicado para as coisas.

A jovem reconhece, por experiência própria, que seu lugar é único, permitindo-lhe ter um olhar diferenciado, por ser um agente da produção e não um telespectador. Assim, podemos nos remeter à fala de Bakhtin que nos esclarece: “Neste preciso ponto singular no qual agora me encontro, nenhuma outra pessoa jamais esteve no tempo singular, e no espaço singular de um existir único” (BAKHTIN, 2010 p 39) .

Percebemos que a AIC, provavelmente, possibilite aos jovens, de alguma forma, o construto de suas subjetividades, adequando experiências para que mudem o modo de pensar, pensem além, pensem de forma crítica. Para tanto, os alunos da ONG são estimulados a problematizar a realidade que retratam nas produções comunitárias. Eles levantam, junto à sociedade, discussões sobre temas variados por meio de enquetes, debates, júris simulados, entre outras formas de reflexão nas esferas em que atuam e difundem seu trabalho. Os temas e formas de abordagem das pautas são variados. Os jovens desta pesquisa problematizam questões relevantes para a sociedade civil que vão desde enquetes na Praça da Liberdade sobre o poder de manipulação da mídia de massa, até ao júri simulado cuja mídia é julgada culpada ou inocente além dos debates em universidades em Belo Horizonte, dando voz a um público diversificado e engajado em ações afirmativas.

Esses exemplos de prática, nomeada como progressista por Freire (1996), possibilita que os jovens se sintam sujeitos da produção do saber e ilustra o seguinte pensamento freireano “a reflexão crítica sobre a prática se torna uma exigência da relação Teoria /Prática sem o qual a teoria pode ir virando blábláblá e a prática ativismo” (FREIRE, 1996, p. 12). Esse rompimento com a relação bancária ilustra-se no depoimento de um dos jovens pesquisados. Na fala motivadora e de encantamento com o universo de produção midiática comunitária a visão que se tem é de reconhecimento da dimensão formativa da ONG.

— O mais interessante que eu percebo de toda essa trajetória que eu tive na AIC foi esse acesso aos meios de comunicação, baseado na prática, pois era a gente que pegava e fazia tudo. E aí a gente foi descobrindo inúmeras ferramentas, a gente foi se integrando principalmente ao movimento social, que eu acho, foi uma coisa muito boa (Entrevistada 4).

A partir desses processos de produções juvenis, as representações do mundo parecem ter sido objetivadas, tendo como resultado final o desenvolvimento pessoal. Assim, no campo da identidade, a Entrevistada 4 relata que outrora era marginalizada, estigmatizada e oprimida em outros ambientes de socialização, mas que após o processo de formação na ONG, alcançou o reconhecimento e o respeito dos membros daquele grupo de jovens, com relação às suas diferenças.

— Esse processo na AIC, mostrando coisas que até então, na sociedade era errado, porque não era padrão, na AIC tive essa clareza e foi muito importante nessa construção da minha identidade mesmo. (Entrevistada 4).

Essas falas apresentam importantes elementos para analisar a formação identitária da Entrevistada 4. Ela demonstra uma visão bastante positiva da sua formação na ONG, capaz de consolidar uma identidade fora do padrão social vigente, inferindo que na AIC podem-se discutir ideias e conceitos diversos numa educação aberta, madura e respeitosa.

Nesse sentido, a experiência em comunicação popular além de ampliar o universo das ferramentas, de desenvolver habilidades técnicas e tecnológicas, proporcionou a afirmação das identidades, pois através da avaliação social proporcionada nas entrevistas percebemos a realidade vivida pelos entrevistados. Os significados singulares e únicos dessas vivências têm em comum um fascínio pelo trabalho que realizaram na ONG, além da estruturação das identidades nas situações específicas de formação em mídias comunitárias. As narrativas são pessoais e singulares. Revela as vivências, representa com quem e como dialogavam neste espaço formativo tão instigante e criativo. Percebemos que a ampliação da consciência crítica e o posicionamento social, revelados também na fala da Entrevistada 6, já comentada, foi uma conquista desse grupo.

Evidencia-se igualmente no depoimento do Entrevistado 2 que é possível agregar jovens e desenvolver o senso de cidadania, de crítica, de reflexão concomitante à aprendizagem técnica. A construção da cidadania provocada pelo direito de comunicar-se, ser acolhido e respeitado no ambiente de produção

mediática comunitária da AIC, coloca esse jovem apropriando-se das tecnologias como ferramentas para a ação política, civilizante e emancipatória, conforme ilustra o relato que se segue:

— eu posso dizer que em parte as ações e as coisas que eu experimentei na AIC fizeram com que eu consolidasse o caráter que hoje eu tenho. Eu sinto que fui forjado em grande parte, e a palavra cidadania, é uma das palavras que se eu pudesse, estaria marcada no meu peito. Eu me sinto mais cidadão, eu me sinto mais civilizado, me sinto mais empático (Entrevistado 2).

Sobre a cidadania, termo que simboliza uma “marca no peito” do entrevistado 2, o autor D’Urso²⁷ define-a como uma posição social, jurídica e política, mediante o qual, o cidadão adquire direitos civis, políticos e sociais e deveres relacionados ao coletivo social, além de poder participar da vida política do Estado.

Engajar-se em grandes lutas é também pressuposto do exercício da cidadania. A concepção jurídica de cidadania na modernidade pode ser traduzida por um conjunto de liberdades e obrigações políticas, sociais e econômicas .

Ser cidadão hoje implica em exercer seu direito à vida, à liberdade, ao trabalho, à moradia, à educação, à saúde e à cobrança de ética por parte dos governantes. O exercício da cidadania colocado em voga pelo jovem em seu depoimento traduz um pouco de todos os direitos elencados, implicando no conceito de cidadania. Porém, o que inferimos na fala do jovem é que o direito de se responsabilizar pelas regras e rumos das suas produções traduziam em uma cidadania específica, em cidadania cultural.

As entrevistas revelam também enunciados concretos relativos à construção das subjetividades no cotidiano da formação em mídias na ONG. Nessa relação, segundo Bakhtin (2002), é que se gera o conflito que promove a história, a materialidade, e a vivência. “Se vivemos é porque estamos nos entremeios de um sistema e de uma individualidade dentro do mundo. E o que faltava a essas duas linhas é a noção de vivência que nos coloca face a face com o outro (COVRE; NAGAI; MIOTELLO, 2010 p 16).

²⁷ D’URSO, Luis Flávio Borges. Advogado, mestre, doutor em Direito Penal pela USP, é presidente da OAB em São Paulo. Disponível em http://www.oabsp.org.br/palavra_presidente/2005/88/. Acesso em 02/12/2012.

O Entrevistado 2 avalia sua relação na ONG, numa narrativa pessoal na qual é necessário considerar também o aspecto psicológico, conforme nos alerta Bakhtin(2002):

é necessário considerar também a importância psicológica no cotidiano daquilo que se fala de nós e a importância para nós de como entender e interpretar as palavras dos outros. O alcance de nosso tema não diminui nem um pouco nas esferas mais elevadas e organizadas das relações sociais (COVRE; NAGAI; MIOTELLO, 2010, p 23).

Essas diferentes apropriações incorporadas pelo jovem conformam sua subjetividade. Segundo Leite e Filé (2002), ao tratarmos da questão das relações entre sujeitos e tecnologia, notadamente as mídias de comunicação, os aspectos ligados aos processos psíquicos atuam de forma individual e coletiva nas quais são produzidas.

Compartilhando a mesma concepção de subjetividade, Kafrouni (2008) afirma que a subjetividade expressa a síntese entre o individual e o coletivo, sem reduzir o indivíduo a qualquer um destes aspectos. Portanto, a abordagem da dimensão subjetiva da experiência desse jovem na produção de mídias comunitárias, em uma ONG, em Belo Horizonte, permite retomar as condições sociais que os configuram. A oportunidade de experimentar a produção de comunicação comunitária foi processada por esses indivíduos e, isso se relaciona às suas identidades individuais e coletivas.

5.1 Conheça-te a ti mesmo

A modernidade é a época dos modismos do autoconhecimento multifacetado pelas diversas formas que a psicologia oferece. Queremos estabilidade, harmonia. Repudiamos a desordem, o caos. Parece que buscamos uma personalidade única o resto da vida para garantir a tranquilidade. Segundo Machado,(2002) o consenso é um dos ideários da política neoliberal e a diversidade pregada por esse sistema faz com que a diferença seja banalizada, e o respeito ao próximo se torne cada vez mais distante). “A multiplicidade nos apavora. Parece que somente admitimos uma pluralidade de ‘eus’ ou uma identidade plural”.(MACHADO, 2002, p. 13).

Castells (1999) entende a identidade como uma forma moderna de nomear as subjetividades e esclarece que a “identidade é o processo de construção de

significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado”(CASTELLS,1999, p.22).

Outra crítica apontada por Machado (2002) é em relação à velocidade desenfreada da vida moderna, cuja ética, muitas vezes, é ignorada em prol do desejo individual. Machado (2002) afirma também que a vida contemporânea está privatizada. Demarcada pela naturalização de determinadas concepções de desejo e de subjetividade. Sendo assim:

Acreditamos que sempre foi, é e será assim. Quando uma visão crítica é lançada sob tais aspectos produz-se, muitas vezes, um sentimento de que não tem saída, é tudo grande demais, longe demais e não podemos alcançar. O que pode se configurar em sentimentos de descrédito e cansaço promovendo aceitações incondicionais. Diante do ‘que não tem remédio, remediado está’, nos restaria cruzar os braços e aderir à saga da ‘privatização’ desenfreada (MACHADO, 2002, p. 15)

Para essa autora, a lógica contemporânea engendrou um imenso vazio na existência humana, nas subjetividades, nas existências individuais e de grupos. Frente ao exposto, ela ainda afirma que “desta forma, seria preciso uma reinvenção cotidiana da existência, uma luta incansável pela não-captura, uma curiosidade ilimitada pela vida, por suas cores, por seus cheiros, por seus sabores, por suas densidades intensivas” (MACHADO, 2002, p. 15).

Nesse caso, a subjetividade é a uma forma de assumir diferentes aspectos, que não são únicos, nem últimos. Podem ser estranhos, desconhecidos em que a unidade e a identidade são questionadas e a certeza é provisória. Sendo assim,

A subjetividade pode ser pensada então como sendo formada por dobras. Mas as dobras são a própria rede, ou melhor, nós somos a própria rede, assim como o sistema econômico, político, educacional etc. também são. As dobras são formas que se produzem e conferem um sentido específico para o que chamamos desejo, trabalho, arte, religião, ciência etc. As dobras não são nem interiores e nem exteriores e sim formações provisórias de um entre que mistura finitos materiais de expressão em ilimitadas combinações (MACHADO, 2002, p.3).

Nessa teia que compõe a subjetividade, palavras, gestos e conhecimentos se cruzam, misturam-se num processo histórico que vai dando forma ao que nos constitui enquanto sujeitos. Essa pluralidade de significados se cruza num processo de autoconstrução dos indivíduos. Esse processo de internalização do nosso

momento histórico é contínuo e marcado pelas relações sociais que mantemos ao longo de nossa história. Segundo ainda essa autora:

Há um complexo jogo de forças que forma uma rede que não possui nem começo e nem fim. O emaranhado dos seus fios vai tecendo contornos variados e vai constituindo formas. Essa rede conjuga forças variadas que se atravessam que estão em luta, onde o combate não fala de vitórias ou derrotas, mas de ultrapassamentos, de transformações no próprio jogo das forças. O que acreditamos ser nossa personalidade, nosso mais íntimo desejo, são expressões em nós da história de nossa época (*Ibidem*, 2002, p. 4).

Ao exemplificar as forças reativas que atuam nas subjetividades a mídia aparece como força transformadora e inventiva, como uma possibilidade de pensarmos a subjetividade como um processo em constante transformação.

Machado reflete sobre a resignificação do poder das grandes mídias, contrária a sua lógica massificante. Acredita que a própria mídia possa produzir sujeitos capazes de geri-la:

Parece-nos questionável pensar um momento histórico como portador somente de forças reativas. A mídia, por exemplo, é constantemente criticada por promover a passividade, a alienação, a não criatividade, o aumento da violência, enfim, a transformam em grande vilã. Não poderíamos pensar que a mídia não teria nada a ver com isso, entretanto não nos parece adequado dizer que produza sozinha tudo isso e nem que somente produza esse tipo efeito. É possível utilizar-se da mídia de inúmeras formas, apropriando-se de sua maquinaria de forma ativa em lugar de nos rendermos ao seu padrão centralizador de sentido (MACHADO, 2002, p. 18)

Esta reflexão da autora nos remete aos sujeitos da nossa pesquisa. Sete jovens que desenvolveram um olhar crítico sobre as mídias de massa, a partir do processo formativo em mídias comunitárias. Na AIC, eles reinventam as produções culturais, demonstrando criatividade ao gerir os programas que têm, muitas vezes, como pauta a sua própria história de vida e de suas comunidades. Conforme relata o Entrevistada 4:

— Eu sempre fui uma pessoa muito criativa, muito comunicativa, mas foi através das mídias: rádio, TV, jornal, produção destes meios, junto com a ONG com aquele grupo maravilhoso, que eu fui desenvolvendo esse potencial meu de comunicação e até mesmo de liderança.

A autoidentidade é definida na fala da jovem, estabilizada através das mídias geridas por um certo tempo, na ONG. A pedagogia utilizada no processo

comunicativo popular reconhece que esses jovens produzem “saberes, de modos de pensar, de se libertar e humanizar [e que] desestabilizaria a própria autoidentidade da pedagogia hegemônica” (ARROYO 2012, p.30).

Moraes e Nascimento (2002) fazem uma análise dos exercícios de poder que produzem servidão. Na mesma lógica, Arroyo (2012) afirma que as pedagogias de dominação e subalternização pensam os segmentos populares como inferiores. Porém, é necessário reconhecer que até nessas vivências opressoras as aprendizagens transgridem a opressão:

ao buscar atualizar a força de imposição das relações de poder, quem exerce o poder vai ter que reinventar sempre novos mecanismos de controle, buscando incorporar, sob o seu comando, as novas formas de ser inventadas pelas resistências que se dão contra esse poder. As formas, técnicas e mecanismos de aplicação do poder vão variando na história em função das novas formas e subjetividades que as resistências vão criando ao longo do tempo (MORAES e NASCIMENTO, 2002, p. 1).

Acreditamos que as produções desses jovens representem mais que uma fonte de conhecimento sobre o mundo e sobre si, mas que se manifestam, na visão freireana, como *prática progressista*, como forma de resistência às relações de imposição de poder, transgredindo aos mecanismos de controle. A mola que impulsiona a prática progressista é a “Curiosidade crítica, insatisfeita, indócil, que nos defende do excesso de racionalidade das tecnologias modernas” Freire (1996, p. 15).

As narrativas dos jovens ilustram marcas das trajetórias e experiências vividas na AIC, em diversos aspectos, numa relação intrínseca com suas subjetividades conforme podemos ilustrar:

—Eu acho que se não fosse a AIC — Associação de Imagem Comunitária — eu não faço a mínima ideia do que eu faria, muito menos do que eu seria, eu acho que estar naquele espaço ali acho que contribuiu praticamente em tudo na minha vida, em todos os sentidos, tanto profissional, como pessoal, tudo que eu sei até hoje, que baseia a minha vida vem de lá (Entrevistada 1).

A formação em mídias comunitárias têm uma força estruturante na personalidade, segundo o depoimento da Entrevistada 1. A interação de forma livre e criativa com esses meios resultou em alterações identitárias. A identidade sempre em construção e reconstrução é produto de socializações, e foi particularmente apropriada, no cotidiano da produção midiática na ONG, pelo Entrevistado 2.

— *Eu me sinto um cara mais talentoso, não sei, é, eu devo muito a Imagem Comunitária neste sentido, das coisas que eu fiz, que eu vi, vivi e ouvi e olha, uma outra coisa que foi fundamental para que eu sou hoje foi ... ali eu desenvolvi as primeiras pedras fundamentais para que são hoje os pilares do meu sinto crítico, eu aprendi eu absorvi a seguinte missiva, nada é o que é, e está dado como é, e é assim e ponto final. Eu aprendi não existe certo ou errado, existem possibilidades, diferentes escolhas e da forma como você experimenta essa coisa (Entrevistado 2).*

Vemos que o Entrevistado 2 delega muito valor à aprendizagem na ONG. Sobretudo no aperfeiçoamento de suas potencialidades. Os conteúdos, às experiências vividas, a sintonia da linguagem da ONG ao incorporar temas relevantes para os jovens estimula a formação dos valores que compõem as subjetividades.

As internalizações, a partir das práticas sociais vividas na ONG, são responsáveis pela constituição das identidades, das subjetividades, evidenciadas nas falas do entrevistado 1 e do entrevistado 2. Na tentativa de mesclar a teoria e análise empírica, assim como Castells (1999), compartilhamos a ideia de que “a teoria social consiste em uma ferramenta para a compreensão do mundo”, especialmente da realidade que nos propomos investigar. Para entender os diferentes tipos de mudanças identitárias no mundo moderno e globalizado, o contexto sócio-histórico-cultural, desses aprendizes, tem papel determinante na sociedade em rede.

5.2 Sociedade em rede e processo identitário

O processo histórico de descontextualização das identidades e de universalização das práticas sociais não é homogêneo, pois concorrem com eles, velhos e novos processos de recontextualização e de particularização das identidades e práticas.

A recontextualização e reparticularização das identidades e das práticas estão a conduzir a uma reformulação das inter-relações entre os diferentes vínculos, nomeadamente o vínculo nacional, racial, étnico e sexual. (SOUSA SANTOS, 2005, p. 145).

A descontextualização e recontextualização das identidades são contraditórios. Representam relações sociais conflituais, protagonizadas por atores individuais e coletivos.

Para Castells (1999), identidade é semente de mudanças socioculturais, ou como refere Santos (2005, p.135): “Não são prontas e acabadas. Identidades são pois, identificações em curso”. Existem diferentes tipos de mudanças identitárias, marcadas pelas histórias de cada grupo, assim como pelas instituições, pelos aparatos do poder e pelas crenças religiosas. Santos (2005) afirma que o modelo civilizacional da modernidade está em crise. Modernidade, identidade e cultura de fronteira são identificações plurais “é, pois, crucial conhecer quem pergunta pela identidade, em que condições, contra quem, com que propósitos e com que resultados”. (*Ibid*, 2005, p. 135).

As relações de poder marcam e distinguem as diferentes origens do processo identitário. Para Castells :

Identidade legitimadora –introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais.[...] Identidade de resistência. Criada por atores sociais que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação construindo assim trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo opostos a estes últimos. [...] Identidade de projeto quando os atores sociais utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda uma estrutura social (CASTELLS, 1999, p. 24).

Sobre a identidade de resistência o relato da Entrevistada 4 demonstra como as ferramentas provocaram a valorização de princípios diferentes, muitas vezes opostos aos das mídias de massa:

– O mais interessante que eu percebo de toda essa trajetória que eu tive na AIC foi esse acesso aos meios de comunicação, baseado na prática, pois era a gente que pegava e fazia tudo. E aí a gente foi descobrindo inúmeras ferramentas, a gente foi se integrando principalmente ao movimento social, que eu acho, foi uma coisa muito boa (Entrevistada 4).

Analisando a ONG AIC, tentamos compreender como os processos sociais estão interligados e contribuem para a identidade de projeto no uso dos recursos midiáticos como forma de expressão e de significação para esses jovens aqui investigados.

Segundo Castells (1999), é necessário estabelecer uma distinção entre identidades e papéis. Em termos mais genéricos, identidades organizam significados

e papéis organizam funções. Por exemplo, a função de ser trabalhador, mãe, vizinho, sindicalista, membro de uma igreja e fumante, tudo ao mesmo tempo.

Os papéis influenciam o comportamento, organizam funções. Já as identidades constituem fontes de significados para os próprios atores num processo de individuação e internalização, portanto organizam os significados. Às vezes coincide com algum papel social. Porém, as identidades são mais importantes do que os papéis por causa do processo de autoconstrução e individuação que envolvidos no processo. É assim para a maioria dos atores da *Sociedade em rede*²⁸, conceito utilizado e assim definido por Castells (1999):

A revolução da tecnologia da informação e reestruturação do capitalismo introduziu uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico; por sua forma de organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão de obra. Por uma cultura de virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. E pela transformação das bases materiais da vida - o tempo e o espaço - mediante a criação de um espaço de fluxos e de um tempo intemporal como expressões das atividades e elites dominantes (CASTELLS, 2009, p II).

Na sociedade em rede o significado organiza-se em torno de uma identidade primária (identidade que estrutura as demais). A construção de identidade, nesta pesquisa, vale-se da matéria prima fornecida por uma instituição inovadora, produtiva, assim como pelos aparatos tecnológicos e midiáticos que produzem. Estes são processados e reorganizados pelos indivíduos, desta pesquisa, em função de suas tendências sociais. É o que bem ilustram os depoimentos do Entrevistado 5:

— *Para mim, eu era um garoto muito tímido na época. Eu tinha dificuldades pra falar, tinha dificuldades pra me expressar. Eu era meio largado, não estava nem ai pra nada. Eu desenvolvi essa questão da persuasão, da fala, portanto hoje eu trabalho com vendas e desenvolvo meu trabalho com perfeição por conta disso. A questão do perfeccionismo que eu te falei, por que hoje, um vídeo, na televisão, a gente percebe que um frame faz diferença, e muda todo um vídeo. Assim é também na nossa vida pessoal. Por isso hoje eu procuro não errar tanto quando eu errava na época. Eu dou atenção para as pequenas coisas.(Entrevistado 5).*

²⁸ Sociedade em rede - para descrever o impacto da informatização sobre as culturas de todo o globo resume neste conceito as características do mundo contemporâneo globalizado.

A percepção sobre a fala é que o jovem credita o seu desenvolvimento, no ramo profissional e a superação da sua timidez à internalização do processo formativo na ONG. Ele cita o desenvolvimento de algumas potencialidades, como a persuasão e a fala, pressuposto para que ele desempenhe de forma cada vez melhor seu trabalho na área de vendas.

Podendo constatar igualmente um empoderamento, a fala da Entrevistada 4, militante pela luta da livre orientação sexual, relata e assume:

Porque eu sou lésbica, eu sempre tive essa identidade comigo. Mas querendo ou não, era uma coisa assim, mais retida e eu não tinha isso como identidade. Esse processo na AIC, mostrando coisas que até então, na sociedade era errado, porque não era padrão, na AIC teve essa clareza e foi muito importante nessa construção da minha identidade mesmo. Através da AIC eu conheci o CELLOS, que é o Centro de Lutas pela Livre Orientação Sexual, que é uma ONG LGBT em BH. Ao conhecer o grupo eu fui me integrando, participei bastante da própria diretoria como militante, fiquei muito tempo como militante na causa. Fora o Movimento Estudantil que a gente sempre tinha essa parceria, vários movimentos culturais, até mesmo a questão da juventude. A AIC sempre falava pra gente se posicionar e ocupar os espaços vagos. É não deixar o “cara” lá falar por você.

No relato sobre os estereótipos sociais a Entrevistada 4 reorganiza seu papel social no engajamento e luta em movimentos sociais pela orientação sexual. Sobre as vivências que manteve de segregação e violência à sua identidade homossexual o processo formativo na ONG teve papel (re) estruturante conforme sua fala “foi muito importante nessa construção da minha identidade mesmo”. Hall(2006) afirma que o indivíduo em processos de grupos e normas coletivas subjazem aos processos individuais, cujas externalização do interior através da ação no mundo social constituem o sujeito moderno em suas subjetividades.

A jovem atribui à formação na ONG características de uma pedagogia libertadora das relações e modos de ser de um grupo subalternizado. Arroyo (2012) afirma que esses movimentos sociais humanizam e libertam os oprimidos. São pedagogias de resistência, que desestabilizam as pedagogias hegemônicas de desumanização e subordinação. E afirma que “Reconhecer que esses povos têm Outras Pedagogias produtoras de saberes, de modos de pensar, de se libertar e humanizar, desestabilizaria a própria autoidentidade da pedagogia hegemônica. (ARROYO, 2012,p.30).

O mesmo exercício de descobrir-se pode constatar-se na fala da *Entrevistada 1*, que se preparava para ser noviça e seguir a vida cristã:

Antes da AIC, era da casa para a para igreja, da minha casa para noviciado. Então quando eu entrei para o programa Agente Jovem da AIC, pro Rede Jovem foi uma coisa de outro mundo, mudou minha vida toda, eu quis fazer acompanhamento. Visitava creches, asilos, eu já tinha aquilo interiorizado dentro de mim, quando eu entrei para o Rede Jovem de Cidadania eu tipo me apropriei que era quilo mesmo que eu queria fazer (Entrevistada 1)

Já o Entrevistado 1 credita o fim do noviciado a seu ingresso na Rede Jovem:

— [...] as irmãs iam muito na minha casa. Foi tipo assim, foi indo indo...indo...só não foi porque eu cheguei na Rede Jovem. Eu vi aquele montão de coisa, eu fiquei deslumbrada.

No relato sobre as desconstruções sociais, a herança da ONG reluz na conduta sexual e na opção religiosa. Desconstruções que ajudam a definir escolhas, profissões, crenças; nas interações desse grupo social diversificado durante o processo formativo em mídias na AIC.

A AIC apoia os atores sociais na construção da “identidade de projeto” que visa produzir material cultural capaz de construir uma nova identidade e de redefinir posição e transformação social. A juventude de Belo Horizonte tem sido a principal parceira da AIC na realização de produções para a democratização da mídia. Nossa investigação escolheu jovens que trabalharam em uma rede participativa de comunicação e cultura para a cidadania com produções em rádio, TV, jornal impresso, *site*, *webzine* e agência de notícias no ano de 2002 a 2004. São alunos da primeira turma da Rede Jovem de Cidadania da AIC. Conforme ressalta uma delas:

No início quando eram os 54 jovens todo mundo estava num mesmo processo. Um processo de aprendizagem. Era dividido em três núcleos: TV, rádio e jornal e os 54 jovens eram divididos por essas mídias e aí dentro das mídias cada um tinha as reuniões de pauta e os meninos sugeriam os temas e tinha o negócio das pesquisas, [...] levantava a pauta e cada um corria para fazer um programa. Aí o programa de rádio e TV e tinha um jornal eu sei que tinha mais tempo para produzir ele, aí a gente ficava três meses em cada mídia, aí rodava, três meses no rádio, três meses na TV e tinha oportunidade de passar por todas as mídias e cada mídia tinha suas coisas, como se fala, sua disciplina, tinha um conteúdo teórico (Entrevistado 1).

Entender os significados atribuídos a essas mídias, uma década depois do processo formativo, nos ajuda a entender como se deu o processo de internalização

pelos jovens aqui pesquisados. Inferimos nessa incursão que a ONG pesquisada ajudou a redefinir as posições sociais dos atores que passaram de alunos a produtores de informação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se deu a formação das subjetividades de um grupo de jovens, a partir dos seus envolvimento com as produções midiáticas, em uma ONG, em Belo Horizonte foi o propósito desta pesquisa. Estudamos as interações juvenis com as mídias comunitárias no projeto Rede Jovem de Cidadania, da Associação Imagem Comunitária. Esses jovens eram da turma do ano de 2004. A pesquisa totalizou um número de oito entrevistados – cinco mulheres e três homens, – sendo que uma das cinco mulheres é coordenadora na ONG.

Numa abordagem qualitativa, a coleta de dados combinou questionários e entrevistas semiestruturadas. Trabalhamos com a hipótese de essas mídias comunitárias contribuírem, de alguma forma, na construção das subjetividades dos sujeitos desta pesquisa. Para isso, consideramos que as entrevistas e questionários aplicados foram suportes complementares e decodificadores do objeto de pesquisa.

O modo como essas mídias influenciaram a apreensão da vida e do contexto social, a constituição desses sujeitos, no que se refere aos aspectos psicológicos, objetivos, subjetivos e vivenciais, conformam-se em suas subjetividades.

Após análise e interpretação dos dados colhidos, identificamos aspectos que consideramos pertinentes para este estudo. Apreendemos que a relação dos jovens com as mídias que produziram, considerando as interações, o processo formativo e as diferenças, em relação à produção de mídias de massa, potencializaram as construções das subjetividades. A formação na ONG contribuiu nas mudanças de percursos de vida, de reelaboração de suas identidades, nos aspectos de gênero e profissional; além de influir na inserção social e nos envolvimento de militância em movimentos sociais de alguns desses jovens.

Percebemos, igualmente, no discurso desses jovens, palavras de forte cunho ideológico como: *cidadania, educador social, posicionamento, espírito crítico, diversidade, acessível*, entre tantas outras palavras, não só incorporadas ao vocabulário, mas às ações protagonizadas pelos sujeitos desta pesquisa. Deduzimos que, durante a permanência desses sujeitos na ONG, ocorreu um empoderamento, proporcionado pelas interações reflexivas com produtos midiáticos.

O trabalho dentro da ONG impulsionou a participação de alguns destes jovens em movimentos sociais e/ou instituições educativas, sobretudo em escolas.

Ensinou a outros jovens os meandros da produção midiática, possibilitando aos sujeitos entenderem seu tempo, com a intenção de multiplicar o aprendizado que tiveram na ONG, mas, sobretudo de reelaborarem suas identidades.

Outro apontamento desta pesquisa é sobre o uso das mídias na escola. Segundo os jovens desta pesquisa, baseados nas experiências escolares que vivenciaram tanto como alunos, quanto como educadores sociais, o universo da escola ainda não consegue desenvolver um trabalho introduzindo o uso das mídias de forma reflexiva como a ONG trabalha.

Sobre as questões que influenciaram o interesse em desenvolver esta pesquisa, a esperança no uso reflexivo dos veículos de comunicação como forma de garantir uma aprendizagem significativa, para os educandos, sobretudo no espaço escolar, também se confirmaram no depoimento dos jovens. Eles reconhecem a eficácia do aprendizado da ONG. Afirmaram trazê-lo até os dias atuais, nas relações que mantêm no cotidiano, no olhar cada vez mais distanciado dos estereótipos e preconceitos, no desenrolar das relações que mantêm, no campo profissional, porém a maioria deles atribui significado à consolidação do aspecto identitário.

Os jovens entrevistados revelaram o desenvolvimento do espírito crítico, em depoimentos de natureza investigativa, sobre o processo de produção de conteúdos midiáticos. Afirmaram a possibilidade de entenderem seu tempo, sua cultura, seu espaço histórico por meio desse trabalho criativo, permitindo a reflexão de assuntos relevantes. Para os autores que guiaram nossas discussões sobre processo de formação identitária, a ênfase foi para o fato de que as identidades são processos de construção diária, que se manifestam por intermédio de mudanças socioculturais. As mudanças estruturais fragmentam e deslocam as identidades provocando uma crise de identidade.

Constatamos que as pessoas que atuam na ONG AIC, contribuem na constituição de habilidades. Possibilitou-se o desenvolvimento de sujeitos críticos no domínio de técnicas e ferramentas da comunicação, como no decifrar do mundo simbólico que permeia essas produções. A abertura para o outro, o diálogo na gestão de conflitos, a capacidade de contextualizar os problemas e encontrar soluções de interesse para a coletividade; e o poder do acolhimento, assegurando a adesão dos atores sociais. As estratégias utilizadas pela Ong são a de aproveitar as tecnologias em função dos próprios aprendizes e de acordo com as peculiaridades culturais do grupo, dando visibilidade às suas comunidades,

seus interesses e anseios. Tudo isso interferiu de modo particular na subjetividade dos sujeitos desta pesquisa, numa prática instigante no campo da Educomunicação.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, Angela. As Teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. In: Lua Nova, Número 76, 2009, pp. 49-86. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010264452009000100003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 20/12/2012
- ALVES, A. J. O. *Planejamento de pesquisas qualitativas em educação*. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 77, p. 53-61, maio 1991.
- ARROYO, Miguel G. *Outros sujeitos, outras pedagogias*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- BARBERO, Jesús Martin. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- BUCKINGHAM, David. *Crescer nas mídias eletrônicas*. São Paulo. Loyola, 2000.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização: tradução Maurício Santana Dias*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CITELLI, Adilson Odair. COSTA, Maria Cristina Castilho. *Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. CASTRO, Valdir José de. *Comunicação e sociedade do espetáculo*. São Paulo: Paulus, 2006.
- COVRE, Aline Maria P.Manfrim; NAGAI, Eduardo Eide; MIOTELLO, Valdemir. *Conversando sobre os trabalhos de Bakhtin*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2010.
- DAMASCENO, Maria Nobre. *Juventude: Educação e Cidadania no Contexto da Diversidade Cultural*. Portugal. Junho 2008. Em <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/186.pdf> acesso em 04/08/2012.
- DAYRELL, Juarez T. *Trabalho, Juventude e escola*. In: SPOSITO, Marília Pontes. *Juventude e escolarização*, Local e Editora, 2002.
- DAYRELL, Juarez T. *A escola faz a juventude? Reflexões em torno da socialização juvenil*. Educação e Sociedade, Campinas. 2007, vol.28, n.100 – Especial p.1105-1128. Acesso em 02/02/2012.
- DLUGOKENSKI, Leonardo. Em: <http://www.infoescola.com/filosofia/o-fetichismo-da-mercadoria-na-obra-de-karl-marx/> acesso em 04/08/2012.

DOCUMENTO-REFLEXÕES- CONJUVE. *Política Nacional de Juventude. Diretrizes e Perspectivas*. Brasília, 2006. 2ª edição Disponível em www.juventude.gov.br/wp. Acesso em 02/08/2011

FANTIN, Mônica; *Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália*. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

FONTOURA, Helena Amaral da (org) *Políticas Públicas, Movimentos Sociais: desafios à Pós-graduação em Educação em suas múltiplas dimensões*. Rio de Janeiro: ANPED Nacional, 2011. Disponível em <http://www.fe.ufrj.br/anpedinha2011/livro3.pdf> Acesso em 29/12/2012

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários á prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GARCIA, Regina Leite (org). *Aprendendo como os movimentos sociais*. Rio de Janeiro. DP&A ,2000.

GOHN, Maria da Glória. *Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais*. *Saúde soc.*, São Paulo, v. 13, n. 2, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php> Acesso em: 01/04/2012.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. *Revista Brasileira de Educação*. V.16 n 47. Maio–Agosto 2011 disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf> Acesso em 29/12/2012

KAFROUNI, Roberta. *A dimensão subjetiva de jovens em um programa social :contribuições à análise das políticas públicas para a juventude*. http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=150140. Acesso em 16/11/2012

LEÃO, Geraldo Magela G. A gestão da pobreza juvenil: uma análise de um programa federal de inclusão para jovens pobres. Na. 27ª Reunião Anual da ANPED. Caxambu, Rio de Janeiro: ANPED, 2003. Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/27/gt03/t036.pdf>. Acesso em 21/12/2012

LEITE, Márcia e FILÉ, Valter (orgs). *Subjetividades, tecnologias e escolas*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

LERBACH, Brena Costa. *Movimentos Sociais: Percursos Práticos e Conceituais*. 2010. disponível em: <http://periodicos.ufes.br/SNPGCS/article/view/1534>. Acesso em 20/12/2012

LIMA, Rafaela Pereira. *Mídias comunitárias, juventude e cidadania*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

LOPES, José de Sousa Miguel. *Tecnologias, educação on-line e os novos desafios para professores e alunos Encontro Internacional TIC e Educação*, 2010, Lisboa, 2010. V. 1. p. 91-96.

LUDKE, M. e ANDRÉ, M. E. D. A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986. Cap 2.

MACHADO, Leila Domingues. *Subjetividades contemporâneas* <http://www.ufes.br/ppgpsi/files/livros/Subjetividades%20contempor%C3%A2neas.pdf> Acesso em 16/11/2012.

MELO, José Marques de; TOSTA, Sandra Pereira. *Mídia e educação*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

MORAES, Silvia Elizabeth. *Os buracos da lousa: Reflexões sobre um tema de pesquisa. Cadernos de Pesquisa*, v. 36, n. 129, set./dez. 2006. <http://www.scielo.br/pdf/cp/v36n129/a0836129.pdf> Acesso em 18/02/2012.

MORAES, Thiago Drumond; NASCIMENTO, Maria Lívia do. Da norma ao risco: transformações na produção de subjetividades contemporâneas. *Psicologia estudos*. 7(1): 91-102, junho, 2002.

MORIN, Edgar. *Os sete saberes necessários à educação do futuro* tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. 2ª Ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2000.

NOVAES, Regina. *As juventudes e a luta por direitos*. Novembro de 2012. Em <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1285>. Acesso em 24/12 /12

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Globalização: Fatalidade ou utopia?* Porto: Edições Afrontamento (Org) cap 1.2001.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade* São Paulo Cortez, 2005.

SETTON, Maria da Graça. *Mídia e educação*. São Paulo: Contexto, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira: *O conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para o ensino médio*. São Paulo: Paulina, 2011.

SUBTIL, Filipa. *A comunicação entre a utopia e a tecnocracia: para uma fundamentação teórica das tecnologias da informação*. *Análise Social*, vol. XLI (181), 2006, 1075-1093 disponível em <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/aso/n181/n181a06>. Acesso em 16/07/2012

SZYMANSKI, Heloiza (*et al*). *A entrevista na pesquisa em educação: a prática reflexiva*. Brasília :Liber Livro, 2004.

TEIXEIRA, Inês Assunção de Castro; LOPES, José de Sousa Miguel; DAYRELL, Juarez. *A juventude vai ao cinema*. São Paulo: Autêntica, 2009.

THOMPSON, Jhon B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

YIN, Robert. *Estudo de caso: planejamento e método*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICES

Apêndice 1 – Ficha de resgate dos contatos dos jovens



Ei pessoal ! Queremos saber por onde você tem andado! Vamos aproveitar este encontro para atualizar o seu contato.

NOME:

IDADE:

TELEFONE FIXO:

TELEFONE CELULAR:

EMAIL:

FACEBOOK:

O QUE TEM FEITO ATUALMENTE?:

VOCÊ ACEITARIA PARTICIPAR DE ALGUMA PESQUISA SOBRE O TEMPO QUE PARTICIPOU DA REDE JOVEM DE CIDADANIA?

() SIM () NÃO

Apêndice 2 – Roteiro entrevistas dos jovens

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

- 1- Qual seu nome completo, sua idade e escolaridade?
- 2- Estado Civil?
- 3- Você reside com quem?
- 4- Qual a profissão dos seus pais?
- 5- Há quanto tempo participa ou participou de projetos na ONG?
- 5- Fale um pouco da sua trajetória de trabalho na ONG AIC e fora da ONG?
- 6- Quais as facilidades e dificuldades na produção de mídias. O que era complicado, o que era mais tranquilo de ser feito e com o que você se identificava mais?
- 7- O que você faz atualmente?
- 8- Você desenvolve atualmente algum projeto com mídias?
- 9- Qual o seu vínculo atual com a AIC?
- 10- Como você avalia a produção midiática da AIC?
- 11- Qual a importância social da ONG para você?
- 12- Qual a importância da prática de produção de mídia na AIC? Qual importância essa prática teve para você?
- 13- Qual o sentido que a prática de produção midiática teve ou tem na sua vida. Em que sentido a produção da mídia ajudou a ser o que é, e a fazer o que faz?
- 14- Das experiências que você teve na AIC, quais as lembranças que você tem, qual te marcou mais?

Apêndice 3 – Roteiro de entrevista da coordenação.**ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA –
COORDENAÇÃO DA ONG**

NOME :

IDADE:

ENDEREÇO:

ESCOLARIDADE:

FORMAÇÃO:

1-FAÇA UM RELATO DA SUA TRAJETÓRIA NA AIC.

2-DESCREVA OS PROJETOS QUE PARTICIPOU NAS ÁREAS DE MÍDIA E
EDUCAÇÃO.

3- COMO TEVE INÍCIO A PROPOSTA DA AIC?

4-EXPLIQUE SOBRE O PROCESSO DE PRODUÇÃO E SUPORTE MUDIÁTICO.

5- COMO SÃO UTILIZADOS OS ESPAÇOS NA ONG, QUAIS SÃO ELES?

6-COMO É A ROTINA NA ONG?

7-COMO SÃO COMPARTILHADOS OS ESPAÇOS DE UTILIZAÇÃO?

8-QUAIS SÃO OS PARCEIROS DA ONG?

9-COMO CAPTAM E ADMINISTRAM OS RECURSOS?QUAIS SÃO OS
RECURSOS QUE MANTÊM O TRABALHO DA ONG?

10-COMO SE ORGANIZA A DIREÇÃO NA ONG?

Apêndice 4 – Questionários dos jovens

QUESTIONÁRIOS DOS JOVENS

Questionário 1 - Entrevistado 1

Nome completo: _____ – Idade _____
Profissão _____

1-Grau de escolaridade

1º grau 2º grau 3º grau incompleto 3º grau completo

2-Idade que ingressou na AIC

13 a 14 anos 15 a 16 anos 16 a 17 anos 18 ou mais

3-Quanto tempo esteve na formação em mídias na AIC.

1 ano 2 anos 3 anos ou mais

4-Em quais mídias teve a oportunidade de passar pela formação

rádio TV jornal impresso web site web zine outros _____

5-Qual o grau de importância da formação na AIC para você:

nenhuma pouca grande importância

6-Qual a importância da AIC pra o que você faz hoje ?

nenhuma pouca grande importância

7-Como avalia sua relação com o grupo da formação em mídias da AIC?

regular boa excelente

8-Você mantém alguma relação ou contato com o grupo que trabalhou na AIC em 2004?

nenhuma às vezes frequentemente

9-Como era sua interação com as mídias qual o grau de dificuldade

muito razoável nenhuma

10-Você utiliza as mídias nas atividades que realiza atualmente

sim não às vezes

11-com qual mídia tinha mais afinidade?

rádio TV jornal impresso internet outros _____

ANEXOS

Anexo 1 – Termo de consentimento

Belo Horizonte, _____ de 2012.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O (A) senhor (a) está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa “**PRODUÇÕES MUDIÁTICAS POPULARES E A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DOS JOVENS**”. Após a devida leitura desse documento, compreensão e esclarecimento de dúvidas com o pesquisador (a), o presente termo deverá ser assinado, caso concorde em participar. Sua participação não é obrigatória, sendo certo, ainda, que a qualquer momento o participante poderá desistir do voluntariado, retirando seu consentimento, o que não trará nenhuma consequência em sua relação com o pesquisador(a) ou com a instituição.

Será emitida cópia deste termo, onde consta o telefone e endereço do pesquisador principal. Por meio desses contatos, o participante poderá esclarecer dúvidas do projeto e de sua atuação ao longo de todo o período de duração da pesquisa.

NOME DA PESQUISA.

PRODUÇÕES MUDIÁTICAS POPULARES E A CONSTRUÇÃO DA SUBJETIVIDADE DOS JOVENS

ENDEREÇO: Rua Paraíba, n. 29, 6º andar. Bairro Funcionários. Belo Horizonte – MG. CEP: 30130-140

TELEFONE: 3239-5913 (secretaria do mestrado)

EMAIL: mestrado.uemg@fae.com.br

OBJETIVOS

O trabalho tem como objetivo verificar em que medida a produção das mídias comunitárias contribuíram na construção das subjetividades dos jovens. Para isso, serão feitas análises dos fluxos comunicativos das comunidades pesquisadas, na medida em que abrem e ampliam os espaços de expressão e visibilidade; bem como serão discutidas as influências das produções midiáticas populares no comportamento e subjetividades dos jovens pesquisados.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO

O estudo servirá como pré-requisito para obtenção do título de mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação, Mestrado em Educação, da Faculdade de Educação da Universidade do Estado de Minas Gerais. A abordagem da pesquisa é qualitativa e serão usados como instrumentos de coleta de dados: questionários e roteiro semiestruturado para a entrevista. O caminho que pretendemos percorrer para coletar os dados combina análise documental com entrevista. A população a ser analisada são os jovens produtores das mídias envolvidos no projeto.

A escolha deles será feita independente do gênero, cor e idade. A pesquisa tem o intuito de entrevistar algum dos idealizadores da AIC e RJC e jovens que se disponibilizarem a participar e que assinarem o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” (TCLE), e realizará aproximadamente oito entrevistas gravadas em áudio com aqueles que estiverem dispostos a participar e que assinarem o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” (TCLE), contudo, este número é apenas uma estimativa, pois só será possível determinar a quantidade de entrevistas à medida que a investigação avançar e que se começar a verificar uma saturação nos dados coletados.

RISCOS E DESCONFORTOS

Os riscos decorrentes da participação nessa pesquisa são com relação à possibilidade de descumprimento da Resolução 196/96 por parte do pesquisador o que incorreria em falta ética, como por exemplo, identificar os sujeitos pesquisados. Contudo, os pesquisadores se comprometem a cumprir a risca a Resolução 196/96.

É importante ressaltar que o(s) participante(s) da pesquisa terá sua identidade ocultada e serão nomeados na pesquisa por meio de números, letras, ou pseudônimos de forma aleatória. Eles ainda não sofrerão nenhum tipo de constrangimento ou ridicularizados por causa de sua opinião, conceito ou preconceito. Os dados gerados durante a pesquisa ficarão de posse dos pesquisadores que se comprometem a mantê-los em sigilo.

BENEFÍCIOS

O benefício de sua participação no estudo ocorrerá devido à natureza do estudo proporcionar dados e reflexões que podem vir a ser apropriados para reformulação do olhar e do uso das mídias marcado pela atuação de organizações não governamentais.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE

Sua participação na pesquisa é *voluntária* por isso, não haverá nenhuma forma de pagamento ou ressarcimento de gastos inerentes a sua participação nesse estudo, nem indenização

(reparação a danos imediatos ou tardios), contudo, é importante ressaltar que não está previsto qualquer tipo de gasto financeiro por parte dos participantes.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA

Será assegurado sigilo e anonimato do(s) participante(s) e dos dados decorrente da coleta de dados, bem como a possibilidade do(s) participantes desistirem de colaborar com a pesquisa, sem que haja ônus para eles. Declara-se ainda, que durante a realização da pesquisa e após sua conclusão, todo material e dado coletado, tais como, questionário, gravação das entrevistas e suas transcrições, e os dados gerados com suas respectivas análises ficarão sob a responsabilidade dos pesquisadores que se comprometem a disponibilizá-los aos órgãos competentes, desde que se faça necessário reavaliá-los.

**Assinatura do pesquisador
responsável**

—
Prof. Dr. José de Sousa Miguel Lopes

Assinatura do co-pesquisador

—
Monique Torres de Oliveira

Anexo 2 – Consentimento de participação como sujeito da pesquisa

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO COMO SUJEITO DA PESQUISA

Eu, _____,
 Estado civil _____, Profissão _____,
 Morador da rua _____, N° _____,
 Complemento _____, Bairro _____,
 Cidade _____ Estado _____,
 Portadora do RG _____ e do CPF _____

declaro que li e compreendi as informações contidas nesse documento, fui devidamente informado(a) pelo pesquisador(s) Prof. Dr. José de Sousa Miguel Lopes e Monique Torres de Oliveira dos procedimentos que serão utilizados, riscos e desconfortos, benefícios, custo/reembolso dos participantes, confidencialidade da pesquisa, e que, após tudo isso, concordo em participar dos estudos. Foi-me garantido que posso me retirar da pesquisa a qualquer momento, invalidando, por conseguinte, meu consentimento a qualquer momento, sem que isso leve a qualquer penalidade.

Quaisquer dúvidas relacionadas ao seu direito como participante da pesquisa, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Endereço: Rua Paraíba, n. 29, 6º andar. Bairro Funcionários. Belo Horizonte – MG. CEP: 30130-140– Belo Horizonte – MG –

Telefones: (31)32395913

Declaro ainda que recebi uma cópia desse Termo de Consentimento.

LOCAL E DATA: _____

NOME E ASSINATURA DO SUJEITO OU RESPONSÁVEL:

 (Nome por extenso)

 (Assinatura)

Anexo 3 -