



Reflexões sobre a importância do estudo das mídias na escola a partir da análise do projeto de extensão “A Escola na Tela da TV: Educomunicadores Em Ação”¹

Andressa Cindel Nogueira Nowasyk²

Universidade Federal de São Carlos

Resumo

O objetivo é propor uma reflexão sobre o consumo de conteúdos televisivos pelos jovens considerando a nova configuração das mídias e de que forma a escola, como intermediadora desse processo de leitura audiovisual, pode contribuir a partir do projeto de extensão “A Escola Na Tela da TV: Educomunicadores em Ação” que é realizado na Escola Estadual Jesuíno de Arruda, na cidade de São Carlos, interior de São Paulo. Este trabalho parte da análise da televisão e seus conteúdos por Robert White, Newton Cannito, Arlindo Machado e Maria Loudes Motter e das reflexões sobre escola e estudos das mídias de Maria Aparecida Baccega, Jesús Martín-Barbero, Joan Ferrés, e Paulo Freire.

Palavras-chave: Educação; Comunicação; Televisão; Escola;

Introdução

A televisão aberta no Brasil, seguindo a estrutura norte-americana, utiliza um modelo de negócios com base na publicidade. Os programas televisivos são, portanto, produzidos de modo que se veiculem conteúdos publicitários, tanto com a propaganda nos intervalos comerciais, quanto dentro de programas, com o *branded content*³ ou

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICON GRADUAÇÃO, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Graduanda em Imagem e Som na Universidade Federal de São Carlos, atualmente no 6º período, Bolsista de iniciação científica pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo com orientação da Profa. Dra. Débora Burini (Vigência da Bolsa Nov/2014 – Out/2015) – a.nowasyk@gmail.com.

³ *Branded Content* são formas de entrar em contato com o público-alvo de uma empresa oferecendo conteúdo relevante, diretamente relacionado ao universo macro daquela marca, na televisão é um modelo de divulgação da empresa diferente da propaganda tradicional nos comerciais. Esse tipo de



outras estratégias de divulgação do patrocinador. A TV aberta e comercial, desde sua implantação, realiza uma aproximação entre o consumidor e o produto através de mensagens associadas ao prazer e ao entretenimento, agindo como uma forte estimuladora do consumo de bens no Brasil.

Quando ocorre a associação entre o consumismo estimulado pela mídia e a presença desse meio de comunicação em quase todos os domicílios brasileiros⁴, a televisão acaba por exercer forte influência social, cultural, política e econômica na sociedade. Desde do início da TV no Brasil a partir da década de 50, nunca houve uma política de concessões que atendesse aos interesses coletivos e os canais se concentraram nas mãos de poucas famílias. Fadul (1998, p. 83) chama a atenção para o grande poder de concentração dos grupos de mídia brasileiros, descumprindo o parágrafo 5º do artigo 220 da atual Constituição Federal, que proíbe o monopólio e o oligopólio, ressaltando os limites da própria Constituição de 1988, que “simplesmente condena os monopólios, mas sem apresentar instrumentos de uma ação efetiva nessa área”. Assim, temos a construção de um meio de comunicação de massa que atinge grande parte da população brasileira, mas que têm seu controle nas mãos de poucos grupos de mídia.

Nos últimos anos, esse contexto sofreu uma contínua reconfiguração com a entrada da *internet*. Ao mesmo tempo em que a rede possui um potencial mais democrático do que outros meios de comunicação, ela também age como um meio de convergência das mesmas. Por mais que os aparatos tradicionais dessas mídias ainda existam, agora elas estão presentes em diversos outros aparatos, como os dispositivos móveis.

Analisando a *internet* por esse contexto de convergência das mídias, notamos que a rede não ocasionou um desaparecimento dos meios de comunicação pré-existentes, pelo contrário, ela intensificou sua aproximação com o público, que agora

conteúdo vem sendo muito utilizado por estar levando as divulgações de produtos e conceitos para além do tempo estimado para propagandas no meio televisivo.

⁴ Conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2012, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, a TV aberta atingia 97,7% dos domicílios brasileiros e é considerado o meio audiovisual mais abrangente do país.



pode ter acesso a conteúdos a qualquer momento através de seus novos aparatos técnicos, como afirma Newton Cannito (2010, p. 17) “(...) em numerosos casos do ambiente de convergência, mais do que ‘concorrer’ entre si, as diferentes mídias se retroalimentam. (...) Todas as mídias permanecem, interagem e se complementam”.

Além disso, essa *internet* também reforça uma produção de conteúdos para massas globais para criar uma padronização global das necessidades de bens de consumo.

Por que a Televisão?

Robert White, professor de comunicação, analisa as construções que os programas televisivos realizam. Segundo ele (1994, p. 49), para atrair maior audiência, “a televisão tende a ser organizada em redes nacionais orientadas para os gostos, interesses e memórias históricas das audiências nacionais”, para isso a TV cria formas dramáticas e narrativas de contar os fatos. White acredita que a televisão utiliza esse modelo para atrair o público e se assemelha à maneira de narrar uma mitologia nacional. As histórias transmitidas têm fundamento na realidade, porém se tornam mitos quando há uma seleção do que se mostrar do histórico para se encaixar no sonho coletivo do tipo de nação que está se tentando criar. Assim, o recorte e a ressignificação que a mídia realiza faz com que se chegue ao telespectador um ponto de vista específico do acontecimento.

A televisão faz de eventos uma lembrança ritual dos mitos nacionais da qual virtualmente toda a nação participa tais como casamentos reais, eleições presidenciais e inaugurações, funerais de figuras nacionais carismáticas ou espetaculares viagens espaciais. (WHITE, 1994, P. 49)

A partir da análise de White, entendemos que os conteúdos televisivos são construídos numa linguagem a fim de que se atraia a atenção da audiência e que se desperte o emocional do público. As técnicas utilizadas são pensadas para que o telespectador permaneça conectado ao acontecimento que está passando naquele canal para que o público não saia de frente da tela. Os conteúdos jornalísticos, por sua vez, se utilizam de técnicas de narrativa ficcional para transformar um acontecimento



COMUNICON 2015

congresso internacional
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

simples em um espetáculo na tela da televisão, construindo uma hiper-realidade da matéria através de um ponto de vista específico. Nos conteúdos ficcionais, sobretudo nas telenovelas ocorre uma construção mítica de seus personagens, com a principal finalidade o entretenimento.

A atenção que a TV chama para si mesma é enorme e a sua necessidade de construir narrativas para envolver o público está presente em todos os seus conteúdos, desde o jornalismo até suas propagandas no intervalo da programação. Arelando essas características ao modelo de fluxo contínuo da televisão, temos por finalidade uma mídia que entretém a todo instante (inclusive quando informa), já dando todos os conceitos e emoções ao telespectador sem nenhuma necessidade deste participar ativamente do processo de passagem de informação, uma comunicação unidirecional.

Esse tipo de comunicação unidirecional, no caso da TV, dificulta a leitura crítica daquele ponto de vista apresentado, o que é alertado por Paulo Freire:

[o homem,] excluído da órbita das decisões, cada vez mais adstritas a pequenas minorias, é comandado pelos meios de publicidade, a tal ponto que, em nada confia ou acredita, se não ouviu no rádio, na televisão ou não se leu nos jornais. (FREIRE, 1978, p. 90, 91)

Nessa amostra, foram citadas algumas técnicas utilizadas pela televisão para chamar atenção do público e passar sua informação, tendo o entretenimento como base, deveria refletir se a essa mídia realmente deveria atuar dessa maneira ou se ela deveria agir mais na vertente de um mecanismo de informação e educação formal.

A TV é vilã?

Muitas pessoas pensam que a televisão deveria ser usada como meio de educação e elevação da cultura tradicional, deixando de lado o entretenimento e a promoção de conteúdos popularescos para gerar audiência, que resultaria em produção de programas sem qualidade. Porém alguns pesquisadores da área discordam de tal pensamento.



Ainda de acordo com Newton Cannito (2012), não há problema no fato de a televisão ter o entretenimento como sua principal função, uma vez que entretenimento é também uma das necessidades do ser humano. Segundo o autor (2010), a televisão surgiu a partir do rádio e do circo popular, se tornou uma forma de expressão artística própria desenvolvida por uma matriz da linguagem audiovisual, desenvolvendo seus formatos e gêneros próprios. Arlindo Machado (2001) se questiona porque essa mídia paga sozinha pela culpa de uma mercantilização generalizada da cultura, pois o fenômeno também acontece nas livrarias com o consumo exagerado dos *best sellers* e no cinema com os *blockbusters*⁵ hollywoodianos. Maria Aparecida Baccega (2006) defende que, por ser um meio majoritariamente comercial, a TV é construída a partir de um modelo de negócios que exige audiência para ser viável financeiramente.

Segundo os autores apresentados, a televisão não pode se ater apenas àqueles conteúdos que promovem a educação ou elevação de um certo tipo de cultura, uma vez que sua programação depende da viabilidade econômica. Ainda assim, sendo uma concessão pública e o meio de comunicação de massa mais influente em nosso país atualmente, ela pode cumprir com responsabilidades sociais e, de fato, possui um grande potencial para tal abordagem, como defende Maria Lourdes Motter:

Favorecida pela imagem, cor, movimento ou pelo sincretismo caracterizador de sua linguagem, a televisão consegue se abrir a múltiplas entradas de leitura e apreensão de suas mensagens, elementos fundamentais para firmar sua capacidade de alcançar a pluralidade de espaços, tempo e (des)níveis sociais que caracterizam a formação social de um país como o nosso. (MOTTER, 2003, p. 76)

Há algum tempo, as telenovelas da Rede Globo têm tratado de muitos temas sociais que antes não entravam no enredo das ficções: homossexualidade, reforma agrária, alcoolismo e outros. Motter (2003) dispõe de dados comprovando que os temas sociais tratados nas telenovelas no Brasil despertaram sensibilidade da população e provocaram movimentos em direção à mudança e ações concretas que acabassem com os problemas apresentados no enredo ficcional desses conteúdos. Um

⁵ *Blockbuster* é o termo utilizado para as produções Hollywoodianas de maior potencial financeiro, consequentemente resultando em um alto gasto em divulgação do mesmo.



dos exemplos apresentados pela pesquisadora é da novela *Laços de Família* (Manuel Carlos, 2000), onde o número de doadores de medula óssea aumentou de 5 por semana para 255 durante a novela.

Assim, a partir do recorte de autores aqui apresentados, notamos que a televisão aberta comercial, por meio de suas telenovelas tem um grande poder de influência em seus telespectadores, inclusive quando trata de temas sociais. Porém ela não deve ser o único meio da sociedade responsável por essa questão. Renato Janine Ribeiro, atual ministro da educação, em uma entrevista para a *Sonhar TV*⁶ (2012) confirma o que defende Motter ao afirmar que a televisão, principalmente nas telenovelas, tem trazido diversos problemas sociais muito importantes para conhecimento de todos, porém essa mídia, por sua própria natureza comercial, dificilmente irá problematizar em seu enredo o consumismo, pois é dele que a TV sobrevive. Jesús Martín-Barbero, em entrevista à Claudia Barcellos, reforça o que é defendido por Janine, sobre a deficiência dos meios de comunicação comercial em tratar de questões que podem afetar sua sustentabilidade econômica:

Eu diria que há certos planos nos quais os meios comerciais estão limitados, condicionados por uma coisa tão respeitável, um bom negócio, que qualquer mudança que ponha em perigo o negócio, essa mudança não passará pelo meio, passará de uma maneira totalmente neutra, neutralizada, deformada. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 156)

Ribeiro defende que as outras mídias, os canais públicos ou estatais e as escolas, seriam ambientes pelos quais essas questões intangíveis à televisão aberta comercial poderiam ser discutidas.

Qual o papel da escola?

⁶ SONHAR TV é um movimento para discussão coletiva que visa refletir sobre o que seria uma hipotética televisão dos sonhos para a sociedade, a partir de entrevistas com diversos profissionais do meio televisivo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/SonharTV/about>>. Acesso em: 10 de Maio de 2015.



Muitos pesquisadores da área de comunicação defendem que a escola deve incluir os estudos das mídias em suas grades curriculares, pois elas estão cotidianamente presentes na vida das crianças e jovens. Maria Aparecida Baccega (2006) afirma que o mundo em que vivemos é o mundo editado pela televisão, portanto é a partir desse mundo que devemos trabalhar na sala de aula. Para ela, a TV deve ser incluída na escola e não excluída, como normalmente é feito. A escola não mais é a única formadora cultural dos alunos, ela compete com outros meios de comunicação mais atraentes para a criança e o jovem. Iara Vieira Guimarães, professora na área de educação, reforça o que defende Baccega:

(...) quando pensamos em educação, escola e ensino, não podemos ficar indiferentes a esse e aos outros meios de informação de massa, pois nos parece claro o fato de que a mídia está presente do dia-a-dia dos indivíduos. Além disso, se considerarmos que a escola possui um certo poder para transformar a realidade e influenciar no desenvolvimento da capacidade reflexiva dos alunos, se faz prioritário analisar a televisão de forma crítica e sem preconceitos. (GUIMARÃES, 2001, p. 27, 28)

A escola pode ser vista como um meio não só para tratar de problemas sociais do nosso cotidiano, mas para formar o cidadão. Essa formação compreende conhecimento necessário para que o indivíduo tenha capacidade de tirar suas próprias conclusões dos assuntos apresentados. Podemos enxergar a sala de aula como um ambiente para discussão dos conteúdos que são assistidos na televisão com todas as características já apresentadas aqui anteriormente. Paulo Freire (p. 93, 1978) afirma que “não há nada que mais contradiga ou comprometa a emersão popular do que uma educação que não jogue o educando às experiências do debate e da análise dos problemas e que não lhe propicie condições de verdadeira participação”. A escola seria o ambiente responsável por formar cidadãos livres capazes de perceberem os discursos presentes em cada conteúdo dos meios de comunicação de massa.

A educação é moderna na medida em que seja capaz de desenvolver sujeitos autônomos. Frente a uma sociedade que massifica estruturalmente, que tende a homogeneizar, inclusive quando cria possibilidades de diferenciação, a possibilidade de sermos cidadãos é diretamente proporcional ao desenvolvimento de sujeitos autônomos, isto é, de gente livre, tanto interiormente como em suas tomadas de posição. Gente livre significa gente capaz de saber ler a publicidade e entender para que serve, e não gente que



deixa massagear o próprio cérebro; gente que seja capaz de distanciar-se da arte que está na moda, dos livros que estão na moda, gente que pense com sua cabeça e não com as ideias que circulam ao seu redor. (MARTÍN-BARBERO, 2000b, p. 60)

Se faz necessário a compreensão de que somente a partir de uma leitura crítica dos meios de comunicação será possível ampliar a participação dos jovens como cidadãos na sociedade. Se por um lado a escola oferece uma educação formal, os meios de comunicação se bem compreendidos trazem a oportunidade de desenvolver habilidades e competências, além de contribuir para o aprimoramento de conhecimentos por meio de uma educação não-formal. O projeto de extensão universitária “A Escola na Tela da TV: Educomunicadores em Ação” foi pensado nesse viés.

Estudo de Caso “A Escola na Tela da TV: Educomunicadores em Ação”

O projeto de extensão “A Escola na Tela da TV: Educomunicadores em Ação” surgiu a partir de uma aproximação da escola pública com o Departamento de Artes e Comunicação da Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, no interior do estado de São Paulo. Segundo Débora Burini, coordenadora do projeto, e Jefferson Moura (2013, p. 10), busca-se trabalhar o conceito audiovisual com uma função social dentro da escola, além de promover aos jovens da rede pública a chance de empregar os conhecimentos e aptidões alcançados em sala de aula na produção audiovisual. Para eles, a iniciativa é uma oportunidade desses jovens aprenderem a fazer televisão, o que também promove uma reflexão a respeito dos temas tratados nos meios de comunicação.

O projeto está atualmente em sua 4ª edição e é realizado na Escola Estadual Jesuíno de Arruda, também na cidade de São Carlos. A atividade do projeto consiste em encontros semanais com estudantes da escola para discutir e construir conjuntamente um programa ficcional. Durante os encontros, também é ensinado para os alunos da escola sobre a linguagem audiovisual e, ao fim das séries de reuniões, os estudantes participam da produção do curta-metragem ficcional fruto das discussões



semanais. Além da coordenadora, também há participação dos graduandos em Imagem e Som da mesma universidade que também participam das discussões e facilitam na área técnica na construção do conteúdo final.

Os próprios jovens estudantes atuam frente às câmeras e também trabalham nas gravações, através da orientação dos alunos de graduação. O objetivo dessa participação é desconstruir o *modus operandi* da produção audiovisual para que eles passem a entender as construções de linguagem midiática presentes em seu cotidiano, na *internet*, televisão, cinema, principalmente na identificação dos discursos publicitários implícitos nas narrativas ficcionais dos conteúdos televisivos. Para os professores idealizadores do projeto:

(...) é necessário criar possibilidades para romper com as barreiras históricas da produção de conteúdos audiovisuais independentes através de projetos em parcerias com universidades, escolas, instituições etc. Incentivar a manutenção de políticas públicas que auxiliem na organização e gestão. Potencializar a entrada e participação de novos agentes, aqui identificados como consumidores/produtores, que reúnam elementos capazes de criar conteúdos audiovisuais comprometidos com a informação, educação e o entretenimento. Além de facilitar a acessibilidade aos conteúdos produzidos nesse cenário de convergência, por meio das diversas redes e plataformas disponíveis. (BURINI & MOURA, 2013, p. 12).

O projeto apresentado vem contribuindo para o maior entendimento dos meios de comunicação que geralmente não são tratados na escola e aproximando os conhecimentos e reflexões da universidade para atuação na sociedade por meio da extensão universitária. Através do conhecimento dos alunos do curso de Imagem e Som e da professora da universidade, juntamente com os equipamentos do próprio Departamento de Artes e Comunicação da universidade, três conteúdos televisivos já foram realizados. Na primeira edição, em 2012, foi feita um programa jornalístico, na segunda foi produzido um curta-metragem abordando a temática do *bullying* e das drogas na escola e ano passado o curta-metragem produzido tinha em seu enredo a gravidez na adolescência e a vingança. A seguir iremos apresentar um pouco das observações anotadas das reuniões semanais com os alunos na edição de 2014 do projeto de extensão.



A escolha do tema

As primeiras reuniões tinham como objetivo ouvir os alunos sobre o que eles gostariam de contar no curta-metragem ficcional. Eles são apresentados a ideia de que os conteúdos audiovisuais costumam ter um público alvo e esse conteúdo é construído com temáticas e linguagem para alcançar esse chamado *target*. Nesse conteúdo específico a ser produzido o público alvo são os alunos da própria escola.

Assim, os temas apresentados e discutidos pelos alunos nessa edição foram os seguintes:

- **Gravidez:** Os estudantes gostariam de fazer um conteúdo que falasse da gravidez diferente do que costumam assistir nas novelas, que, segundo os mesmos, não é algo próximo de seu contexto. Muitos se preocupavam em mostrar o lado do pai da criança, que não costuma ser apresentado na mídia tradicional, ou mesmo a solidariedade que as pessoas na escola têm com a jovem grávida. Eles relataram experiências próprias de situações de grávidas na escola que receberam suporte tanto por parte dos alunos quanto dos professores.
- **Drogas:** Outro tema levantado nas reuniões foram sobre o uso de drogas por jovens, uma vez que eles também não se identificavam da maneira como esse tema era tratado nas telenovelas que assistiam. Os alunos tinham uma preocupação em refletir o motivo pelo qual as drogas estão atingindo os adolescentes cada vez mais novos.
- **Dinheiro:** Foi percebido pelos estudantes uma segregação nos grupos de alunos da escola de acordo com a condição financeira aparente de alguns. Por essa necessidade de pertencer a certos grupos, alguns adolescentes procuram maneiras mais fáceis de garantir o que eles chamam de ostentação. Uma das formas mais populares de se conseguir essa ostentação, segundo eles, é por meio do envolvimento com as drogas.



- **Preconceito:** Eles também mostravam uma preocupação em conscientizar seus colegas de que é necessário acabar com o todo tipo de preconceito dentro da escola, principalmente a homofobia.

Após ouvir os estudantes sobre os temas que eles gostariam de apresentar, foi iniciada uma reflexão para realizar um recorte e selecionar o tema principal a ser abordado no curta-metragem a ser produzido. O tema selecionado foi a gravidez na adolescência, porém com uma trama onde o pai da criança fosse a vítima e não a mãe, como sempre é mostrado na televisão.

O argumento do curta-metragem conta história de Jaqueline, estudante da escola, que deseja se vingar de Adriano, também estudante da mesma escola, porém mais velho e muito popular. Ela seduz o menino e eles começam a namorar até que um dia ela espalha um boato na escola de estar grávida de Adriano. Jaqueline recebe a solidariedade dos colegas da escola enquanto Adriano é difamado injustamente por não assumir a gravidez de Jaqueline. A menina é convidada para cantar no festival de talentos da escola e, no dia do festival, Adriano consegue encontrar com ela para tirar satisfação da mentira que ela deixou espalhar pela escola. Jaqueline ignora Adriano e vai para o palco muito aplaudida enquanto Adriano, indignado, fica atrás do palco sozinho.

Assim, nas primeiras reuniões foi fechado a trama e construído o argumento do curta-metragem a ser produzido. A próxima etapa seria aprofundar nos personagens e fazer uma seleção na escola de possíveis candidatos aos atores.

A escolha das personagens

Nas reuniões seguintes começou-se a estudar os personagens da trama que tínhamos montado. Houve uma preocupação que os personagens da história tivessem características similares a alunos reais da escola para que houvesse uma identificação desses alunos com os problemas apresentados.



Jaqueline era aquela estudante chamada pelos alunos de “CDF” e, por isso, era rejeitada por alguns grupos da escola, mas personagem sempre quis atrair a atenção da escola e ser considerada popular. Já Adriano era o que Jaqueline sempre quis ser. Ele era popular na escola, aluno do último ano do ensino médio e desejado por todas as alunas. Adriano deveria ter fama de “pegador”, segundo os estudantes. Os personagens principais. Foi, então, realizado um *casting* dentro da escola para definir os alunos em seus respectivos papéis na história.

Ação!

As gravações aconteceram em três diferentes locações, sendo que a principal foi a própria escola. Os alunos observaram o que foi estudado da linguagem audiovisual nas reuniões sendo colocado em prática no momento da produção do curta-metragem, ajudando na desconstrução do *modus operandi* da produção dos conteúdos audiovisuais por eles consumidos diariamente.

Primeira Exibição

Assim que finalizado, o curta-metragem foi exibido para uma sala de alunos do 8º ano do ensino fundamental da mesma escola. Os alunos prestaram muita atenção durante a exibição e, tentavam identificar professores e alunos da própria escola atuando no vídeo.

Ao final da exibição, houve uma discussão com os estudantes que disseram conseguir identificar fofoca, vingança e namoro como temas abordados no curta-metragem. Segundo eles, Adriano zombava das pessoas e Jaqueline queria vingança.

Muitos alunos tiveram empatia por Jaqueline e defendiam seus atos de vingança de Adriano como a maneira correta de resolver as coisas. Foi necessário, então, uma intervenção da professora Débora ensinando aos alunos que Jaqueline poderia ter resolvido seus problemas com Adriano através do diálogo, pois a vingança



não é a maneira correta de resolver os desentendimentos com as outras pessoas. Os estudantes, após essa explicação, concordaram com a professora.

Considerações Finais

Precisamos começar a refletir sobre alternativas para iniciar o estudo das mídias nas escolas para formar cidadãos participantes na sociedade e que saibam ler de maneira crítica os conteúdos por eles consumidos.

Os conteúdos audiovisuais são muito presentes na vida das crianças e jovens, porém muitos ainda não sabem pensar criticamente sobre o que é assistido. Para Joan Ferrés a necessidade da alfabetização audiovisual atualmente se torna mais urgente do que a alfabetização verbal.

[...] não se controla a comunicação audiovisual se não se conhecerem os mecanismos emocionais e inconscientes a partir dos quais ele atua [...] o analfabetismo audiovisual é mais perigoso que o verbal. O analfabeto verbal é consciente de sua limitação. Não poderá ter acesso à informação escrita, mas tampouco poderá ser manipulado por ela. O analfabeto audiovisual, no entanto, será presa fácil da manipulação audiovisual, porque terá acesso às mensagens sem capacidade de análise e, ao mesmo tempo, sem uma atitude de defesa, de controle. (FÉRRES, 1998, p.273)

O projeto de extensão “A Escola na Tela da TV: Educomunicadores em Ação” é uma tentativa de trazer uma contribuição da alfabetização audiovisual para os alunos de escola pública da cidade de São Carlos. Na observação aqui apresentada sobre a edição de 2014 percebemos o relato dos alunos sobre a falta de identificação das temáticas vivenciadas em seu cotidiano e sua representação nos programas televisivos por eles assistidos.

Já no momento da exibição do conteúdo para uma turma da escola podemos perceber que mesmo um conteúdo produzido pelos próprios alunos da mesma escola com objetivo de ser montado para seus colegas se conscientizarem sobre um problema presente em seu cotidiano foi lido pelos espectadores de uma maneira diferente.



Os estudantes na exibição, inicialmente, justificavam as ações de Jaqueline. Até mesmo um conteúdo audiovisual produzido por e para alunos de uma mesma escola pública necessitou da intervenção de um mediador para sua interpretação, refletimos, portanto, as teledramaturgias e os outros conteúdos televisivos criados a partir de uma construção ideológica mais distante do conteúdo desses mesmos jovens, mas que são diariamente consumidos pelos mesmos.

Bibliografia

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

BURINI, Débora; MOURA, Jefferson José Ribeiro de. **A Escola na Tela da TV: Experiências da Linguagem Ficcional Televisiva na Escola Pública**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Bauru – SP, 2013.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar**. Socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. 8ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, p. 85 – 100.

GUIMARÃES, Iara Vieira. Escola e televisão: para além dos antagonismos. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 21, p. 17-28, ago. 2001. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36973>>. Acesso em: 28 Jul. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD**, 2012. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/pt/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=759> Acesso em: 27/07/2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e Mediações Culturais, in **Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, vol. XXIII, n. 1, jan/jun. 2000, pg. 151-163.

_____. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 18, p. 51-61, set. 2000b. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36920>>. Acesso em: 25 Jul. 2015.



MOTTER, Maria Lourdes. O que a ficção pode fazer pela realidade?. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 26, p. 75-79, abr. 2003. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37473>>. Acesso em: 28 Jul. 2015.

WHITE, Robert A.. Televisão como Mito e Ritual (1ª parte). **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 1, p. 47-55, dez. 1994. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36202/38922>>. Acesso em: 25 Jul. 2015.

Sites:

Sonhar TV – Entrevista com Newton Cannito. Maio de 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2FO39uH6aYA>>. Acesso em: 28 de julho de 2015.

Sonhar TV – Entrevista com Renato Janine Ribeiro. Maio de 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kumBsCHG5p0>>. Acesso em: 28 de julho de 2015.

UNITINS – Entrevista com Maria Aparecida Baccega. Agosto de 2006. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8A5sWfnAgvI>>. Acesso em: 28 de julho de 2015.