

2ª PARTE – EDUCOMUNICAÇÃO

Numa sala de aula, é possível saber com quantas pessoas o professor está falando, não é? Na igreja ou num show em espaço fechado, quando alguém usa o microfone para falar com a plateia, também. Já não podemos dizer o mesmo quando se trata de um comício. Menos ainda sobre o público que assiste à TV ou sintoniza uma emissora de rádio. É impossível para quem está falando saber a quantas pessoas está dirigindo a palavra. Esse é um dos motivos por que rádio e televisão são chamados de **mídia** ou meios de comunicação social: porque a quantidade de receptores é tão grande que não dá para contar.

Mídia vem do inglês “media” e significa meio de comunicação. Na década de 1970, grupos de intelectuais da Alemanha introduzem o termo “mass media”, porque atribuíam aos meios de comunicação a capacidade de manipular as consciências das pessoas, transformando-as em massa.

No Brasil, convivemos tanto com os meios de comunicação que eles já fazem parte do nosso meio ambiente. Não só levamos a sério o que fazem e dizem alguns artistas e apresentadores (de jornal, inclusive), como temos certa familiaridade por eles.

Por um lado, não dá para negar que a televisão, por exemplo, possibilita-nos conhecer lugares a que talvez nunca consigamos ir, como a Lua ou um país distante. Nem se pode negar que o rádio nos mantenha informados o tempo todo sobre os mais variados assuntos.

Por outro lado, quantas vezes nós já não julgamos e condenamos injustamente pessoas e fatos, influenciados pelos noticiários veiculados por esses mesmos meios de comunicação?

Mais grave ainda quando entendemos que o rádio e a televisão, os meios mais conhecidos e utilizados, estão quase que exclusivamente interessados em vender imagens, produtos, ideias. Os mesmos programas de televisão são vistos por gente pobre e rica, criança, adulto e idoso. Assim, todos ficam desejando os mesmos bens materiais (roupa, comida, casa, carro, etc.), porque acreditam que com eles serão mais bonitos, charmosos, inteligentes e... felizes.

Nesse sentido, os meios de comunicação até parecem uma espécie de “escola”, que não para de “ensinar”, o tempo todo, o que e quando precisamos querer e comprar, as ideias que convém defendermos, o que devemos considerar bonito ou feio, o sotaque que devemos imitar, a quem devemos admirar ou rejeitar, etc.

Mas precisamos ter as nossas próprias ideias sem nos deixar influenciar pela mídia, pelo consumismo, que cria falsas necessidades. Precisamos ver o que está por trás das notícias e propagandas. Qual será a intenção de quem está produzindo e veiculando as notícias e comerciais? Com isso vamos formando um senso crítico e aprendendo a respeitar a nós mesmos, seres humanos. Desta forma, vamos modificando para melhor o jeito como tratamos os outros seres vivos, as árvores, os animais, a água.

Sorte que somos dotados de razão e sensibilidade e, por isso, temos capacidade para lidar com qualquer situação, por pior que ela seja, e buscar soluções. Esses motivos fazem-nos acreditar que a escola pode funcionar, de verdade, como um espaço educador sustentável, um local para discutir as ideias que são colocadas nas nossas cabeças.



Na escola é possível aprender a ser crítico e planejar novas maneiras de conviver, de ser e de viver e conseqüentemente colaborar para a sustentabilidade do nosso planeta.

Por isso também propomos que a comunicação faça parte dos trabalhos a favor do meio ambiente e da melhoria de qualidade da nossa vida. Ela pode contribuir efetivamente para consolidar nossos planos de transformar as escolas em espaços educadores sustentáveis.

Veja bem: o jeito de falar e os gestos de alguns artistas famosos mostram-nos que eles certamente tiveram oportunidades para exercitar a comunicação, pois ninguém nasce pronto. A gente aprende. Além disso, os artistas só se tornaram nossos velhos conhecidos graças à tecnologia. Se não fosse ela, eles não “entrariam” em nossas casas.

Assim, se tivermos chance de criar nossos próprios veículos de comunicação – rádio, vídeo, jornal ou outro material impresso, como **fanzine**, por exemplo –, com certeza, com o tempo, também vamos melhorar nossa capacidade de nos expressar em público. Quanto mais nos comunicarmos, maiores serão as chances de sermos entendidos pelas pessoas da escola, do bairro, da cidade. Logo, mais facilmente conseguiremos difundir nossas ideias criativas para transformarmos a nossa escola em um lugar sustentável, seguro, alegre e agradável e assim colaboraremos para o reencantamento do mundo.

Fanzine é um tipo de impresso que traz textos diversos, histórias, quadrinhos, poesias, divulgação de eventos culturais locais, contos, colagens, experimentações gráficas, enfim, tudo que o grupo julgar interessante.

Quando isso acontecer, equipamentos como copiadora, **escâner**, mesa de som, microfone, gravador, computador, câmera fotográfica, de vídeo e até mesmo o velho e ainda tão usado mimeógrafo vão ganhar outros sentidos. Eles servirão para que as pessoas da escola sejam reconhecidas como autoras, gente que tem o que dizer e que pode aprender cada vez mais a expressar bem suas pesquisas, sentimentos, sonhos e inquietações.

Escâner é um aparelho de leitura ótica que permite imprimir e manipular imagens, fotos e textos em papel e no computador. Atualmente, muitas impressoras do tipo multifuncional já realizam essa função.

Em resumo: o que falta para as pessoas comuns é oportunidade. E a escola tem condição de ser esse lugar de produção de comunicação como um direito de todos.

Ao produzirem programas de rádio, vídeo, materiais impressos ou digitais, todos vão exercitar outro tipo de comunicação e mostrar que:

- É possível existir uma comunicação para valorizar as pessoas comuns, de “carne e osso”, que não são produzidas pela TV.



- A comunicação pode contribuir para transformar o mundo, se estiver nas mãos de gente comprometida, que quer construir uma escola sustentável, que faça parte de uma sociedade justa, solidária e responsável pela vida.
- A comunidade poderá contar com uma equipe de comunicadores locais formados na escola para publicar o que for preciso para melhorar a qualidade de vida de todos.

Ao propor produção coletiva de comunicação, na perspectiva da educomunicação, queremos atingir objetivos bem diferentes daqueles a que se prestam os cursos profissionalizantes de formação de especialistas em comunicação.

Os meios de comunicação são, de fato, meios, ou seja, sinônimo de ferramenta de trabalho, tal qual a colher para o pedreiro, ou o computador para o designer gráfico. Queremos, por meio deles, realizar uma proposta de educação comprometida com formação de gente atenta, curiosa, interessada em conhecer pessoas e temas ligados à vida que levam nos lugares onde se encontram.

Desse modo, educomunicação pode ser entendida como:

- Resultado da união entre educação e comunicação.
- Utilização dos meios de comunicação para produzir comunicação como um direito humano de todos, independentemente de idade, gênero, origem ou condição social.
- Um modo de educar as pessoas para que aprendam a se comprometer com os lugares de onde são.
- Uma forma de intervenção social, isto é, um modo poderoso de agir diretamente nos tipos de relações que as pessoas estabelecem consigo mesmas e com os outros, bem como de apoiar ações locais que busquem o bem comum.

Tipos de produção de comunicação

Vamos pensar sobre o que é educomunicação a partir de algumas ações que podemos realizar na escola e no entorno dela.

Produção de áudio

Houve um tempo em que o rádio era o meio de comunicação mais popular do Brasil. Nessa época, a televisão não existia e era em volta do rádio que as pessoas ficavam para ouvir muitos cantores, atores e apresentadores. No rádio, já houve novela e até programas de auditório ao vivo – todos com altos índices de audiência.

Mesmo agora que a televisão está presente na maioria das casas brasileiras, ele continua agradando muita gente. Sabe por quê? Porque dá para ouvir rádio enquanto fazemos outras coisas. Tem quem dirija, cozinhe, opere máquinas ouvindo seus programas favoritos, sem ter de parar de trabalhar. Outra coisa: o rádio não pesa e pode ser carregado com facilidade para qualquer lugar. Além do mais, o que passa no rádio é fácil de entender, porque os apresentadores falam como se estivessem conversando com cada um de nós. Por isso tudo ele é considerado “companheiro” dos ouvintes.

Em todas as cidades brasileiras existem emissoras de rádio – umas grandes, que alcançam muitos lugares, e outras que só conseguem ser ouvidas nos bairros, nos quarteirões, nas pequenas comunidades.

Sabendo disso, é possível planejar algumas ações usando esse meio de comunicação social para comunicar sonhos e projetos das pessoas da comunidade de dentro e de fora da escola. Afinal, talento para fazer rádio a grande maioria de nós tem. Somos pessoas que, desde pequenas, gostamos e sabemos conversar com alegria, não é mesmo?

Afora a possibilidade de participar de emissoras que sintonizamos no aparelho de rádio ou que ouvimos exclusivamente nas ruas, hoje em dia surgiram os **podcasts**, um novo modo de publicar gratuitamente programas de áudio pela internet.

A palavra **podcasting** é uma junção de iPod – um aparelho que toca arquivos digitais em MP3 – e broadcasting, transmissão de rádio ou tevê. Assim, podcasts são arquivos de áudio que podem ser acessados pela internet. Resumindo, um podcast é uma espécie de “programa de rádio” que você grava em MP3 player ou ouve no próprio computador. Saiba mais sobre esse assunto pesquisando na internet por “podcasting gratuito”.

Produção de informativos

Jornal, revista, fanzine, folheto e cartaz informam e comentam. Também podem entreter e divertir. Até há bem pouco tempo, somente podiam ser impressos em papel, o que os tornava muito caros.

Com o desenvolvimento da internet, atualmente eles podem ser digitais, ou seja, criados e difundidos graças aos recursos da rede mundial de computadores. Hoje, através de **blogues** e **redes sociais** é possível guardar a história do nosso tempo, bem como divulgar o que acontece em nossas pequenas comunidades.

Existem blogues individuais (de autoria de uma única pessoa) e coletivos, isto é, criados e “alimentados” por um grupo de pessoas.

Na escola, o blogue coletivo pode exercer a mesma função de um jornal ou boletim impresso, com a vantagem de ser mais barato, porque não é impresso. Nele é possível escrever notícias em forma de texto, incluir entrevista em vídeo ou em forma de programa de rádio.

Essa ferramenta tem outra grande vantagem: permite ao leitor interagir com os autores, através de comentários postados a cada nova mensagem.

Twitter e **Facebook** são exemplos de redes sociais usadas por brasileiros, especialmente jovens. Nesse tipo de microblogue, tornou-se possível criar comunidades ou grupos para divulgar eventos, organizar movimentos e até buscar apoio a causas sociais.

Fotografias, desenhos, tabelas, gráficos e quadrinhos podem fazer parte desse tipo de produção digital. Tornam o texto escrito mais fácil de ser entendido e servem também para ativar a nossa memória sobre determinados detalhes, fazendo a gente pensar mais sobre o que aconteceu.

Produções com palavras e ilustrações bem pensadas, apresentadas de forma criativa, chamam a atenção e podem convencer as pessoas sobre todo tipo de assunto.

Produção de imagem

Você já deve ter ouvido muitas vezes as pessoas dizerem “É verdade, eu vi na televisão!”.

Isso significa que a imagem tem um poder muito grande. Pode fazer a gente achar que só existe o que ela mostra. E mais: achar que o que ela mostra tem somente aquele lado que aparece.

Os efeitos dessa constatação são muito sérios: dependendo do jeito como a imagem é feita, somos levados a achar bonito ou feio, gostar ou detestar, defender ou atacar alguns fatos e determinadas pessoas.

Ora, como fazer televisão ou cinema é para poucos, porque fica muito caro, vale passar a produzir imagem do nosso jeito, com câmera de vídeo. A maioria dos celulares hoje possui uma câmara fotográfica e de vídeo. Muitos vídeos que estão no YouTube foram feitos em celulares.

Segundo Houaiss (2001), a palavra **vídeo** deriva do verbo “videre”, do latim, e significa “ver, olhar, compreender”. Conjugado na 1ª pessoa, temos “video”, o mesmo que “vejo, olho, compreendo”.



Se várias pessoas puderem usar câmeras para comunicar o que está acontecendo de um ponto de vista particular, poderemos ampliar o entendimento sobre os fatos que marcam a história que se faz a cada momento.

Gêneros

Para os fins que nos interessam, basta distinguir apenas três tipos de gêneros comuns para rádio, vídeo e impresso e um que é específico do vídeo. O que importa mesmo é conseguir fazer que o público preste atenção naquilo que queremos que ele escute, veja, sinta, pense e reflita.

Gêneros são formas diferentes de linguagem que usamos a serviço dos nossos objetivos. Dependendo da situação e da necessidade, é deste ou daquele gênero que lançamos mão.

Gênero Informativo: tipo adequado para quando precisamos dar opinião, denunciar, discutir ou avisar sobre fatos relacionados com o dia a dia da nossa escola, rua, nosso bairro, cidade ou país.

Uma vez entendido isso, podemos escolher a melhor forma como essa informação será transmitida. Podemos optar por fazer uma única entrevista (ou uma série delas), realizar uma enquete (ou várias), promover um debate, ou um ciclo de discussão sobre um tema, entre tantas outras possibilidades.

No caso de impresso, encaixa-se aqui o artigo, um tipo de texto em que aparece o pensamento pessoal ou do grupo.

Gênero Ficção: gênero acertado para as situações que não têm compromisso, de modo explícito, com a realidade. É o que caracteriza a crônica, que faz reflexão sobre a vida a partir de curiosidades do dia a dia, por exemplo. Cabe nesse tipo também a novela (uma história apresentada em capítulos), ou conto (história com começo, meio e fim contada de uma só vez).

Convém destacar que, dependendo da qualidade da história, da interpretação dos atores e também da sonoplastia (ambientação sonora que permite, no caso de produção de áudio, visualizar os cenários onde a história se desenvolve), é possível atingir mais rapidamente nossos objetivos do que qualquer outro gênero.

Esses exemplos todos podem ser produzidos em som, imagem ou palavra escrita.



Gênero Experimental: a característica desse gênero, como o nome bem diz, é o uso da criatividade, da invenção, da ousadia para produzir comunicação; trabalho artesanal, de pesquisa da linguagem, em busca de efeitos que reforcem ideias.

No vídeo, é comum vermos a experimentação em animação, ou vinhetas de abertura de programas, agradando a maioria das pessoas, servindo para dar vida, movimento a palavras e objetos inanimados.

Como realizar educomunicação na escola

Antes de tudo, é preciso lembrar que o objetivo das produções de educomunicação é fortalecer as pessoas, a escola e a comunidade; e, no caso da IV Conferência, é divulgar o projeto que a escola assumiu para tornar-se uma escola sustentável. Portanto, elas devem ser coletivas, isto é, criadas, planejadas e realizadas por um grupo de pessoas. Todos podem colaborar, cada um com seu talento, de acordo com sua capacidade. E o equipamento, seja qual for, deve ser e estar a serviço de todo o grupo.

Nos trabalhos que estamos sugerindo, os processos são muito mais importantes que os produtos finais. Quer dizer, por melhor que fique o material impresso, o programa de rádio ou o vídeo que você e seu grupo criaram, nada será mais grandioso que o caminho percorrido para conseguir fazer o trabalho. Isso não significa que qualidade não seja importante e que vocês não tenham direito de usar tecnologias sofisticadas. Muito pelo contrário.

O caso é que estamos falando de uma comunicação que ensine outros valores, porque, se não mudarmos os valores, não transformaremos o que incomoda e faz mal para todos nós. Por isso é que propomos que o trabalho seja planejado inteiramente pelo grupo.

O importante é que o trabalho seja feito em colaboração e para isso é importante definir papéis, quem faz o quê, valorizando a capacidade de cada pessoa. Quando o trabalho é coletivo, colaborativo, todos ganham; e com certeza várias cabeças pensam melhor que uma só.

Pré-edição

Quanto ao modo de fazer, propomos que os grupos trabalhem com o conceito que chamamos de pré-edição, de acordo com esta lógica que vem dando muito certo em muitos projetos de educomunicação espalhados por nosso país:

- Discussão ao máximo de tudo o que vai ser comunicado com o impresso, o programa de rádio ou o vídeo.
- Planejamento detalhado de imagens, sons, palavras que serão necessárias para o tipo de comunicação que vai ser criada.

- Divisão de tarefas atendendo ao princípio da autoconvocação, quando cada participante assume algo de que gosta, sabe e quer fazer para compor o tipo de comunicação desejado.
- Uso dos equipamentos (copiadoras, câmeras, gravadores, computadores, celulares, etc.) somente depois que tudo estiver decidido em detalhes.
- Finalização do produto de modo a somente “limpar”, tirar da versão final aquilo que fugiu do combinado inicialmente pelo grupo.

Pré-edição

Modo proposto pela metodologia criada no Projeto Cala-Boca já Morreu – porque nós também temos o que dizer!, válida para produções coletivas de comunicação, na perspectiva da educomunicação.

Depois de pronto, o processo de produção continua com mais dois momentos:

- Apresentação ou publicação: essa hora é muito importante para cada um mostrar para os conhecidos o grau de compromisso, de dedicação e a capacidade de criação e de realização necessários para produzir coletivamente.
- Considerações sobre o processo e o produto. Esse momento serve para o grupo recordar e conversar sobre como foi produzir o trabalho e sobre o produto criado. Aprender a valorizar o processo, ressaltando o que se conseguiu e o que seria importante modificar numa próxima vez, constitui um aprendizado de respeito e fortalecimento das ações coletivas.

É no debate de ideias, no confronto das posturas e visões de mundo, que tanto o indivíduo quanto o grupo crescem e ampliam seus modos de ver, estar e atuar no mundo.

Incluir educomunicação nas ações de educação ambiental, portanto, é contribuir para a formação de pessoas sensíveis e atentas ao espaço em que habitam. É, sobretudo, levá-las a intervir nos espaços públicos, participando ativamente do processo de constituição de si mesmas como sujeitos capazes de se envolver e influenciar nos rumos da história da nossa escola, do nosso bairro, da nossa cidade e do nosso planeta.

O que pode ser feito para transformar os projetos das escolas para a IV Conferência em peças de educomunicação?

Vocês já devem ter muitas ideias para divulgar o projeto que a escola fará para avançar no caminho de tornar-se uma escola sustentável. Seguem alguns exemplos de

produtos que podem ser apresentados na Conferência Municipal/Regional ou na Estadual, mas lembrem-se: vocês podem criar produtos diferentes, inventar novas formas de comunicação. O que vale é a criatividade e a cooperação.

Spot de rádio

Fazer isso não é nada complicado. Só vai exigir muita criatividade para inventar um spot que é uma gravação de 30 segundos em média, que fique na cabeça de quem ouve. Para começar o spot, inventem uma vinheta, uma música ou um som de mais ou menos 10 segundos, que faça o ouvinte saber que vai começar a divulgação da conferência. Em seguida, criem o texto principal, que faça o ouvinte guardar na cabeça:

- O que vai acontecer.
- Por que vai acontecer.
- Quando vai acontecer.
- Onde vai acontecer.
- Quem pode participar.

Depois, finalizem a gravação com uma frase especial ou com a mesma vinheta do começo.

Essa gravação pode ser feita com o celular ou um simples gravador de mão. Quem tiver um computador com placa de som pode digitalizar a gravação e ainda gravar o spot num CD.

Outra possibilidade de aprimorar a qualidade da gravação, sem necessariamente ter de pagar por isso, é buscar parceria. Por exemplo: não é difícil, hoje em dia, encontrar pequenos estúdios espalhados por todo o país. Sempre há um grupo tentando montar uma banda, uma dupla, ou algo parecido. O equipamento básico para gravação eles sempre possuem.

E o que pode levar os possíveis parceiros a ter interesse em ceder o estúdio deles para a gravação de um spot?

Simple: com base no princípio “uma mão lava a outra”, é possível propor uma permuta. Eles permitem o uso do estúdio ou do equipamento e, em troca, vocês colocam no spot “esta gravação teve o apoio de fulano de tal”, acrescentando o endereço ou telefone deles.

Por fim, se onde vocês moram existem emissoras de rádio, conversem com os responsáveis para veicular o spot que produziram. Para isso:

- Descubram o endereço ou telefone de uma emissora.



- Peçam para falar com a pessoa responsável pela programação.
- Apresentem-se a ela em nome de sua escola.
- Digam que vocês estão encarregados da divulgação da Conferência na Escola.
- Expliquem que a Conferência na Escola é um evento preparatório da Conferência Nacional Infantojuvenil pelo Meio Ambiente, uma realização do Ministério da Educação e do Ministério do Meio Ambiente.
- Falem que sua escola pretende reunir professores, estudantes, familiares e vizinhança para que juntos discutam questões ligadas às mudanças ambientais globais.
- Contem o que já está programado.
- Digam que vocês gostariam de saber como sua escola poderá contar com a participação dessa emissora na divulgação da conferência.

Muito provavelmente, dependendo do jeito de falar, essa pessoa vai se convencer da importância do evento e incluir a divulgação durante a programação. Mais: pode ser também que, além da divulgação, ela convide vocês ou outra pessoa da escola para conceder uma entrevista para a rádio, indo à emissora ou gravando por telefone mesmo.

E quem não tem gravador, computador, estúdio, nem emissora de rádio na cidade?

Dá para inventar o spot do mesmo jeito e apresentá-lo nos mais diferentes lugares, tais como salas de aula, rádios-poste ou rádios-corneta, igrejas e feiras.

O mesmo procedimento do spot vale para produções impressas, tais como folhetos, jornais, boletins que podem ser distribuídos à população e também para gravações com imagem e som.

Produção de vídeo

É possível fazer boas produções em vídeo, mesmo sem equipamento profissional.

Partam do princípio de que a maior tecnologia não é artificial, não está distante de nós, nem está à venda em lugar nenhum. Sabe por quê? Porque a tecnologia mais sofisticada, capaz das maiores invenções, está em nós mesmos. Nossos olhos, bocas e ouvidos são as maiores tecnologias que já se inventaram na face da Terra. O que falta é só exercitar.

Quando o grupo entende isso, esgotam-se as discussões sobre a intenção do vídeo, planejam-se todas as imagens e palavras de que precisará e só depois dessas etapas, que chamamos de pré-edição, liga a câmera. Até os efeitos de som, se pensados de modo criativo antes, podem ser gravados na mesma hora em que as imagens estão sendo captadas.



Caso na cidade haja uma produtora, as parcerias que citamos antes também podem ser buscadas para dar o acabamento final da gravação.

- Noticiário – contem e comentem de um jeito animado, com palavras simples, os eventos do dia ou da semana. Convidem as pessoas para fazer parte da programação do dia seguinte. Partilhem as decisões que forem tomadas pela sua comunidade. No caso da Conferência Nacional, informem quantos e de que escolas são os delegados de seu estado.
- Entrevista – o conhecimento nasce da pergunta. A fórmula para fazer uma boa entrevista, portanto, é perguntar para esclarecer o que temos curiosidade e vontade de saber mais.
- Reportagem – vocês podem escolher um tema e a cada dia entrevistar um tipo de pessoa diferente para tratar do mesmo assunto. Essa é uma forma de contribuir para ampliar tanto a sua capacidade de compreensão como a dos ouvintes.
- Enquete – essa palavra significa pesquisa. É possível escolher uma pergunta sobre algum assunto que esteja sendo tratado para os ouvintes darem sua opinião a respeito.
- Radioconto ou radionovela – às vezes, uma mensagem mais descontraída, bem-humorada até, comunica melhor o que precisamos. Um tema da conferência pode se transformar, por exemplo, numa história contada por personagens acompanhados de muitos efeitos de som que façam o ouvinte “enxergar” o cenário onde eles estão.

Depois de tudo isso, não deixe que as propostas sejam esquecidas. Faça-as chegar aos gestores públicos, aos vereadores de sua cidade, aos deputados federais e às autoridades locais. Desta forma, podemos de fato transformar a realidade e influenciar a política pública do lugar onde vivemos.

Bom trabalho a todos!