

Atividades com Comunicação & Educação Ano XIII – n. 3

Ruth Ribas Itacarambi

Doutora pela Faculdade de Educação da USP.

Educadora e pesquisadora do CAEM – Centro de Aperfeiçoamento do Ensino da Matemática do IME-USP. Professora da FOC – Faculdade Oswaldo Cruz.

Membro da Equipe SiteEducativa.

E-mail: ruthri@uol.com.br

Resumo: As atividades desta edição têm como propósito discutir a sociedade na era do conhecimento, a partir das considerações sobre as mudanças que afetam a mídia impressa, como o jornalismo cidadão, os signos nas representações visuais da mídia, que antecipam o conhecimento e a venda de ilusões através das peças publicitárias.

Palavras-chave: educação, comunicação, webjornalismo, semiótica, recepção, crítica.

Abstract: These issues' activities have as purpose to discuss society in the age of knowledge. The starting point is the reasoning on the changes that affect the print media, as the citizen journalism, the signs of media visual representations anticipating knowledge and the illusions sold through advertising pieces.

Keywords: Education, communication, web journalism, semiotics, reception, criticism.

Nada é impossível de mudar

Desconfiai do mais trivial,
na aparência singelo.
E examinai, sobretudo, o que parece habitual.
Suplicamos expressamente:
não aceiteis o que é de hábito como coisa natural,
pois em tempo de desordem sangrenta,
de confusão organizada, de arbitrariedade consciente,
de humanidade desumanizada,
nada deve parecer natural, nada deve
parecer impossível de mudar

Bertolt Brecht¹

A última década do século XX foi caracterizada pela travessia de um processo de globalização de métodos econômicos, políticos e culturais, em que o capital – quer econômico, quer cultural – dança ao redor do mundo entrelaçado nas fibras óticas das redes, ocasionando fusões variadas, diminuindo distân-

ATIVIDADES EM SALA DE AULA

1. Disponível em: <<http://www.culturabrasil.pro.br/brechtantologia.htm>>. Acesso em: 11 ago. 2008.

cias, estendendo fronteiras. Este processo está fortalecendo conexões de poder em que o centro está cada dia mais densamente conectado a si, e a periferia mal conectada consigo mesma. A alta magnitude desse fluxo cria um centro virtual, um instrumento novo de poder, nebuloso e difícil de ser localizado². Neste contexto, o conhecimento passa a ser o mais importante capital e a informação, a riqueza.

Uma das contribuições do pensamento de Paulo Freire para as reflexões sobre essas mudanças, e sobre o fenômeno educativo no horizonte da Sociedade do Conhecimento, é a defesa de que a educação também gera o novo, cria novos elementos e novas relações, motiva resistências. A educação não apenas reproduz, mas também produz significados num movimento dialético que caracteriza a dinâmica social.

O caráter social da vida dos seres humanos é um processo, uma construção, da qual participa cada indivíduo na relação com os outros. As relações entre pessoas são mediadas pelas instituições em que elas convivem, pelas classes e categorias a que pertencem e pelos interesses e poderes que nelas circulam, e, dentre esses poderes, as mídias. Por esta razão, falar da natureza humana é referir-se à existência dos seres humanos na cultura, na história e no conhecimento, ou seja, da cidadania construída historicamente.

Falar em construção da cidadania na história nos leva ao artigo de Targino, *Jornalismo cidadão e Independent Media Center*, que, tratando das mudanças que afetam a mídia impressa, apresenta o jornalismo cidadão com várias denominações, mas que tem como diferencial a possibilidade de permitir a qualquer um disponibilizar informações de conteúdo noticioso de imediato, com um computador conectado à internet.

Ainda na perspectiva da construção do cidadão na sociedade do conhecimento e o significado de conhecer a história, em particular, a da mídia impressa, trazemos para a reflexão o artigo de Marques, *Bicentenário da imprensa desafia sociedade a promover inclusão cognitiva*. O autor alerta que o desconhecimento da história da mídia pelos novos profissionais da área os transforma em reféns dos gêneros e dos formatos alienígenas, reproduzindo modelos da cultura pós-moderna, e relata caminhos na busca da memória para um novo movimento cultural que procure, ao mesmo tempo, preservar a memória da imprensa e construir a história midiática nacional.

Por outro lado, observamos que os sistemas educacionais ainda não conseguiram avaliar o impacto da comunicação audiovisual e da informática na construção do conhecimento. O artigo *Uma percepção do olhar: os três paradigmas da imagem à luz da semiótica peirceana*, de Rosane Silva, traz uma reflexão sobre a leitura das imagens a partir da concepção de Peirce, apresentando-as em dois domínios: o das representações visuais (desenhos, pinturas, fotografias, imagens cinematográficas, televisivas, entre outras) e o das representações mentais (visões, imaginações). Segundo Peirce, a concepção de signo é a base para o pensamento, a ação, a percepção e a emoção, em que: “[...] o signo é aquilo que nos adianta o conhecimento [...] e todo o nosso conhecimento e pensamento se realizam por signos”³.

2. LEVY, P. *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: Editora 34, 2001.

3. PEIRCE, Charles S. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1974. 151 p., vol. XXXVI, p. 124.

Como contraponto trazemos o artigo de Armando Levy Maman, *Propaganda, a arte de gerar descrédito*, que busca evidenciar o desgaste de imagem, no sentido metafórico, de uma empresa após investimentos maciços em propaganda. O texto cita um episódio sobre a visita ao Brasil do fotógrafo Oliviero Toscani, quando acusou um publicitário brasileiro de vender ilusões e de se apropriar de milhões de seus clientes sem dar realmente nada em troca.

Sobre a questão do sucesso comercial, o artigo de Celso Frederico lembra o caso da peça de Brecht, *A ópera dos três vinténs*, e o debate público promovido por ele sobre as relações entre arte e mercadoria, aproveitando a ocasião para refletir sobre a justiça, a imprensa e as relações entre a arte e a indústria cultural.

Costuma-se definir nossa era como a do conhecimento, e as atividades a seguir têm como propósito discutir essa sociedade a partir das considerações sobre as mudanças que afetam a mídia impressa, como o jornalismo cidadão, os signos nas representações visuais da mídia, que adiantam o conhecimento, e a venda de ilusões das peças publicitárias. Pode ser que, de fato, já se tenha ingressado na era do conhecimento, mesmo admitindo que grandes massas da população estejam excluídas dela. Todavia, o que se constata é a predominância da difusão de dados e informações, não de conhecimentos. Isso está sendo possível graças às *novas tecnologias* que estocam as informações, de forma prática e permitindo acessar conteúdos transmitidos não apenas por palavras, mas também por imagens, sons, fotos, vídeos (hipermídia) etc.

PRIMEIRA ATIVIDADE

A informação como bem público e libertador

A atividade objetiva refletir sobre a mídia impressa na sociedade do conhecimento e suas adaptações, na perspectiva de Targino, de acordo com seu artigo *Jornalismo cidadão e Independent Media Center*. O jornalismo cidadão, ou participativo, que se origina do *webjornalismo* presente no espaço cibernético e contemplado com portais, *sites*, *blogs*, reúne traços da imprensa escrita, televisiva e radiofônica, mas se diferencia do *webjornalismo* por priorizar o usuário cidadão como produtor de notícias. E esse é seu diferencial: a possibilidade de permitir a qualquer indivíduo disponibilizar informações de conteúdo noticioso, bastando para tanto um computador conectado à internet.

A atividade que propomos pode ser trabalhada no Ensino Médio e nos diferentes anos dos cursos de graduação das áreas de Comunicação e de Informática, e está organizada na seguinte seqüência didática:

- 1) Ler o artigo, ressaltando os seguintes temas:
 - As controvérsias apontadas pelo autor entre o *webjornalismo* e o jornalismo cidadão.
 - O significado do IMC – *Independent Media Center* e sua autodefinição.
 - O *site Indymedia* e o significado de conexão cidadã.

- 2) Realizar a síntese das idéias surgidas em cada tema, em particular o significado de conexão cidadã.
- 3) Propor que os alunos, em grupos, consultem o *site* do IMC, através de sua página *Indymedia*, e o analisem quanto aos seguintes itens: aplicabilidade, usabilidade, navegabilidade e interatividade. O professor deverá definir esses itens a partir da leitura do artigo.
- 4) Retomar análise do autor sobre estes itens e comparar com o exame dos grupos.
- 5) Discutir a consideração do autor de que, do ponto de vista técnico, o IMC se impõe como hipermídia e hipertexto, caracterizando cada um desses termos.
- 6) Elaborar, em grupo, um texto noticioso para divulgar no *site* do IMC e registrar as dificuldades que o cidadão comum enfrenta para acessar a página. O outro obstáculo apontado no artigo é a consulta de dados. Para isso, o grupo pode escolher um tema de noticiário recente e tentar buscar as informações sobre ele.

É importante que o jovem reflita sobre o significado de ser cidadão na sociedade do conhecimento, pois, nas transformações que estão alterando o panorama mundial, a informação é recurso de poder, pela vinculação do desenvolvimento com a capacidade de uma sociedade em gerar e aplicar conhecimentos. A informação concorre para o exercício da cidadania, à medida que possibilita ao indivíduo compreender a dimensão dessa mudança e oferece os meios de ação individual e coletiva de auto-ajustamento. Assim, disponibilizar informações aos estratos sociais desfavorecidos e a custo zero é o começo. Todo cidadão tem necessidade de ser um *usuário*. Na construção da cidadania, não basta ser um receptor de informações, mas também emissor de informações. Pela internet, em qualquer sala de aula do planeta, pode-se acessar inúmeras bibliotecas em muitas partes do mundo. As novas tecnologias permitem buscar conhecimentos transmitidos não apenas por palavras, mas também por imagens, sons, fotos, vídeos (hipermídia) etc. O professor poderá consultar artigos de outras edições da revista *Comunicação & Educação* para fundamentar a discussão sobre cidadania e tecnologias. Sugerimos o artigo *Tecnologia e construção da cidadania*⁴.

SEGUNDA ATIVIDADE

A memória da imprensa

O artigo *Bicentenário da imprensa desafia sociedade a promover inclusão cognitiva*, de José Marques de Melo, apresenta com perplexidade o reduzido alcance da imprensa na sociedade brasileira, caracterizando este fato como um estado de exclusão cognitiva para o qual a imprensa elitista contribui.

4. BACCEGA, Maria Aparecida. Tecnologia e construção da cidadania. *Revista Comunicação & Educação*. São Paulo: CCA-ECA-USP/Salesianas, n. 27, maio/ago. de 2003. p. 7-14.

Com a celebração do bicentenário da implantação da imprensa no Brasil e a necessidade de conscientização sobre a exclusão cultural, propomos a atividade, sendo o público-alvo os jovens do Ensino Médio e graduandos das áreas de Comunicação e de História, com a seqüência didática a seguir:

- 1) Verificar se o jovem costuma ler jornais, quais e a seção preferida.
- 2) Fazer um levantamento de dados sobre: o número de leitores de jornal na sua escola, o nome do jornal que se costuma ler com mais freqüência e a seção preferida.
- 3) Elaborar um quadro-síntese dos dados obtidos e discutir esses resultados, tendo como parâmetro o artigo de Melo.
- 4) Retomar as informações sobre a história da vinda da família real portuguesa ao Brasil e o significado das medidas adotadas para o desenvolvimento econômico e cultural do País, entre elas, a criação da imprensa nacional.
- 5) Discutir o escasso conhecimento sobre a trajetória midiática brasileira e o descaso em relação à memória da imprensa com reflexos na própria memória nacional.
- 6) Propor uma pesquisa sobre os principais jornais em diferentes momentos da história brasileira, tais como: na época da regência, na monarquia, nas várias repúblicas e ditaduras. Como apoio, sugerimos a consulta da Rede Alfredo Carvalho, no *site*: <<http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br>>, do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, no *site* <<http://www.ihgb.org.br>>, e da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, citados no artigo.

TERCEIRA ATIVIDADE

A imagem como meio de expressão da cultura e sua metáfora

No artigo *Uma percepção do olhar: os três paradigmas da imagem à luz da semiótica peirciana*, Rosane Silva realiza um estudo das imagens nas diversas formas de criação – signos que se vão recriando à luz do observador. Na concepção de Peirce, as definições e classificações de signo conduzem à análise da semiose, ou seja, da ação do signo nos textos literários, nos filmes, nas peças de teatro, nas peças publicitárias, entre outros. O artigo *Propaganda, a arte de gerar descrédito*, de Armando Levy Maman, com o estudo do desgaste da imagem de uma empresa de serviços financeiros, em função de investimentos em propaganda, nos dá a metáfora, *a transferência de significado de uma zona para outra que lhe é estranha desde o início*.

Nesta atividade, pretendemos que os jovens façam análises de imagens: fotografias e pinturas, do ponto de vista da relação dessas com seus objetos, ou a que se referem, tendo como base o artigo de Silva. Desse modo, propomos a seqüência didática a seguir:

- 1) Leitura do artigo *Uma percepção do olhar*, em particular o tema: *Os três paradigmas da imagem*, dando ênfase aos seguintes pontos:
 - Os três protótipos apresentados: da imagem icônica (pintura não-figurativa), da imagem indexical (fotografia e pintura realista) e imagem simbólica (pintura iconológica ou iconográfica).
 - Os modos de produção dos paradigmas: pré-fotográfico, fotográfico e pós-fotográfico.
 - O papel do receptor nos três paradigmas.
- 2) Fazer a síntese, em sala de aula, das concepções da autora e das considerações dos alunos.
- 3) Propor uma visita ao museu da cidade para observar as pinturas de personalidades históricas ou pessoas próximas ao artista, e analisá-las tendo como referencial a síntese da sala de aula.
- 4) Levar para a escola uma máquina fotográfica ou pedir que os alunos a levem e fotografem objetos e pessoas. Após a revelação das fotos ou digitalização, discutir as características dessas imagens na concepção da autora.
- 5) Fazer um painel com as fotos.
- 6) Pedir que os alunos, em grupos, escolham algumas fotos para criar uma peça publicitária, fictícia, como um creme dental ou mesmo um cartão de crédito, e deverão apresentá-la para a sala de aula buscando convencer os colegas das vantagens ou benefícios do produto escolhido.
- 7) Propor a leitura do artigo de Maman, ressaltando:
 - A voz do cliente e análise dos quadros II e III.
 - Impacto da imagem e análise do quadro IV.
 - A voz da empresa e análise do quadro V.
- 8) Retomar as peças publicitárias dos alunos e solicitar que eles as analisem à luz das considerações da leitura do artigo. O professor, também, poderá trazer para a reflexão a questão dos direitos autorais do material produzido e discutir as relações entre arte e mercadoria. Para subsidiar o trabalho do professor, sugerimos a leitura do artigo de Celso Frederico: *Comunicação e arte: o experimento sociológico de Brecht*.