



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro - RJ – 4 a 7/9/2015

## **Educação para a Mídia nas Escolas: da Análise Crítica à Produção Midiática Independente<sup>1</sup>**

Karoliny Ferreira SIQUEIRA<sup>2</sup>

Franciani BERNARDES<sup>3</sup>

Maíra Mendonça CABRAL<sup>4</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES.

### **Resumo**

Este trabalho visa relatar as primeiras experiências do projeto Comunicaê: Educação para Mídia, cujo objetivo é promover a educação midiática por meio de oficinas voltadas para a leitura crítica das mensagens veiculadas nos meios de comunicação. Pretende, além disso, proporcionar uma reflexão sobre o papel da mídia na sociedade por meio de diálogos feitos dentro de escolas. O projeto, realizado nas escolas públicas da Grande Vitória - ES, pretende contribuir para formação de indivíduos mais conscientes e prontos para interferir no campo social.

**Palavras-chave:** Comunicação; Educação; Mídia; Cidadania.

### **Introdução**

Quando se discute os meios de comunicação é preciso compreendê-los a partir de sua importância na sociedade dentro do campo de poder simbólico. Acredita-se que a mídia possui o poder de influência através da capacidade de construir fatos e verdades, permitindo que as pessoas consigam se ver, acreditar e mudar suas concepções de vida e opinião (BOURDIEU, 2000).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, do Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFES email: karol.fsiqueira@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Bolsista de Pós-doutoramento no Programa de Pós-graduação em Política Social da Universidade Federal do Espírito Santo. email: franbernardess@gmail.com.

<sup>4</sup> Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo da UFES e-mail: mairamcabral@gmail.com.



Tal poder reside em afirmar-se como um espaço legítimo e legitimador de ideias e de representações da vida social. Logo, o que é transmitido em seus mais variados canais tem fundamental importância sobre a opinião do público em relação a determinados temas que fazem parte da agenda cotidiana. É daí que surge a crítica de Maffesoli (2010) ao que ele chama de “pensamento pronto”, em que a opinião pública apenas reproduz o que lhe é transmitido pelos canais de comunicação. Nesse sentido, para Maffesoli faz-se atualmente uma confusão entre os conceitos de opinião pública, produto do pensamento e da reflexão, ciente de sua fragilidade, versatilidade e humanidade, e a opinião publicada, que embora não deixe de ser uma opinião (privada), pretende se impor como um saber absoluto, uma ciência, um dogma.

Além disso, os veículos, em grande parte dos casos, deixam de levantar questões essenciais, reforçando estereótipos. Compreender tais paradoxos requer enxergar os meios de comunicação não de forma isolada, mas sim como parte estruturante do processo, perpassando também os campos político e cultural, que dão origem e sustentação a um complexo tecido social.

Todo esse repertório ainda precisa ser visto dentro da perspectiva econômica, pois, em grande medida no Brasil, o conteúdo de informação, assim como os outros conteúdos de mídia, são produzidos por empresas privadas, transcorrendo não só pelo campo simbólico, mas também econômico e, por sua vez, político.

Os sistemas simbólicos, enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação cumprem a sua função política de imposição e legitimação, que contribui para garantir o seu domínio sobre outra classe, através da violência simbólica, reforçando a sua força e mantendo a domesticação dos dominados. (BOURDIEU, 2000)

Em busca de uma comunicação mais participativa e democrática, projetos de comunicação popular buscam iniciativas com o objetivo de romper a relação entre o poder exercido pela mídia e a sociedade (THOMPSON, 1998). Entende-se comunicação popular como uma expressão política de movimentos populares em busca de grande participação



democrática e garantia dos direitos onde o povo passa a ocupar o papel de protagonista (PERUZZO, 2006).

Um dos desafios da comunicação popular é a discussão sobre a comunicação dentro das escolas, inserindo-a no currículo pedagógico com intuito de promover uma integração entre práticas de ensino formal e informal, partindo desde o conhecimento técnico dos recursos midiáticos até a reflexão dos conteúdos exibidos cotidianamente pelos veículos de comunicação. Essa proposta pretende não apenas auxiliar na formação crítica de cidadãos, mas também proporcionar instrumentos necessários para a produção de conteúdos, ampliando os direitos à liberdade de expressão, além de contribuir para que se tornem atuantes sociais enquanto formadores de ideias.

A participação em projetos desse cunho comunga com a ideia de Freire (1987) de que a existência humana não pode ser muda, silenciosa ou ser alimentada por palavras falsas, mas sim por palavras que transmitam a verdade, para que os homens possam transformar o mundo. Para Freire o existir do ser humano é pronunciar o mundo, podendo modificá-lo.

Nos últimos 30 anos a escola passou por mudanças um tanto quanto positivas, na qual se constata a existência de agentes culturais no Brasil e na América Latina, que pautam ações e projetos sob a visão da comunicação como um bem de todos (SOARES, 2005). Mesmo assim, as ações relacionadas à integração entre comunicação e educação acontecem de maneira isolada. Por esse motivo, observa-se a necessidade do desenvolvimento de mais discussões sobre os temas, que esclareçam os sentidos por trás de conceitos, como Educomunicação e a Educação para os meios, pensando em diversas possibilidades e métodos de inter-relação entre essas áreas.

A Educomunicação surge como a junção entre a Comunicação e a Educação e caracteriza-se por possuir uma visão da essencialidade da comunicação nas relações educativas e não só como um novo recurso ou ferramenta didática. Além de tudo é um processo gerador de conhecimento (SOARES, Acesso em 2015).



Com base nos conceitos apresentados e com objetivo de fornecer ao educando uma formação adequada para futuras relações com a sociedade, a mídia e os conteúdos produzidos, o Observatório da Mídia<sup>5</sup>: direitos humanos, políticas, sistemas e transparências, vinculado à Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), desenvolveu o projeto de extensão Comunicaê - Educação Para Mídia<sup>6</sup>, com objetivo de levar discussões sobre mídia às escolas públicas da Região Metropolitana da Grande Vitória, no estado do Espírito Santo.

### **Comunicação Comunitária e a Educomunicação**

Em várias partes do país, podemos encontrar diversos movimentos populares que defendem e buscam constantemente a ampliação da cidadania. Tais manifestações partem de organizações não governamentais que buscam promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos de classes menos favorecidas. Por meio da garantia de acesso às condições de produção de bens de uso coletivo e individual, estimulam também o desenvolvimento educativo-cultural). Durante o processo de efetivação do movimento popular, percebeu-se a necessidade de apropriação pública de algumas técnicas (de produção jornalística, radiofônica, etc.) e de tecnologias de comunicação (instrumentos para transmissão e recepção de conteúdos, etc.) para fortalecimento e realização dos objetivos propostos. (PERUZZO, 2011).

Entende-se então a comunicação como necessidade para a efetivação, fortalecimento e ampliação dos movimentos sociais, em busca de maior cidadania.

---

<sup>5</sup> Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparências é um grupo de pesquisa e ação, vinculado a Universidade Federal do Espírito Santo, coordenação pelo Professor Edgard Rebouças.

<sup>6</sup> O projeto possui coordenação dos professores Franciani Bernardes Frizera e Edgard Rebouças. Também conta com a participação da comunicóloga Esther Radaelli e ainda conta com a bolsista Karoliny Ferreira Siqueira. Conta também com a colaboração das alunas do curso de Comunicação Social da Ufes, Elisa Tavares, Mayra Scarpi, Renata Andrade e Tereza Dantas.



O processo de comunicação nos movimentos populares contribui de forma que os meios se tornem de interesse popular, transmitindo novos conteúdos a partir de novos transmissores de informação.

Quando o assunto é cidadania, deve-se levar em consideração a base que a conceitua como liberdade e igualdade. A comunicação possibilita ao indivíduo como cidadão o poder de ouvir como receptor e ser ouvido como emissor, reforçando a ampliação dos direitos.

O desenvolvimento avançado das tecnologias aumentou o acesso do cidadão aos meios de comunicação e à produção de novos conteúdos. Através do uso da internet, o indivíduo possui uma maior e expansiva liberdade de comunicação.

Além de estimular a autonomia comunicacional do cidadão, a comunicação popular/comunitária possui outras características como, por exemplo, ser educativa. Isso acontece porque há uma participação direta que colabora com os desenvolvimentos das pessoas. O cidadão que passa a produzir, escrevendo um pequeno jornal, falando no rádio, ou até mesmo atuando num vídeo popular, acaba vivenciando um processo de educação informal, compreendendo a mídia e o contexto onde vive. Esse processo ajuda a romper com o olhar que as pessoas possuem da mídia como algo inacessível ao cidadão comum (PERUZZO, 2011).

A educação e a comunicação se entrelaçam, pois, nelas os sujeitos têm a oportunidade de mudar suas visões e seus relacionamentos na sociedade.

A Educomunicação, segundo Ismar de Oliveira Soares em um de seus artigos, confirma-se a hipótese dessa inter-relação que, segundo o autor:

Está inaugurando um novo paradigma discursivo traverso, estruturando-se de um modo processual, mediático, transdisciplinar e interdiscursivo, sendo vivenciado na prática dos atores sociais através de áreas concretas de intervenção social. (SOARES, 1999. p.5)

Percebe-se que a Comunicação Comunitária e a Educomunicação possuem objetivos em comum e o principal deles é o de incentivar o indivíduo como atuante na modificação da



sociedade. Através da experiência e do convívio com os meios de comunicação, o ser humano atinge um melhor desenvolvimento social por meio da educação informal. Assim, o indivíduo desfruta da oportunidade de desenvolver uma reflexão crítica a respeito da mídia, rompendo com a ideia de que os meios de comunicação são inacessíveis.

### **Educação para a Mídia - Comunicaê**

O Projeto Comunicaê é desenvolvido por alunos e pesquisadores do curso de Comunicação Social da UFES e está em plena atividade desde 2013. Sua principal atividade consiste na realização de oficinas de leitura crítica da mídia nas escolas públicas da Grande Vitória, região formada pelos municípios de Cariacica, Fundão, Guarapari, Serra, Viana, Vila Velha e Vitória.

A base central da proposta foca na promoção da educação midiática de crianças e adolescentes a partir da exposição e discussão de conteúdos veiculados cotidianamente nos meios de comunicação.

As oficinas são constituídas de quatro modalidades: jornalismo, publicidade, telenovelas e produção audiovisual. Nesta última, a proposta principal é fomentar a participação dos estudantes na criação de conteúdos, tornando-os autores e autônomos no processo comunicacional. A partir do auxílio da equipe de oficinairos, os estudantes tornam-se peça fundamental para a realização das atividades, sendo eles os protagonistas no processo de produção de novos conteúdos, como vídeos relacionados ao próprio cotidiano.

Para a realização das oficinas, percebeu-se a necessidade de montar um grupo de estudo com objetivo de formação da equipe. Nas reuniões são discutidos alguns textos com principais referências teóricas de Comunicação e Educomunicação. Os encontros acontecem anterior e posteriormente às oficinas, com o objetivo de preparar e atualizar os conteúdos.

De 2013 ao primeiro semestre de 2015, as oficinas de Educação para Mídia foram realizadas em três escolas, totalizando cinco turmas. Em cada instituição, as atividades



aconteceram durante quatro dias, com duração aproximada de duas horas cada uma: Escola Municipal de Ensino Fundamental Experimental de Vitória (Vitória - 2 turmas), Escola de Ensino Estadual Fundamental e Médio Belmiro Teixeira Pimenta (Serra - 2 turmas) e Escola Municipal de Ensino Fundamental Juscelino Kubitschek de Oliveira (Vitória - 1 turma). Até a realização deste trabalho, participaram das oficinas 145 alunos do sétimo e oitavo ano do ensino médio.

No decorrer das oficinas são mostrados alguns slides que possuem imagens, perguntas e vídeos sobre diversos assuntos, tratados pelos meios de comunicação. O objetivo central é possibilitar e promover certas discussões sobre os temas apresentados. No caso da oficina de “Jornalismo”, foram colocadas as seguintes perguntas aos estudantes: o que vocês entendem por mídia? Em seguida foram feitos outros questionamentos: como você se informa? Discute sobre as notícias com alguém? Com quem? Já imaginou como seria o mundo sem notícias? A partir das respostas, surgiam outras perguntas, a fim de compreender a relação dos estudantes com o tema abordado.

A oficina de produção audiovisual é o momento no qual os alunos colocam em prática tudo que foi discutido e absorvido durante as três últimas oficinas. Os estudantes têm liberdade para produzirem o que quiserem e escolherem a forma como os vídeos serão editados. Durante o processo de produção, os alunos saem pela escola para gravar o que quiserem e quando voltam, explicam o porquê dos assuntos abordados. Após essa discussão, os adolescentes recebem instruções básicas dasicineiras sobre planos de vídeo, além de sugestões sobre roteiro, direção e trilha sonora, em seguida gravam outro vídeo, desta vez pensando melhor em cada elemento que devem considerar.

A maioria dos conteúdos produzidos são denúncias ou histórias fictícias contadas por eles mesmos. Geralmente alguns grupos reproduzem telejornais que fazem parte de seus cotidianos, relatando vivências de seus bairros e comunidades, como por exemplo, o Cidade Alerta - um programa de jornalismo policial produzido pela Record, que possui característica popular, na qual o apresentador se comunica através de uma linguagem



sensacionalista, deixando claro sua opinião (positiva ou negativa) referente aos acontecimentos e relatos do programa.

Os alunos criam, atuam e dirigem a produção dos vídeos através de seus próprios recursos, enfatizando a ideia de que eles mesmos podem emitir os conteúdos. Um dos trabalhos resultou em vídeos de denúncias relatando a insatisfação dos estudantes com respeito à estrutura da instituição de ensino.

Dessa forma, pode-se perceber que a produção de vídeos faz conexão direta com o que Cicilia Peruzzo diz sobre a comunicação nos movimentos populares, em que “abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo” (2011, p. 1).

### **Os Alunos e o Comunicaê**

No decorrer das oficinas, percebe-se a evolução participativa de cada turma. Os alunos, que foram pegos de surpresa sem saber sobre o tema que seria tratado nas atividades do nosso projeto, foram tendo cada vez mais elementos que possibilitaram maior consciência sobre o processo de construção da mídia”

O apoio das escolas e das equipes pedagógicas sempre é de fundamental importância para o desenvolvimento e realização do trabalho. Dividido em quatro módulos, um por semana, os temas são tratados separadamente. São quatro dias de conversa e de troca de experiências com os alunos.

O tema jornalismo é o primeiro a ser tratado. Muitos afirmam acompanhar as notícias pela televisão e pelas redes sociais. Quando questionados sobre jornal impresso, se têm hábito de leitura, alguns disseram que só liam quando os pais compravam - o que era raro - e que só o que lhes interessava era a sessão de esportes ou o resumo das novelas.

Durante a atividade, são utilizadas capas de jornais, notícias de sites e vídeos com matérias transmitidas pelos principais jornais brasileiros para apresentar aos estudantes as diferentes abordagens da notícia. Um dos vídeos exibidos causou bastante tumulto em uma





turma - a matéria falava sobre o confronto entre índios e policiais na reintegração da posse de uma fazenda. Os alunos, inconformados, discutiram e mostraram suas opiniões a respeito do papel da mídia nesse contexto. Uns disseram que "*sem a presença da imprensa, a história seria diferente*", outros que "*a televisão só defende um lado*". Além desses comentários, outro aluno disse que "*a polícia sempre chega batendo*" e comentou que já viu e vivenciou esse tipo de abuso do poder por parte dos policiais no bairro onde mora.

Seguindo a polêmica, a turma ainda teve um debate sobre estereótipos em que um deles acredita que "*a polícia julga pela aparência, quem é bandido e quem não é*", e o outro respondeu "*tem que bater mesmo*".

A ideia das oficinas não é dizer qual opinião é certa ou errada, desde o princípio é deixado claro que não serão feitos julgamentos. O principal é entender e desnaturalizar o processo midiático e incitar que os alunos reflitam e levem essa discussão para seus círculos. As oficinas, primeiro, perguntam as sensações e impressões dos estudantes a cada exemplo mostrado.

Publicidade e Propaganda é o tema a ser discutido na segunda oficina. É notório como nessa fase os alunos já começam a perder a timidez e se tornam mais dispostos a participarem das dinâmicas. Nessa oficina é explicado o que é e como funciona a publicidade na mídia.

Para estimular a participação e ver até aonde chega a criatividade deles, é proposto que criem um anúncio de um produto como a tampa de uma caneta, sem a utilidade de tampar a caneta. Alguns grupos elaboram músicas, slogans e outros montam um teatro para apresentação do produto. Uma característica que pôde ser percebida na produção desses anúncios é que os alunos reproduzem ou reformulam as publicidades televisivas já existentes, com muita criatividade.

Além da dinâmica, a equipe costuma mostrar alguns vídeos publicitários e perguntar se eles já compraram aquele produto. Tentamos observar, além disso, de que forma a presença de personalidades nos comerciais chama a atenção deles. Os estudantes afirmam



não concordar com certos anúncios, mas relataram haver comprado produtos devido a presença de um famoso na publicidade: "*já comprei um perfume porque era da Katy Perry*".

A questão do estereótipo aparece novamente nessa oficina quando é retratado o corpo ideal da mulher e a ideia de beleza transmitida pelas propagandas. Foi exibida uma publicidade com o tema “Tudo vale apenas para viver bem o verão” - da Marisa, na qual a personagem fazia uma homenagem aos legumes, verduras, as sopas que tecnicamente ajudaram a manter um corpo magro, que conseqüentemente faria o verão dela melhor que de outras mulheres que não fizeram a dieta. Quando perguntados se tudo realmente vale apenas para viver bem o verão, a maioria das manifestações vieram das meninas, que afirmaram “*nem tudo vale apenas*” e uma aluna em específico questionou dizendo: “*quer dizer que se eu for gordinha não posso viver bem o verão?*”. Depois dessa questão alguns meninos apresentaram suas ideias concordando com o pensamento da grande maioria, onde nem tudo vale a pena e de que primeiramente as pessoas precisam se sentir bem consigo mesmas.

No terceiro dia é realizada a oficina de telenovela, uma das mais bem recebidas pelos alunos. Quando é perguntado se gostam de assistir novelas, os alunos se manifestam rapidamente. Boa parte diz que assiste e alguns poucos afirmam não se interessar muito.

Após a contextualização da história da telenovela no Brasil, são exibidos vídeos de algumas cenas em que os adolescentes precisam adivinhar em qual horário se passa cada uma delas. Quase sempre parece ser uma tarefa fácil para eles. Os alunos discutem as diferentes características (ex: cenário, linguagem) entre as novelas e o horário em que são exibidas.

No decorrer da oficina são mostrados vídeos que representam a população negra e a reprodução de estereótipos na telenovela. A equipe pergunta o que os adolescentes acham dessa representação e no mesmo instante os menores se manifestam comparando a situação



a qual eles próprios vivenciam. Alguns acreditam que através desses personagens não se sentem representados, outros dizem que "*a vida real não é nada do que a novela mostra*".

Mesmo com os dois lados, a grande maioria acredita e diz que a telenovela poderia representar melhor a negritude brasileira e a classe C, porém mostrando devidamente a realidade na qual vivem. Os adolescentes se manifestam dizendo que o negro quase sempre atua como empregada doméstica, personagem cômico ou pobre morador da favela.

Quando o assunto refere-se à publicidade e ao lançamento de tendência nas telenovelas, inicialmente muitos alunos negam ter comprado ou usado produtos influenciados por personagens. No entanto, quando são apresentadas fotos de atores e atrizes que lançaram algum tipo de moda e tendências, instantaneamente os adolescentes se identificam e acabam confessando que já aderiram a moda por causa da exibição na novela, outros afirmaram já usar, apenas "*porque todo mundo estava usando e não por causa da novela*". Uma aluna comentou que pintou o cabelo de vermelho por causa da personagem Roberta, da novela *teen Rebelde*, representada pela atriz mexicana Dulce Maria. Ficou evidente uma participação maior das meninas nessa questão, porém os meninos também não ficaram de fora e alguns afirmaram já ter cortado o cabelo igual a algum personagem vivido na novela.

O último dia de conversa é voltado à produção de vídeos, momento no qual os alunos colocam em prática tudo o que foi discutido durante as oficinas. Os estudantes manifestaram muita euforia quando foi dito que eles mesmos iriam dirigir e gravar os próprios vídeos.

As turmas geralmente são divididas em quatro grupos os quais os adolescentes saem pela escola e fazem suas gravações livremente. Os primeiros resultados são gravações de telejornais produzidos por eles.

Quando os alunos voltam, asicineiras perguntam o porquê da escolha de gravação e auxiliam com algumas dicas de roteiro, produção, direção, qual plano utilizar, trilha



sonora, etc. sem interferir na produção dos estudantes e sempre fazendo referência às discussões anteriores.

As principais produções são quase sempre de telejornais (irônicos, policialescos, formais), denúncias referentes às instituições de ensino onde estudam, cenas de teatro e até trailer de filme. Depois de gravarem os grupos se juntam para discutir como o vídeo será editado, sendo essa parte o toque final das produções.

Alguns poucos vídeos gravados aparentam ser a reprodução da realidade em que esses adolescentes vivem. Vídeos que se destacam por conter cenas com violência policial e social ou sobre outras questões como a homofobia. A produção tornou-se também uma forma dos adolescentes se expressarem, já que de outra forma encontrariam mais dificuldades.

Em uma das escolas, um grupo formado por meninos gravou um vídeo reproduzindo o programa jornalístico Cidade Alerta, exibido pela Record. A produção apresentava a mesma linguagem e os mesmos gestos caricatos do atual apresentador Marcelo Rezende, porém, dessa vez com fatos mais próximos o que demonstraram ser parte do cotidiano dos menores.

Em outra escola, um grupo de meninas, que produziu o vídeo "*Bate papo sobre a homofobia*", se aproximou das oficinas para conversar sobre a questão da mídia e como a colega do grupo, que é homossexual, se sentia em relação ao preconceito vivido, explicando assim o motivo da escolha do conteúdo.

Sendo assim, as oficinas e a produção de vídeos não se restringiram apenas à construção de conteúdos, mas foi além, atingindo o terreno da manifestação de ideias.

### **Considerações Finais**

No decorrer das oficinas, os alunos participaram e demonstraram um grande interesse pelas oficinas. Alguns tímidos, outros mais extrovertidos fizeram do trabalho muito proveitoso não só para eles, mas para as oficinas, que tiveram a oportunidade de ouvi-los, adquirindo novas experiências e aprendizados.



Os adolescentes a todo momento perguntavam e discutiam os assuntos propostos nas atividades. Como um assunto geralmente leva a outro, durante as oficinas de jornalismo muitos questionavam a situação da sociedade, dos poderes políticos e da posição da mídia nesse contexto.

Alguns demonstraram ter uma visão reflexiva e crítica sobre o jornalismo e a publicidade, outros comentaram que iniciarão essa reflexão após as oficinas.

Durante os quatro dias de encontro foi possível perceber que os adolescentes apresentavam visões de mundo baseadas nas ideias e nos conceitos apresentados tanto por indivíduos que fazem parte de sua rede de relacionamentos - a exemplo dos pais - como pela mídia. Diante disso percebe-se a necessidade de mais discussões sobre os meios de comunicação, não só para estimular o pensamento crítico dos adolescentes, mas também de qualquer cidadão. Quando questionados a quem indicar o nosso trabalho, muitos alunos recomendaram as oficinas principalmente aos pais.

Nas escolas, a equipe pedagógica e a direção apoiaram e incentivaram o projeto de Educação para Mídia em mais outras instituições. Os professores, em momentos reservados e durante os intervalos, afirmaram o quanto as oficinas eram proveitosas e quão importante seria que todas as escolas tivessem uma matéria de leitura crítica da mídia, ou qualquer outra voltada à comunicação e produção de conteúdos midiáticos. Alguns professores apresentaram tamanho interesse a ponto de solicitar o projeto em outras escolas onde também atuam.

Ao fim das oficinas percebe-se que o trabalho fez e faz diferença na vida dos adolescentes como futuros cidadãos. Por parte dos alunos a equipe recebeu comentários como “*Poxa, já acabou?*”, “*Quando vocês vão voltar?*”, “*Fica mais*”, além dos pedidos e recomendações do projeto à outras escolas.

A relação que a equipe constrói com os alunos, verdadeiros protagonistas do projeto, é o que motiva a continuação das atividades. Mesmo sendo considerado um trabalho inicial, ainda de pouca abrangência, as oficinas contribuem para a autonomia dos adolescentes na



produção de conteúdos, possibilitam uma reflexão crítica a respeito da mídia e também propicia a ampliação da cidadania, rompendo o olhar direcionado e a ideia já formada sobre os meios de comunicação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

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

PENTEADO, Heloíza Dupas. **Televisão e escola: conflito ou cooperação?** São Paulo: Cortez, 1991.

PERUZZO, Cicilia. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**. 2011  
Acesso: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/145/166>

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; **Revisitando os conceitos de Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa**. 2006.

Acesso: <http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia%2BPeruzzo%2B.pdf>

SOARES, Ismar de Oliveira. **Comunicação/ Educação Emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais**, in Cotato, Brasília, Ano 1, N 1, jan/mar. 1999.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Uma educomunicação para cidadania**. 2005.

Acesso: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/6.pdf>

SOARES, Ismar de Oliveira. **Sobre educomunicação, seus procedimentos e metodologias**.

Acesso em 2015: [www.usp.br/nce/?wcp=/aeducunicacao/saibamais/textos/texto\\_2,46,231](http://www.usp.br/nce/?wcp=/aeducunicacao/saibamais/textos/texto_2,46,231)

THOMPSON, Jhon B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **Apocalipse: opinião pública e opinião publicada**. Porto Alegre: Sulina, 2010.