

Comunicação e educação nas Organizações não-Governamentais: projetos de empoderamento da cidadania¹

Mônica Pegurer CAPRINO²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

O trabalho apresenta dados da primeira etapa de pesquisa pós-doutoral que pretende analisar projetos de mídia-educação no âmbito da educação não-formal realizados por ONGs brasileiras. Neste *paper*, observamos a relação desses projetos com a comunicação comunitária e verificamos em que medida estas iniciativas enfatizam o empoderamento do cidadão e dão voz àqueles que não têm acesso à mídia de massa. Analisamos 143 projetos de mídia-educação desenvolvidos por 53 ONGs, verificando seus objetivos, atividades e enfoques. O trabalho parte dos estudos de mídia-educação, comunicação comunitária, cidadania e utiliza conceitos propostos pela UNESCO, que relacionam a educação midiática ao empoderamento do cidadão. A análise realizada mostra que boa parte das iniciativas privilegia a produção participativa de conteúdos e é direcionada principalmente a jovens e setores marginalizados da população.

Palavras-chave: mídia-educação; empoderamento; cidadania; educação midiática

Introdução

A necessidade de responder aos desafios apresentados pelas tecnologias digitais e suas potencialidades para a produção de conteúdos tem causado, nos últimos anos, uma crescente busca pelo desenvolvimento de competências e habilidades que tornem as pessoas capazes de fazer frente ao uso eficaz de aparatos tecnológicos e novos meios de comunicação. Essa demanda não se dá apenas em relação ao simples manuseio de ferramentas tecnológicas mas envolve a preocupação de capacitar os cidadãos para a busca e seleção de informação, a compreensão crítica de conteúdos e a produção de mensagens.

No âmbito escolar, torna-se cada vez mais evidente a preocupação em traçar políticas públicas que englobem a educação midiática. Vários países já incluem em seus currículos escolares obrigatórios disciplinas relacionadas não só à leitura crítica da mídia como também ao desenvolvimento de conteúdos e mensagens comunicacionais (SOARES, 2014; HART,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisadora pós-doutoral PNPd/Capes junto ao Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI), da Universidade Metodista de São Paulo. Especialista em Comunicação e Educação pela Universitat Autònoma de Barcelona. Membro da Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Educomunicação – ABPEducom. Email: mcaprino@gmail.com

SUSS, 2002; MIJN KIND ONLINE, KENNISNET, 2013).³ No Brasil, depois da Prefeitura de São Paulo ter aprovado uma lei em 2004 para a implantação do Educom.radio⁴, outros programas começaram a ser implantados. O Programa Mais Educação, do Governo Federal, criado em 2008, estabeleceu a “Comunicação e Uso de Mídias” como um dos macro campos para as atividades de ensino integral. Em 2013, 17.450 mil escolas participaram das atividades desse macro campo, mostrando um interesse crescente desde o início do programa, quando eram 1.380 unidades trabalhando com a comunicação (SWARZBERG, 2014).

Ainda que existam várias experiências de mídia-educação/educomunicação no âmbito escolar, parece ser de fundamental importância olhar também para outro âmbito: o da educação não-formal. Afinal, no Brasil, o tema da educação midiática sempre encontrou mais repercussão juntos às organizações sociais e não governamentais, conforme destaca Soares (2014, p. 19).

Várias projetos realizados pela sociedade civil têm sido apresentados nos últimos anos em congressos específicos⁵ em forma de relatos de experiências, mas ainda são poucos os estudos que tentam traçar um panorama geral dessas iniciativas⁶, o que nos leva à iniciativa de estudar a situação atual dos projetos de educação midiática desenvolvidos por ONGs brasileiras e observar qual seu enfoque e características. A principal pergunta que se faz é em que medida os projetos de educação midiática realizados por instituições não governamentais se voltam realmente aos aspectos de empoderamento da cidadania e ao objetivo de transformar os cidadãos em sujeitos de seus próprios processos e produtos de comunicação.

A indagação feita leva a vários terrenos no âmbito de conceitos e contextos. Neste panorama, não poderá ficar de fora a análise da relação entre mídia-educação e comunicação comunitária. Esta relação já foi comentada anteriormente por vários autores⁷, sendo que Peruzzo (2009) não só enfatizou a importância dos processos de educação midiática para a comunicação comunitária como afirmou que “o exercício das atividades de comunicação comunitária poderia ser melhorado se houvesse a possibilidade de formação específica para tal fim”. A autora (PERUZZO, 2009, p.39) destaca, porém, que os sistemas de comunicação comunitários tem funcionado, normalmente, sem formação específica.

³ Veja a situação dos países europeus nos Country Reports publicados no site do European Media Literacy Observatory: www.eumedus.com.

⁴ Ver: http://www.cca.eca.usp.br/politicas_publicas/sao_paulo.

⁵ Podemos citar entre esses congressos o Encontro Brasileiro de Educomunicação e a Conferência Mídia Cidadã.

⁶ Um desses poucos trabalhos é a pesquisa coordenada por Fernando Rossetti e Alexandre Sayad em 2004, sobre o trabalho educacional de 9 organizações não governamentais brasileiras. Ver: **Educação, Comunicação & Participação**. Acessível em http://www.unicef.org/brazil/pt/midia_escola.pdf.

⁷ Ver a tese de Alexandra Fante Nishiyama, especificamente sobre esse tema em: http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3457

Do ponto de vista conceitual, utilizamos estudos e documentos da UNESCO sobre alfabetização midiática e à mídia-educação⁸, principalmente os que enfatizam o potencial de empoderar a cidadania e dar voz aos excluídos.

Embora tais aspectos venha sendo reforçados nos últimos anos nos encontros e congressos realizados pela UNESCO sobre *Media literacy*, nem sempre é o principal enfoque das atividades de mídia-educação desenvolvidas ao redor do mundo, uma vez que o acesso e uso das novas tecnologias muitas vezes domina a preocupação da educação midiática nos países mais desenvolvidos.

Em análise de práticas e projetos de mídia-educação levados a cabo no âmbito europeu e realizados por instituições não governamentais, Caprino (2014) apontou que muitos projetos estavam claramente preocupados com a compreensão das novas mídias e recursos digitais, realizando atividades para o uso dessas ferramentas ou para o uso seguro da Internet junto a crianças, por exemplo. Das 127 iniciativas de educação midiática analisadas, somente 12 faziam referência explícita ao “empowerment” através da educação midiática como um de seus objetivos básicos. Essa situação reforçou, também, a intenção de traçar um panorama sobre os projetos brasileiros de mídia-educação no âmbito da educação não-formal.

Para responder às questões formuladas, nos valem de dados de pesquisa pós-doutoral que pretende realizar uma cartografia dos projetos de mídia-educação realizados no contexto da sociedade civil (Organizações Não Governamentais, Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público-OSCIPs, fundações e institutos) e fora do âmbito escolar. Como veremos mais adiante, foram analisados 143 projetos realizados por 53 organizações. Antes da análise dos dados, entretanto, será necessário revisar alguns conceitos e discutir três aspectos fundamentais para entender o panorama proposto: a relação entre mídia-educação e comunicação comunitária, a importância da educação não-formal neste cenário e o potencial da educação midiática para empoderar o cidadão e dar protagonismo aos sujeitos nos processos comunicacionais.

Repassando conceitos

Adotamos neste trabalho os conceitos de alfabetização midiática e educação midiática, tomados dos termos originais em inglês *Media literacy*, e *Media education*, que algumas

⁸ O termo em inglês *Media literacy* é traduzido de várias formas para o português. Em Portugal, usa-se a forma mais literal de literacia mediática. No Brasil, há muitas variações, como letramento midiático, alfabetização midiática ou educação midiática. Os documentos da UNESCO, aos serem traduzidos no Brasil, apresentam o termo alfabetização midiática.

vezes são usados inclusive como sinônimos na literatura da área. Enfatizamos os estudos e propostas conceituais mais recentes, desenvolvidos sobretudo pela UNESCO e parceiros acadêmicos nos últimos anos, que ampliaram o conceito, introduzindo a nomenclatura *Media and Information Literacy* (MIL), traduzida no Brasil como Alfabetização Midiática e Informacional – AMI. Essa proposta da UNESCO, como veremos, amplia os conceitos originais e isolados de *Media Literacy* e *Information Literacy*.

Se no início dos estudos acadêmicos sobre o tema (anos de 1920), *Media literacy* e *Media education* eram entendidos como uma “defesa cognitiva” contra as formas de “conteúdos abusivos” veiculados nos meios de comunicação, tendo por objetivo proteger crianças e jovens contra esse “efeito nocivo” (HOBBS; JENSEN, 2009, P.3), esse enfoque foi já superado há muito tempo.

Ao conceito “básico” de alfabetização midiática⁹, que seria “a capacidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens em uma variedade de formas” (AUFDERHEIDE, 1992), outros aspectos foram sendo agregados, sobretudo com o incremento das tecnologias digitais e seu potencial comunicativo para os indivíduos.

Em seus documentos mais recentes, a UNESCO amplia o conceito e abarca não só a questão da apropriação das novas mídias como também a chamada *Information literacy* (alfabetização informacional), que se refere à busca, gestão e produção de informação. Dessa forma, passou a propor a nomenclatura *Media and Information Literacy - MIL*, ou seja, Alfabetização Midiática e Informacional – AMI. Segundo a UNESCO (2012);

AMI é definida como uma combinação de conhecimentos, atitudes, habilidades e práticas necessárias para acessar, analisar, avaliar, usar, produzir e divulgar informações e conhecimento de forma criativa, legal e ética, que respeite os direitos humanos. Indivíduos alfabetizados midiática e informacionalmente podem usar diversas mídias, fontes de informação e canais em sua vida privada, profissional e pública. Eles sabem quando e qual informação precisam e para quê, onde e como obtê-la. Eles entendem quem criou essa informação e por que, assim como os papéis, responsabilidades e funções dos meios de comunicação, fornecedores de informação e instituições responsáveis pela memória histórica.

Vemos, assim, que o conceito é bastante amplo e não se refere somente à alfabetização para a leitura crítica dos meios de comunicação ou a elaboração de mensagens para veículos de comunicação, como previam os estudos iniciais de *Media literacy*.

Além da UNESCO, outros estudiosos também têm agregado ao conceito de alfabetização midiática aspectos relacionados a posturas críticas e de transformação social. Kellner e Share (2005) utilizam o termo Alfabetização Midiática Crítica -AMC (*Critical*

⁹ Esse conceito foi redigido em 1992, durante a *National Leadership Conference on Media Literacy*.

Media Literacy), dizendo que esse tipo de alfabetização dá mais poder individual ao cidadão a respeito de sua cultura, além de permitir que as pessoas criem seus próprios significados e identidades, moldando e transformando as condições materiais e sociais de sua cultura e sociedade (KELLNER; SHARE, 2005, p. 381).

Nos processos comunicacionais comunitários, o empoderamento e o protagonismo do cidadão, como veremos adiante, também se tornam fatores preponderantes. Segundo Peruzzo, a comunicação comunitária pode ser definida como

aquela desenvolvida de forma democrática por grupos subalternos em comunidades, bairros, espaços on-line, por exemplo, segundo seus interesses, necessidades e capacidades. É feita pela e para a comunidade (PERUZZO, 2008, p. 2).

Além disso, Peruzzo (2010, p.22) descreve várias características que a comunicação comunitária inclui: é sem fins lucrativos; implica a participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; a propriedade coletiva; o sentido de pertença que desenvolve entre os membros; a corresponsabilidade pelos conteúdos emitidos; a gestão partilhada; a capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; o poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura.

Outro aspecto é que a comunicação comunitária geralmente se descola dos meios de comunicação de massa, pois trata seus conteúdos de maneira diferentes. Peruzzo (2009) destaca que a comunicação comunitária se configura em uma grande variedade de feições, formatos e suportes e assume um caráter crítico e propositivo, com participação ativa da comunidade, vínculo local e produção colaborativa.

Um ponto importante é garantir o acesso ao poder de comunicar, “na condição de emissores de conteúdos próprios e de gestores autônomos de meios a serviço das ‘comunidades’ e dos movimentos populares”. (PERUZZO, 2009, p.38). O meio de comunicação comunitário favorece o exercício da cidadania, uma vez que dá ao cidadão comum e possibilita sua participação em um processo de comunicação.

As relações entre comunicação comunitária e educação midiática se dão primordialmente no âmbito da educação não-formal, ou seja, aquela que acontece usualmente extramuros escolares, nas organizações sociais, nos movimentos, nos programas de formação sobre direitos humanos, cidadania, práticas identitárias, lutas contra desigualdades e exclusões sociais (GOHN, 2009).

Gadotti (2005) destaca que o conceito de educação não-formal é amplo e está associado ao conceito de cultura. Por esse motivo, sendo o autor, está “fortemente ligada a

aprendizagem política dos direitos dos indivíduos enquanto cidadãos e à participação em atividades grupais, sejam esses adultos ou crianças” (GADOTTI, 2005, p. 3). Ou seja, a educação não-formal está normalmente é associada à educação popular e à educação comunitária.

Os espaços de cidadania construídos pela organizações nos processos de educação não-formal representam, segundo Gohn (2009, p. 34), “uma alternativa aos meios tradicionais de informação que os indivíduos estão expostos no cotidiano, via os meios de comunicação-principalmente a TV e o rádio”. Devemos ressaltar que, ainda que realizada fora do sistema formal, a atividade educacional não-formal é realizada de forma organizada e sistemática e é sobretudo oferecida pelas Organizações Não-Governamentais, com é o caso das iniciativas analisadas aqui.

Assim como a comunicação comunitária, a educação não formal é uma ferramenta importante no processo de formação e construção da cidadania. (GADOTTI, 2005). Nesse âmbito, Gohn (2011, p. 341) destaca que as ONGs tomaram um papel fundamental, se fortaleceram na primeira década deste milênio e “tomaram a dianteira na organização da população, no lugar dos movimentos sociais”.

Empoderamento e cidadania

Pelo que já foi exposto, podemos considerar que a mídia-educação – e sobretudo as atividades realizadas por Organizações não-Governamentais - pode se transformar em instrumento fundamental para o processo de comunicação comunitária, uma vez que permitirá ao cidadão tornar-se, de maneira eficaz, protagonista dos processos e produtos comunicacionais.

Os objetivos últimos da educação midiática e da comunicação comunitária se aproximam, quando levamos em conta o enfoque mais recente dado à mídia-educação por organismos internacionais como a UNESCO, conforme mencionado.

Assim, a necessidade de adquirir competências, de se alfabetizar para o uso das linguagens e das técnicas de comunicação fazem com que a educação midiática adquira papel importante para as instituições que pretendem valorizar o direito à comunicação e o protagonismo da comunidade como sujeito de seus meios de comunicação.

As relações entre educação e comunicação se explicitam, pois as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o seu modo de ver e relacionar-se com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação de massa. Apropriam-se das técnicas e de instrumentos tecnológicos de comunicação, adquirem uma visão mais crítica, tanto pelas informações que recebem quanto pelo que aprendem através da vivência, da própria prática. (Peruzzo, 1999).

Se os meios comunitários potencializam a participação direta do cidadão na esfera pública comunicacional no Brasil contemporâneo (Peruzzo, 1999), podemos dizer que essa participação só tende a multiplicar-se se as organizações responsáveis por esses meios de comunicação dispuserem de instrumentos de educação midiática ou se associarem a quem os domina.

Aliás, a questão do empoderamento da participação ativa dos cidadãos nos processos comunicacionais já está há muito tempo nos documentos da UNESCO sobre mídia-educação, mesmo aqueles relacionados ao âmbito da educação formal. A Declaração de Grunwald¹⁰ (UNESCO, 1982) fazia menção à implantação de programas de educação em meios que não só abarcassem a questão da análise de conteúdo mas também a “utilização dos canais disponíveis” e fosse baseada “em uma participação ativa”.

A palavra “empoderamento” aparecerá de forma bastante explícita na declaração “Novas direções na mídia educação” (*New Directions in Media Education*): “O objetivo educacional é agora o ‘empoderamento’ do espectador para processar as mensagens dos meios de comunicação de massa e produzir significados que sejam tanto pessoal como socialmente relevantes.” (THOMAN, 1990).

Segundo esse enfoque, podemos dizer que “a literacia mediática ajuda, portanto, a reforçar as capacidades críticas e competências comunicativas que dão significado a existência humana e habilitam o indivíduo a usar a comunicação para a mudança” (CARLSSON et al., 2008, p. 21).

A alfabetização midiática e as ações de mídia-educação têm sido consideradas, portanto, um pré-requisito para a participação efetiva dos cidadãos nas sociedades tecnologicamente avançadas (O’NEILL; BARNES, 2008, p.3). Considera-se, inclusive, que a *Media literacy* se relaciona com o exercício dos direitos humanos, expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem (O’NEILL; BARNES, 2008).

A questão do protagonismo dos sujeitos parece ser a chave nesta questão. Conforme destaca Peruzzo (2011, p.35-36), é de vital importância nos processos de comunicação comunitária, de participação democrática e valorização da cidadania, que as pessoas deixem simplesmente seu papel como receptores da comunicação e tomem parte dos processos de

¹⁰ Em 1982, um grupo de expertos se reuniu na cidade alemã de Grunwald, a convite da UNESCO, e elaborou um documento enfatizando a importância da comunicação no mundo da educação e a necessidade imperiosa de uma educação para os meios. Nesse documento, já se anteviam as novas possibilidades de comunicação com o desenvolvimento das tecnologias digitais.

produção, planejamento e gestão da comunicação. Os processos de educação midiática servirão para o cidadão tome seu papel ativo nesse tema.

Se esses processos de educação midiática partem de organizações de interesse social, há ainda maior potencial de valorizar o protagonismo do cidadão, conforme destaca Peruzzo (2011, p. 40):

O acesso do cidadão aos meios de comunicação na condição de protagonista é fundamental para ampliar o poder de comunicar. Quando esse protagonismo é desenvolvido pelas organizações de interesse social, ocorre uma possibilidade maior de se colocar os meios de comunicação a serviço do desenvolvimento comunitário e, desse modo, ampliar os direitos à liberdade de expressão a todos os cidadãos.

Devemos ressaltar, porém, que a simples produção de conteúdo nem sempre se traduzirá em algo que empodera a cidadania, pois a criação de conteúdos comunicacionais poderia simplesmente reproduzir o que está na mídia de massa (e portanto, reproduzir o mesmo enfoque e a mesma ideologia). Dessa forma, seria fundamental que o desenvolvimento das habilidades comunicativas estivesse conjugado à reflexão e compreensão crítica sobre a comunicação.

Dados e análise

Os dados apresentados aqui se referem, como já foi mencionado, aos resultados da primeira etapa de pesquisa que pretende fazer uma cartografia das iniciativas de ONGs brasileiras voltadas à educação midiática. O estudo está basicamente dividido em duas fases: uma de busca de projetos e sua análise descritiva, e outra de caráter qualitativo, que pretende focar um número menor de projetos para conhecer seus processos de maneira mais detalhada.

Neste *paper*, comentamos aspectos relacionados à primeira etapa, que inclui a construção de um banco de dados dos projetos de educação midiática. Foram consideradas iniciativas de formação e educação voltada ao uso da comunicação e da mídia, bem como aquelas relacionadas às novas tecnologias.

Recorremos à pesquisa direta em Internet (em sites de associações como ABONG, por exemplo) bem como a um rastreamento realizado em artigos científicos e relatos de experiências realizados em vários congressos da área de Comunicação (Intercom, Simpósio Brasileiro de Educomunicação, Mídias Cidadãs).

O levantamento resultou, até o momento, em 53 ONGs mapeadas e 143 projetos relacionados com mídia-educação. Analisamos os projetos (distribuídos em todos o Brasil) principalmente através das informações contidas em suas páginas web ou a partir de relatos

de experiências. Levamos em consideração a descrição dos objetivos e atividades desenvolvidas, bem como os destinatários de tais atividades.

Mesclamos a análise de dados quantitativa e qualitativa, de acordo com cada aspecto analisado. No caso dos objetivos das entidades, seria difícil agrupá-los em poucos descritores comuns e preferimos fazer uma recopilação das palavras-chave utilizadas em cada projeto para se autodescrever. No caso das atividades desenvolvidas, bem como os destinatários, buscamos agrupar descrições comuns a fim de apresentar dados quantitativos que pudessem levar à observação de tendências e enfoques enfatizados.

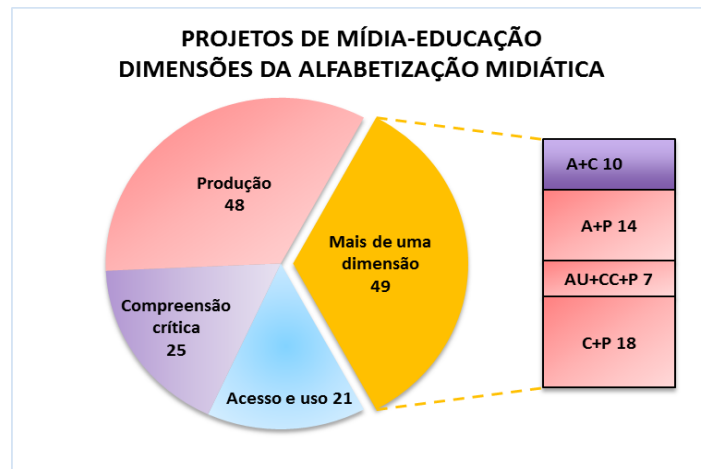
Para a análise, também usamos como importante categoria os componentes ou dimensões da alfabetização midiática, determinados segundo seus conceitos. Consideramos três dimensões: acesso; compreensão crítica e produção de conteúdos. (BUCKINGHAM et al., 2005).

Destacamos alguns aspectos relativos a esses componentes. O acesso se refere a duas dimensões: o acesso físico a um equipamento e a questão da habilidade em usar e manipular determinada tecnologia. Assim, quando mencionarmos a categoria Acesso, incluímos, em realidade, acesso e uso.

A compreensão crítica também inclui várias dimensões, das quais podemos ressaltar o entendimento da linguagem midiática e como ela se produz; a compreensão das lógicas produtivas da indústria midiática e suas motivações e a consciência das condições e possibilidades das mídias como ferramentas. Quando falamos de criação ou produção de conteúdos e mensagens midiáticas nos referimos também ao desenvolvimento das habilidades e competências necessárias para que isso aconteça.

Analisadas as 143 iniciativas de educação midiática, observamos que a maior parte dá ênfase à produção de conteúdos e mensagens comunicacionais. São em geral oficinas e cursos oferecidos pelas 53 ONGs que pretendem capacitar para o uso das ferramentas e meios de comunicação, principalmente audiovisuais (vídeo e do rádio).

Dos 143 projetos, 87 têm como objetivo a produção de conteúdo. Podemos verificar esse panorama no gráfico abaixo, onde ressaltamos que há iniciativas que enfatizam mais de uma dimensão: A+C (Acesso e Compreensão Crítica); A+P (Acesso e Produção); AU+CC+P (Acesso e uso, Compreensão Crítica e Produção); C+P (Compreensão e Produção).



Ainda que o gráfico não traga essa informação, podemos dizer, pela análise realizada, que os projetos de inclusão digital normalmente estão mais preocupados com o acesso e uso das TIC e deixam de relacionar esse aspecto às possibilidades de comunicação que se incluem na apropriação dessas tecnologias (Caprino, 2015)

No caso dos projetos que enfocam a compreensão crítica, normalmente realizam debates, seminários e reflexões, além de oficinas que falam sobre o funcionamento dos meios de comunicação, seu funcionamento e principalmente a questões ideológicas da indústria de comunicação. Podemos citar como exemplo o projeto de Educação para a Mídia da ALICE - Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação (Porto Alegre, Rio Grande do Sul), que “propõe uma leitura clara dos mecanismos de manipulação utilizados pela chamada grande imprensa e também capacitá-los para multiplicar este conhecimento. Desta forma, pretende contribuir para que consumidores de notícias desenvolvam uma visão crítica, tornando-os agentes de mudanças sociais”.

É interessante destacar que também há alguns projetos (7 dos 143) que propõem não só uma leitura crítica da mídia como um monitoramento dos meios de comunicação em relação a temas específicos (direitos da infância, direitos humanos trabalho escravo etc.), propondo intervenções no sentido de sugerir pautas ou formar os jornalistas para a produção de conteúdos no tema.

Dentre os projetos que propõem o monitoramento da mídia podemos citar como exemplo a Agência de Notícias Matraca, de São Luís do Maranhão, que “promove o debate entre os profissionais, estudantes e professores de Comunicação. Os temas escolhidos dizem

respeito ao comportamento, contexto, rumos e ética profissional. Esta estratégia pretende aproximar gerações, resgatar a trajetória histórica do Jornalismo, recompor e transmitir valores e, sobretudo, estimular a reflexão crítica e plural entre os profissionais de Comunicação”.

Se observamos os objetivos das iniciativas de educação midiática estudadas, podemos resumi-los em algumas palavras-chave bastante significativas para nossa análise. Nesse caso, não preferimos não realizar uma análise quantitativa, pois vários objetivos se entrelaçam na descrição das atividades de um projeto. Assim, simplesmente destacamos algumas frases e palavras-chave.

No âmbito da apropriação dos processos comunicacionais pelos destinatários, encontramos frases como:

- Permitir acesso ou apropriar-se da comunicação
- Formar para o uso da comunicação
- Potencializar a comunicação
- Refletir sobre a comunicação

A democratização da comunicação e o objetivo de “dar voz” a parcelas da população também são objetivos bastante evidentes.

Vários projetos trabalham com objetivos relacionados com a divulgação da ONG a que pertencem, bem como a difusão de temas “invisíveis aos meios de comunicação” (infância, direitos da mulher, trabalho escravo, demandas da periferia etc.).

Além dos objetivos diretamente relacionados à comunicação, as iniciativas de mídia-educação também se generalizam em objetivos que pretendem a inserção socioeconômica (principalmente os projetos de inclusão digital), mobilização e mudança social, fortalecimento das entidades e desenvolvimento sustentável.

No âmbito dos direitos e cidadania, são constantemente mencionados os direitos humanos e os direitos dos jovens e crianças, bem como a tentativa de promover a democracia participativa e o fortalecimento da cidadania, ética e valores.

A análise dos objetivos faz ver que a grande maioria dos projetos de educação midiática realizados pelas ONGs está preocupada em dar voz aos cidadãos, permitindo a apropriação da comunicação. Se unirmos essa informação ao analisado anteriormente, que evidencia a dimensão da produção de conteúdo com a principal ênfase dos projetos, podemos dizer que há uma preocupação evidente pelo empoderamento da cidadania e por tornar as comunidades em que trabalham protagonistas de sua comunicação.

Conforme destaca a UNESCO (2013), esse monitoramento é também um dos aspectos da pode abarcar a Alfabetização Midiática de Informacional, monitorando a influência da informação produzida e o bom uso desse conhecimentos pelos meios de comunicação

Outro aspecto observado diz respeito a quais são os destinatários desses projetos. Dos 143 projetos, 63 são direcionados a crianças e jovens, o maior público se consideramos as faixas etárias, o que é bastante representativo. Também é significativo observar que 40 dos 143 projetos são direcionados a comunidades em risco de exclusão ou condição social desfavorável: são moradores de bairros periféricos, favelas e comunidades populares, que podem ou não ser jovens. Somente oito projetos são destinados especificamente a mulheres (3), negros (1) e índios (4).

Embora estejamos falando de educação não-formal, é interessante observar que 37 projetos estão relacionados de alguma forma ao âmbito da educação formal, pois são destinados a professores, estudantes ou escolas das redes públicas de ensino. Podemos dizer, portanto, que a mídia-educação acaba, muitas vezes, por se colar ao sistema formal de educação, ainda que os projetos sejam realizados fora do âmbito escolar.

Considerações

Pelo tipo de atividades desenvolvidas, objetivos e destinatários, podemos dizer que a maioria dos projetos de educação midiática realizados pelas ONGs brasileiras está preocupada com o empoderamento da cidadania, com a apropriação da comunicação pelas comunidades destinatários e a participação na produção de conteúdos.

Entre seus principais objetivos, está de fato, como poderia de se esperar, a ideia de dar voz à cidadania, movimentos sociais e parcelas excluídas da população. Além disso, há ênfase especial à formação da consciência crítica dos jovens em relação aos processos e produtos comunicacionais, na tentativa evidente de influenciar no futuro.

É interessante notar que há uma mescla de atores envolvidos nos projetos de educação midiática: organizações não-governamentais são muitas vezes apoiadas por grandes empresas e seus institutos (Oi futuro, Fundação Camargo Correa etc.). Mais de uma entidade se une para fomentar um determinado projeto e algumas vezes também há algum tipo de associação ao poder público. Dessa forma, é bastante complexo entender e descrever as redes de atores envolvidos e suas inter-relações, ficando esta tarefa para fases posteriores desta pesquisa, com a necessidade de entrevistas e questionários, previstos para as próximas etapas.

Outro aspecto interessante é a tentativa de intervir na mídia existente e em seus conteúdos. Trazer à tona temas sociais pouco abordados pelos meios de comunicação tradicionais é uma preocupação constante assim como o monitoramento das notícias publicadas e a formação destinada a comunicadores e jornalistas.

Podemos dizer que os projetos de mídia-educação das ONGs estão colaborando para que os indivíduos e comunidades exerçam seus direitos e liberdades sobretudo o acesso à informação, a liberdade de expressão e o direito à educação. Como reforça a UNESCO (2013), a educação midiática deve promover o respeito aos direitos humanos e liberdades, empoderar os cidadãos para a tomada informada de decisões, sendo que “todos os cidadãos, incluindo os grupos marginalizados, assim como as pessoas com deficiências, populações indígenas, minorias étnicas, devem ter igual acesso a informação e conhecimento”.

REFERÊNCIAS

AUFDERHEIDE P. **Media Literacy**: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Washington, DC: Aspen Institute, 1992. Disponível em: <http://www.medialit.org/reading_room/article356.html>. Acesso em: 13 jul. 2012.

BUCKINGHAM, D. et al. **The media literacy of children and young people**: A review of the research literature London: Ofcom, 2005. Disponível em: <http://eprints.ioe.ac.uk/145/1/Buckinghammedialiteracy.pdf>. Acesso em 12 set. 2012.

CAPRINO, M. P. Práticas de mídia-educação e o “empoderamento” do cidadão: o que propõem as iniciativas europeias. **Revista Comunicação Midiática**, v. 9, n. 1, p. 157-173, 2014.

CARLSSON, U. et al. **Empowerment through media education: an intercultural dialogue**. Göteborg: Nordicom/Göteborgs Universitet, 2008.

GADOTTI, Moacir. A questão da educação formal/não-formal. **Sion: Institut International des Droits de 1º Enfant**, 2005. Disponível em: http://www.virtual.ufc.br/solar/aula_link/lpt/A_a_H/estrutura_politica_gestao_organizacional/aula_01/imagens/01/Educacao_Formal_Nao_Formal_2005.pdf. Acesso em: 10 jul. 2015.

GOHN, M. G. Educação não formal, educador (a) social e projetos sociais de inclusão. **Meta: avaliação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 28-43, jan./abr. 2009

_____. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, p. 333-361, 2011.

HART, A.; SUSS, D. Media education in 12 European countries. **A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools**. Zürich. 2002. Disponível em: <http://e-collection.ethbib.ethz.ch/show>. Acesso em: 20 jan. 2015.

HOBBS, R.; JENSEN, A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. **Journal of Media Literacy Education**, v. 1, n. 1, p. 1-11, 2009.

KELLNER, D.; SHARE, J. Toward critical Media Literacy: core concepts, debates, organizations, and Policy. **Discourse: studies in the cultural politics of education**. v. 26, n. 3, p. 369-386, 2005.

MIJN KIND ONLINE / KENNISNET. **Media Education in Four EU Countries** - How do Finland, Sweden, and the UK tackle media education? And how does that compare to the Netherlands? Holanda: Mijn Kind Online / Kennisnet, 2013.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. **Comunicação Informação**, v. 2, n. 2, p. 205-228, jul. de 1999.

_____. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaboraões no setor. **Palavra Clave**, v. 11, n. 2, 2008.

_____. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 11, n. 1, p. 33-43, 2009.

_____. A Comunicação nos Movimentos Sociais: exercício de um direito humano. **Diálogos de la comunicación**, n. 82, p. 20, 2010.

SCHWARZBERG, T.R. **A comunicação educativa no Programa Mais Educação: um estudo sobre espaços de diálogo**. Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2014.

SOARES, I.O. Educação midiática e políticas públicas: vertentes históricas da emergência de comunicação na América Latina. In: V ENCONTRO BRASILEIRO DE EDUCOMUNICAÇÃO: EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E POLÍTICAS PÚBLICAS, 2014, São Paulo. **Anais eletrônicos...São Paulo**, ABPEducom, 2014. Disponível em: <http://www.abpeducom.org.br/2014/08/anais-do-v-encontro-brasileiro-de.html>. Acesso em 23 mai. 2015.

THOMAN, E. New directions in media education. International Media Literacy Conference in Toulouse/Unesco. 1990. Disponível em: http://www.mediagram.ru/netcat_files/106/104/h_7fe56ea22e436049bf54427065a06679>. Acesso em: 12 set. 2012.

UNESCO. **Grunwald Declaration**. Unesco: Grunwald (Alemanha), 1982. Disponível em: http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF. Acesso em: 12 set. 2012

_____. **The Moscow Declaration on Media and Information Literacy**. Moscow: Unesco, 2012. Disponível em: <http://www.ifla.org/en/publications/moscowdeclaration-on-media-and-information-literacy>>. Acesso em: 12 set. 2012.

_____. **Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies**. Paris: UNESCO, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2015.