



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES

CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

**CONSUMO E APROPRIAÇÃO MIDIÁTICA POR JOVENS DO
CRAS DE ROCA SALES, RS**

Antônio Werner

Lajeado, junho de 2018.

Antônio Werner

**CONSUMO E APROPRIAÇÃO MIDIÁTICA POR JOVENS DO
CRAS DE ROCA SALES, RS**

Trabalho apresentado na disciplina de Conclusão de Curso, do Curso de Jornalismo, da Universidade do Vale do Taquari, como parte da exigência para obtenção de título de Bacharel em Jornalismo.

Professora: Dra. Jane Márcia
Mazzarino

Lajeado, junho de 2018

Como trabalho de conclusão de curso optamos, eu e minha orientadora, por um estudo exploratório sobre uso e consumo de mídias por jovens e pela realização de uma intervenção, que possibilitou a apropriação à tecnologia de mídias por este grupo social.

O resultado destas duas etapas está condensado em dois artigos científicos e um documentário com seu respectivo *making off*.

Os artigos intitulam-se da seguinte forma:

ARTIGO 1:

ACESSO E USO DAS MÍDIAS POR JOVENS DO CRAS DE ROCA
SALES

ARTIGO 2:

EDUCOMUNICAÇÃO: A APROPRIAÇÃO MIDIÁTICA POR JOVENS
DO CRAS PARA REALIZAÇÃO DE UM AUDIOVISUAL

Resumo: O presente artigo é o resultado de uma pesquisa realizada com jovens do Centro de Referência de Assistência Social (Cras) do município de Roca Sales, no Rio Grande do Sul. O trabalho tem como objetivo caracterizar o acesso e os usos das mídias por esse grupo social. Foram aplicados questionários com perguntas abertas, fechadas e mistas a 27 jovens, de 9 a 15 anos, em 2018. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo quantitativa. Os resultados apontam que os jovens veem as mídias como um meio de entretenimento, acessam e utilizam, prioritariamente, televisão, internet e rádio, e, secundariamente, jornais e revistas. Entre as plataformas virtuais, *Facebook*, *WhatsApp* e *YouTube* são as mais citadas.

Palavras-chave: Jovens. Consumo Midiático. Cras.

Introdução

Os meios de comunicação e as redes sociais fazem parte do cotidiano. Dos jovens aos idosos, dificilmente se passa um dia sem ler um jornal, ouvir um rádio, assistir à televisão ou acessar a internet. Mídias são fontes de informação, entretenimento, pesquisa, trabalho e estudo.

No Brasil, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídias – Hábitos de Consumo de Mídias pela População Brasileira do ano de 2016, televisão internet, rádio, jornal e outras fontes como, por exemplo, a revista, são os meios mais acessados e utilizados no território brasileiro (IBGE 2016).

O presente trabalho tem como objetivo caracterizar o acesso e os usos das mídias pelos jovens que utilizam o Cras. Nas últimas duas décadas, várias mudanças tecnológicas têm afetado os meios de comunicação na sociedade,

principalmente com o avanço da internet e o surgimento de redes sociais como *Facebook* e *WhatsApp*. Esses avanços fazem com que as informações sejam divulgadas em tempo real, o que desafia as pessoas a participarem de uma nova realidade midiática.

A juventude tende a aderir aos novos meios com maior facilidade, mas será que está deixando para trás “velhas” formas de interações diárias, como as conversas face a face, leitura de livros e a busca por notícias em jornais, rádios e televisão? Quase todos os jovens, atualmente, possuem um telefone celular com acesso à internet ou a uma rede social, mas como utilizam as tecnologias midiáticas disponíveis?

Referencial Teórico

Jovens, Mídias e Consumo

Neste capítulo aborda-se brevemente o consumo de mídias. O intuito é caracterizar o que fomenta o acesso e a utilização das tecnologias midiáticas pelo público jovem. Consideramos importante conhecer a definição da palavra mídia que consta no dicionário: “conjunto de meios de comunicação e que inclui, indistintamente, diferentes veículos, recursos e técnicas como, por exemplo, o jornal, rádio, televisão (...), etc” (FERREIRA, 2010, p. 1328)

Fonte de informação e entretenimento, as mídias, segundo Belmonte e Almeida (2016) influenciam, a política, o esporte, a escola e a economia. Por meio dos avanços tecnológicos as informações são repassadas de forma rápida, o que faz com que as mídias desenvolvam-se rapidamente.

As múltiplas tecnologias disponíveis fazem com que nos sintamos incompletos, pois quando mais o aparelho midiático parece útil, mais, nos sentimos incompletos, já que sempre surgem novas possibilidades de informação e entretenimento, que nos fazem consumir cada vez mais as

tecnologias. Ficamos hipnotizados por novas formas de comunicação, destaca Canclini (2006).

Conforme Belmonte e Almeida (2016) o consumo, acesso e entendimento aos avanços tecnológico das mídias não deve ser apenas atreladas a “geração digital” os jovens, pois qualquer indivíduo, de qualquer faixa etária que tenha acesso e interesse em aprender como funciona as tecnologias pode entender e consumi-las. Segundo os autores, os jovens são seus maiores consumidores em que as tecnologias estão presentes. Sobre o esse estudo eles destacam, ainda, que:

Muitos dessa geração desde cedo, tem ao seu dispor as ferramentas mais convencionais como rádio, TV e Jornais impressos, até os computadores e celulares mais atuais que dispõem de diversas utilidades disponibilizando o alcance de informações de qualquer lugar do mundo. (Belmonte e Almeida 2016 p.62)

Para Belmonte e Almeida (2016) presença das mídias sociais no nosso cotidiano é cada vez mais sentida. Elas são rápidas e eficazes na distribuição de informação e entretenimento, tornando-nos reféns por serem “indispensáveis”. Segundo os autores, desde o momento que a internet tornou-se popular, no final da década de 1990, várias tecnologias surgiram. Eles entendem que hoje o mundo virtual e real se mistura e muda os comportamentos e as relações sociais.

Os telefones celulares para Belmonte e Almeida (2016) facilitaram o consumo de novos meios de comunicação na sociedade, por ser um meio acessível em todas as porções. Canclini (2006) já afirmava que o avanço de tecnologias cada vez mais miniaturizadas, estava proporcionando às pessoas se informarem e comunicarem de forma cada vez mais rápida.

De acordo com Belmonte e Almeida (2016), os jovens, preferem mídias rápidas, práticas e eficazes que possam ser acessadas em qualquer lugar. Por isso eles acreditam que os celulares, são revolucionários na questão do consumo de mídias. Eles podem ser utilizados quase que em todas as partes.

Para esses autores, o aparelho que antes servia apenas passar informações com voz em tempo real, agora é uma ferramenta das mais avançadas e que dá acesso inclusive aos meios de comunicação de massa. Telles (2009) concorda, que as pessoas se comunicam em movimento, devido aos avanços do celular, mas principalmente devido a conexão a internet, que possibilita como exemplo, enviar mensagens e tirar fotos e enviar para suas redes sociais sem precisar parar.

Segundo Brito e Malheiros (2013) a conexão que facilita o acesso a informação pode empoderar seus usuários, já que na sociedade contemporânea buscam-se sempre os principais recursos.

Para Canclini (2006) as tecnologias no seu cotidiano atravessam inclusive nossos corpos. Segundo o autor teremos no próprio corpo tela, teclado e fios condutores de informação e simples comandos de voz tornarão o corpo um componente da tecnologia midiática. Já se vive isto.

Nesse sentido, de acordo com o mesmo autor, crítica os veículos de comunicação se preocupam em se adaptar ao mercado tecnológico devido ao lucro, mas não se preocupam com o consumidor, já quem nem todos os públicos conseguem se adequar a novas formas de informação.

A partir dos autores, defende-se que o consumo de mídias pelos jovens é facilitado pelo avanço tecnológico do aparelho celular. Ele é caracterizado como responsável pelo acesso e utilização de mídias pelo público, por disponibilizar vários meios em um único equipamento facilitador a comunicação e o acesso à informação e ao entretenimento, já que é um dispositivo portátil e de fácil manuseio.

Método

Este estudo trata de processos dinâmicos vividos por grupos sociais (GIL, 2007), debruçando-se sobre o acesso dos jovens do Centro de

Referência de Assistência Social (Cras) de Roca Sales, Rio Grande do Sul, aos meios de comunicação.

Além da pesquisa bibliográfica, que fundamenta o referencial teórico, foi realizada a descrição do fenômeno, a partir de técnicas padronizadas de coleta de dados, caso do questionário, instrumento usado na pesquisa de campo (GIL, 2007).

Foram aplicados questionários com questões abertas, fechadas e mistas a 27 jovens, 9 a 15 anos em 2018 que são atendidos pelo Cras e aceitaram responder ao questionário. Eles são estudantes da rede de ensino pública do município de Roca Sales no turno da manhã e, à tarde, realizam oficinas de coral, capoeira e teatro no Centro Social Urbano (CSU).

A seleção dos informantes se deu por amostragem não-probabilística, a partir de acessibilidade e tipicidade. Ou seja, os informantes concordaram em responder ao questionário e eram representativos do grupo social que se investigou: jovens que frequentam oficinas no Cras do município de Roca Sales. As perguntas foram previamente definidas com o propósito de se obter informações relacionadas ao objetivo da pesquisa (GIL, 2007). Eles foram questionados sobre acesso e utilização de mídias e redes sociais, além de conteúdos que buscavam em ambos os dispositivos midiáticos.

Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo. De acordo com Bardin (1977c), o analista trabalha com índices colocados em evidência, de forma cuidadosa, a fim de inferir (deduzir de maneira lógica) sobre, no caso desta pesquisa, o consumo de mídia entre jovens do interior do Rio Grande do Sul. A presente pesquisa tem abordagem quantitativa.

A análise de conteúdo proposta por Bardin (1977c) organiza-se em três fases cronológicas: a) pré-análise, que consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado; b) exploração do material, que se refere à análise propriamente dita; e c) tratamento dos dados obtidos para interpretação. Os resultados

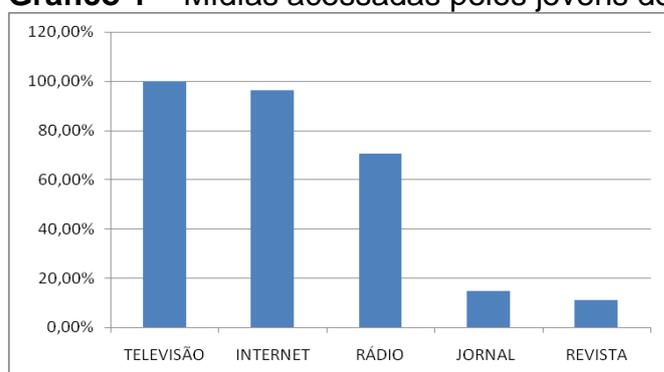
brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos para atender ao objetivo e a questões que norteiam a pesquisa.

Análises

As primeiras duas perguntas questionavam os jovens sobre o acesso a cinco meios de comunicação, televisão, internet, rádio, jornal e revistas, que, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia do IBGE (2016), são as mídias mais consumidas no Brasil.

Os dados coletados apontaram que 100% dos jovens atendidos pelo Cras de Roca Sales têm acesso à televisão; 96,30% à internet; 70,37% ao rádio; 14,81% leem jornais (portanto, a maioria, 85,19%, não tem acesso a esta última mídia). Quanto às revistas, 11,11% responderam que têm acesso, assim, 88,89% não leem revista.

Gráfico 1 – Mídias acessadas pelos jovens do Cras:



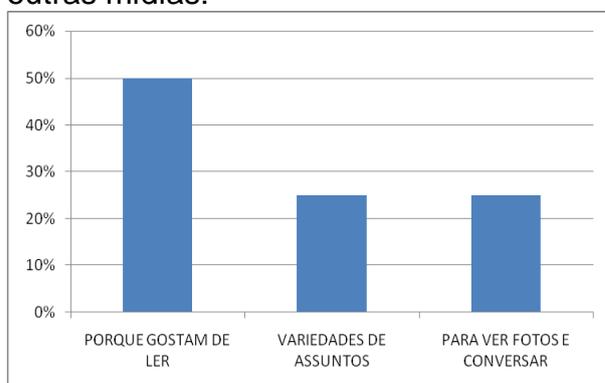
Fonte: dos autores, 2018

Dos informantes, 85,19% estão satisfeitos com os meios de comunicação que consomem, enquanto que 11,11% gostariam de ter acesso a jornais e a revistas e 3,10% à internet.

Os 50% dos jovens, que responderam que gostariam de ter acesso a mais meios de comunicação, dizem que sentem falta de jornais e de revistas e que gostariam de lê-los, enquanto 25% informaram que é para saber sobre

assuntos e informações mais avançadas que as demais mídias oferecem. Os demais 25% afirmaram ser para ver fotos e conversar.

Gráfico 2 – Motivo pelo qual os jovens do Cras gostariam de ter acesso a outras mídias:



Fonte: dos autores, 2018

Sobre os motivos pelos quais não acessam determinados meios de comunicação, 62,96% responderam ser por falta de interesse, 22,22% por falta de tempo, 11,11% porque não têm acesso à internet e 3,70% devido à falta de recursos.

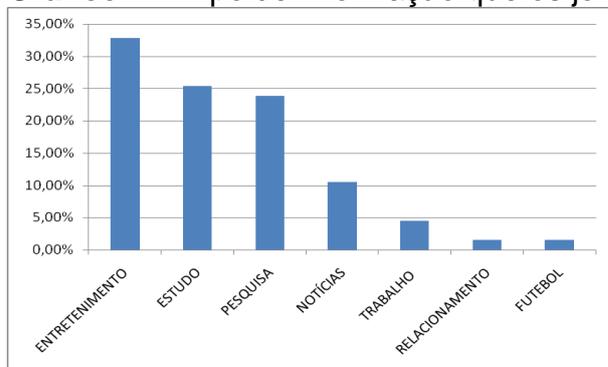
Gráfico 3 – Motivos pelos quais os jovens do Cras não acessam as mídias:



Fonte: dos autores, 2018

Quando questionados sobre que tipo de informação buscam nos meios midiáticos, 32,84% responderam se motivarem pelo entretenimento, 25,37% pelo estudo, 23,88% pela pesquisa, 10,45% por temas alusivos às notícias, 4,48% por informações relacionadas ao trabalho e 1,49% buscam conteúdos relacionados ao futebol. Os conteúdos sobre futebol são de interesse dos jovens do sexo masculino.

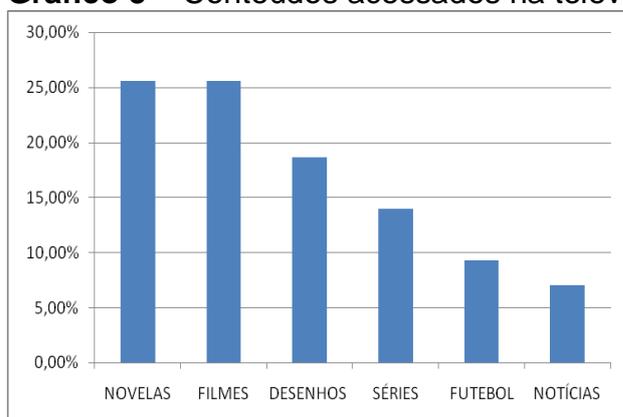
Gráfico 4 – Tipo de informação que os jovens do Cras buscam nas mídias:



Fonte: dos autores, 2018

Na televisão, 69,76% dos informantes buscam conteúdos relacionados a filmes, novelas e desenhos; 13,95% se interessam por séries; 9,30% por futebol; e 6,98% se informam por meio das notícias.

Gráfico 5 – Conteúdos acessados na televisão pelos jovens do Cras:



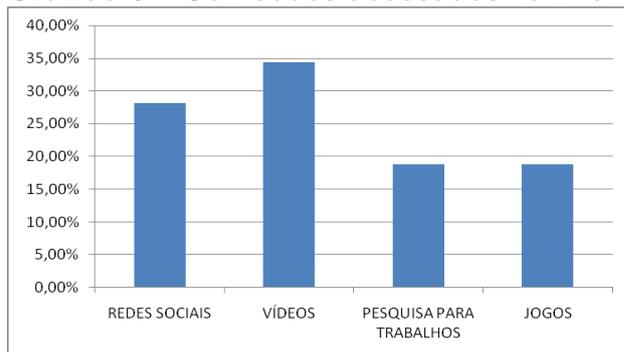
Fonte: dos autores, 2018

No rádio, 80% dos jovens acessam conteúdos relacionados à música e 20% assuntos referentes a notícias. Já nos jornais, as notícias são os conteúdos mais buscados por 83,33% dos informantes. E 16,67% citaram os assuntos relacionados à pesquisa.

Na revista, houve um empate nos tipos de conteúdos que citaram que buscaram: pesquisa, notícias e produtos e imagens.

Na internet, o conteúdo mais citado foi vídeo, 34,38%, seguido pelas redes sociais, 28,12%. Para 18,75%, é a pesquisa que os motiva a navegar na *web* e 18,75% buscam temas relacionados a jogos.

Gráfico 6 – Conteúdos acessados na internet pelos jovens do Cras:

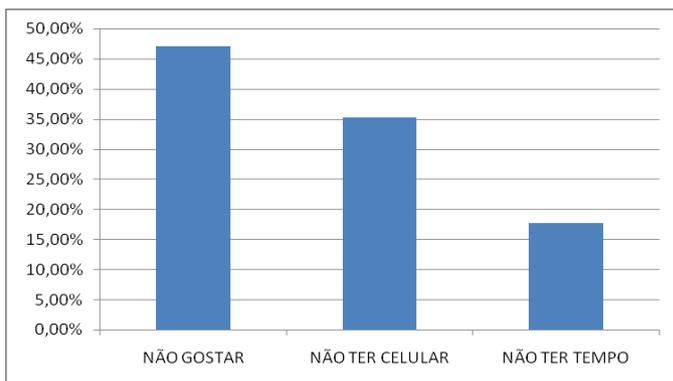


Fonte: dos autores, 2018

Quando questionados sobre as redes sociais que utilizam, 81,48% apontaram o *Facebook*; 74,07% o aplicativo de celular *WhatsApp*; 66,67% têm acesso ao *YouTube*, enquanto 33,33% não utilizam, e 48,15% dos entrevistados usam o *Instagram*, enquanto 51,85% não têm acesso. Foram citadas entre os jovens entrevistados mais duas redes sociais que não constavam como alternativas na pesquisa: o *Snapchat*, que é utilizado por 7,40% dos jovens, e o *Twitter*, por 3,70%.

Quanto aos motivos de não utilizarem algumas redes sociais, 47,06% responderam que não gostam, 35,29% porque não têm celular e 17,65% devido à falta de tempo.

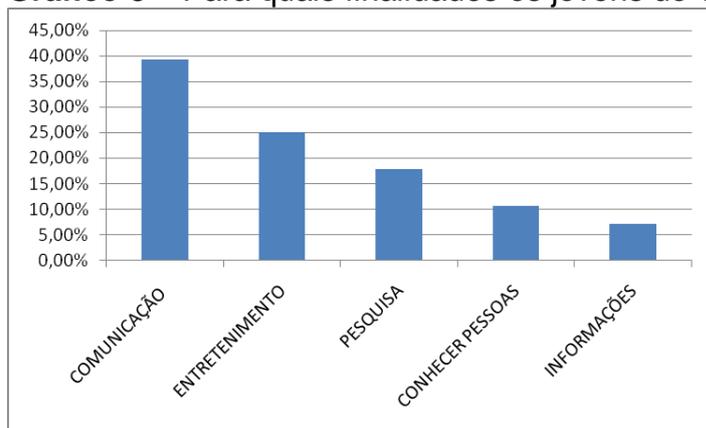
Gráfico 7 – Motivos pelos quais os jovens do Cras não acessam as redes sociais:



Fonte: dos autores, 2018

Daqueles que utilizam as redes sociais, 39,29% o fazem para se comunicar, 25% para entretenimento, 17,86% para pesquisa, 10,71% para conhecer novas pessoas e 7,14% para buscar informações.

Gráfico 8 – Para quais finalidades os jovens do Cras utilizam as redes sociais:



Fonte: dos autores, 2018

Conclusão

Com os dados analisados, pôde-se concluir que os meios de comunicação tradicionais são acessados pelos jovens. Televisão, internet, rádio, jornal e revista, respectivamente, são as mídias mais acessadas. Portanto, os dados se aproximaram dos resultados dos indicadores da Pesquisa do IBGE de 2016, sobre Consumo Midiático.

O entretenimento é o conteúdo mais buscado nas mídias. E isso pôde ser percebido pelos exemplos citados: na televisão, buscam novelas, filmes e séries predominam; na internet, são os vídeos e as redes sociais; e, no rádio, a música.

Sobre as redes sociais, o *Facebook* é a rede mais popular e mais utilizada, seguida do *WhatsApp*, *YouTube* e *Instagram*. As redes sociais são utilizadas pelos jovens, predominantemente, para comunicação e algumas não são acessadas pelo fato de não gostarem, ou seja, têm conhecimento, mas preferem outras. Um terço citou que não tem celular.

Sobre a pesquisa, destaca-se justamente a falta de interesse dos jovens pelo acesso a outras mídias. A maioria tem acesso à televisão, internet e rádio, mas tem pouco interesse em acessar jornal e revista, por exemplo. Portanto, as mídias são acessadas predominantemente para assistirem a conteúdos de entretenimento e para interação e pouco para leitura e informação em forma de notícias. No entanto, o acesso para estudo e pesquisa aparece com relevância.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, c1977

BELMONTE, Anelice; DE ALMEIDA Cristóvão Domingos - **Consumídia: o Consumo de Mídias, a Caixa Preta e o Jovem Froteiriço** – In ROSA; FILHO – Política, Medio e Identidad en Regiones Fronterizas **e-book...** EDITORIAL UNIVERSITÁRIA UNaM 2016. link acessado <<http://w3.ufsm.br/estudosculturais/arquivos/livros-completos/POLITICA%20MEDIO%20E%20IDENTIDAD.pdf>>

BRITO, David Santos; MALHEIROS, Taís de Carvalho. **A importância das mídias sociais e das ferramentas gratuitas do google no mercado de e-commerce no Brasil para microempresas**. C@LEA – Revista Cadernos de Aulas do LEA, Ilhéus, n. 2, p. 1 – 18, nov. 2013.)

CANCLINI, Néstor Garcia, **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro. Editora UFRJ 6ª edição 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5ª. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007

Pesquisa IBGE 2016 - Consumo de Mídias pela População Brasileira
Link:<http://pesquisademidia.gov.br/> Acessado dia 14 de junho de 2018

TELLES, André. **Geração Digital: como planejar o seu marketing para uma geração que pesquisa no Google, se relaciona no Orkut, manda mensagens pelo celular, opina em Blogs, se comunica pelo MSN e assiste a vídeos no YouTube**. São Paulo: Landscape, 2009.

Educomunicação: a apropriação midiática por jovens do Cras para a realização de um audiovisual

Antônio Werner

Resumo: Busca-se com este trabalho de pesquisa investigar a apropriação que os jovens atendidos no Centro de Referência de Assistência Social (Cras) do município de Roca Sales, no Rio Grande do Sul, fazem dos equipamentos midiáticos quando desafiados a desenvolver um documentário audiovisual. Trata-se de um processo educutivo. A pesquisa de campo incluiu a observação, a descrição e a mediação de oficinas e a criação de um audiovisual pelos jovens. Foram realizados 10 encontros, onde o resultado foi um documentário falando sobre *bullying*.

Palavras-chave: Educomunicação. Audiovisual. Jovens. Estudo Qualitativo. Cras.

Introdução

Analisar a apropriação das tecnologias midiáticas por adolescentes, que frequentam o Centro de Referência de Assistência Social (Cras), do município de Roca Sales, no Rio Grande do Sul, durante oficinas de educação para a criação e o desenvolvimento de um audiovisual. Esse é o objetivo do artigo.

Como as tecnologias midiáticas fazem parte do cotidiano, surgiu a ideia de se elaborar um projeto de educação com oficinas, abordando conteúdos teóricos e práticos, que tivessem como público-alvo jovens. Estes seriam desafiados a desenvolver um documentário com tema livre, sobre uma questão ambiental. Nesse caso, o grupo escolhido foi formado por jovens do Centro de Referência de Assistência Social (Cras) do município de Roca Sales, no Rio Grande do Sul.

Esse artigo relata como os jovens desenvolveram esse trabalho, quais sentidos deram a ele e como fizeram as escolhas, desde o tema até a roteirização, coleta das imagens e definição da edição. A intervenção foi realizada nos meses de março, abril e maio de 2018.

Referencial Teórico

Elementos de Educomunicação

Atualmente no Brasil, o Programa Nacional de Educação Ambiental (PRONEA), estimula a linha de Comunicação para a Educação Ambiental. Seu objetivo é através meios interativos fomentar na sociedade a produção e a difusão de conhecimento, voltado à sustentabilidade, por meio da comunicação.

Para Schaun (2002), os profissionais de educomunicação inspiram-se na formação de indivíduos críticos e participativos, ou seja, busca-se dar oportunidade de expressão a todos. Segundo a autora, o desafio é o diferencial do processo que cria cidadãos que buscam superar problemas, na busca de uma cidadania sem nenhuma exclusão.

Nos processos de educomunicação, valorizam-se os ecossistemas comunicativos. Para Barbero (2014), os ecossistemas comunicativos se desenvolvem com a vida social e a aprendizagem dos indivíduos, criando uma mistura de linguagens de saberes. Assim, os ecossistemas constroem metas, possibilitando as práticas educacionais, estimulando as pessoas a refletir sobre suas ações e atitudes.

Schaun (2002) entende a educomunicação como uma união de campos, da comunicação e da educação, isso ligado as novas tecnologias de comunicação. Para a autora, é uma área formada por práticas comunicativas

caracterizadas pela “pluralidade, transdisciplinaridade, interdiscursividade, mediação e uso intenso dos recursos de comunicação” (SCHAUN, 2002, p. 24).

Estes processos se dão muito frequentemente a partir de apropriações de tecnologias de mídia. Kenski (2008), afirma que, sobre as tecnologias exercemos algumas atividades, pois elas são ferramentas presentes em nosso cotidiano. Ela cita exemplos de tecnologias mais antigas, como o lápis, o caderno, o giz e o quadro, até as mais recentes. A autora destaca a importância de aprender a utilizar estas tecnologias da melhor maneira possível para poder utilizar-las durante nosso dia a dia. Em educomunicação,

É preciso buscar informações, realizar cursos, pedir ajuda aos experientes, enfim, utilizar os mais diferentes meios para aprender a se relacionar com a inovação e ir além, começar a criar novas formas de uso e, daí, gerar outras utilizações. Essas novas aprendizagens, quando colocadas em prática, reorientam todos os nossos processos de descobertas, relações, valores e comportamentos (KENSKI, 2008, p. 44).

Schaun (2002) afirma que a educomunicação se encaixa a conceitos educativos formais como programas escolares e não formais como rádio e televisões educativas. Sejam quais foram os espaços, as ações práticas caracterizam os processos que a aproximam a comunicação e a educação, na construção de processos educacionais.

Soares (2012) afirma que a comunicação é pensada como um direito de todas as pessoas, que os processos educacionais são voltados para aumentar as formas de expressão dos indivíduos. Segundo ele, o processo é pensado por meio de um planejamento e de uma ação dentro de um ambiente específico.

O autor destaca, ainda, as tecnologias midiáticas disponíveis possibilitam novas formas de expressão. Neste sentido, a educomunicação mostra que todas as pessoas são aprendizes e todas as pessoas podem, ao mesmo tempo, ensinar algo a alguém (SOARES, 2012).

Portanto, a educomunicação refere-se ao campo que traz novas posturas de reflexão teóricas e práticas. Ela abre caminho para uma expressão independente, que promove, investiga e discute inter-relações do conhecimento da educação e comunicação (BARBERO, 2014). No sentido de pensar, sentir e agir ela cria interação. Em resumo seu referencial estimula a inter-relação entre a comunicação e a educação, dialogando com o conhecimento de cada indivíduo.

Método

O presente estudo se apoia no método qualitativo, pois seu objetivo é analisar como os jovens do Centro de Referência de Assistência Social (Cras) se apropriam das tecnologias midiáticas na construção de discursos sobre um tema. Segundo Gil (2007), os estudos qualitativos descrevem a complexidade de determinado problema, analisam a interação de certas variáveis e compreendem e classificam processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

A pesquisa também é exploratória e descritiva. Exploratória, pois possui o objetivo de estabelecer uma relação com o problema, a fim de possibilitar a construção de hipóteses. Já a descritiva, tem a preocupação de identificar e de descrever os fenômenos estudados, a partir de técnicas de coleta de dados, como entrevistas e observação (GIL, 2007).

Ao longo do trabalho, realizou-se pesquisa de campo, com uso de entrevistas e observação de como os jovens (de 9 a 15 anos), que atuam em oficinas do Cras, relacionavam-se com as tecnologias midiáticas.

A pesquisa de campo se deu após pesquisa bibliográfica, quando foi aprofundado o conhecimento sobre educomunicação e etnografia. A pesquisa etnográfica, conforme Da Rocha e Eckert (2008), é o exercício do olhar e do escutar que impõe ao pesquisador um deslocamento de sua própria cultura para se situar no interior do fenômeno por ele observado, através da sua participação efetiva no tema estudado, sobre o qual ele procura respostas.

Nesse processo, no exercício da observação, buscou-se compreender a relação dos jovens com os meios midiáticos. Para Gil (2007), a observação é utilizada para compreender os fatos e dar-lhes sentidos.

Coletados os dados, foi utilizada, ainda, a análise de conteúdo. Segundo Fonseca Junior (2006) é um método das ciências sociais e humanas que investiga os sinais, “símbolos”, por meio de várias técnicas de pesquisa.

A análise de conteúdo cumpre com requisitos de sistematicidade e confiabilidade. A organização da análise, de acordo com Bardin (1977c) dá-se por meio de três fases: a) pré-análise, que consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado; b) a exploração do material, que se refere à análise propriamente dita; e c) o tratamento de dados obtidos, que é a interpretação dos resultados brutos.

O consumo midiático no grupo social

Anterior à pesquisa de campo, foi realizado estudo exploratório a fim de se caracterizar o acesso e os usos das mídias por esse grupo social. Nessa etapa, foram aplicados questionários com perguntas abertas, fechadas e mistas. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo quantitativa.

Pôde-se concluir que os meios de comunicação tradicionais são acessados pelos jovens. Televisão, internet, rádio, jornal e revista, respectivamente, são as mídias mais acessadas. Portanto, os dados se aproximaram dos resultados dos indicadores da Pesquisa do IBGE de 2016, sobre Consumo Midiático.

O entretenimento é o conteúdo mais buscado nas mídias. E isso pôde ser percebido pelos exemplos citados: na televisão, buscam novelas, filmes e séries predominam; na internet, são os vídeos e as redes sociais; e, no rádio, a música.

Sobre as redes sociais, o *Facebook* é a rede mais popular e mais utilizada, seguida do *WhatsApp*, *Youtube* e *Instagram*. As redes sociais são utilizadas pelos jovens, predominantemente, para comunicação e algumas não são acessadas pelo fato de não gostarem, ou seja, têm conhecimento, mas preferem outras. Um terço citou que não tem celular.

Sobre a pesquisa, destaca-se justamente a falta de interesse dos jovens pelo acesso a outras mídias. A maioria tem acesso à televisão, internet e rádio, mas tem pouco interesse em acessar jornal e revista, por exemplo. Portanto, as mídias são acessadas predominantemente para assistirem a conteúdos de entretenimento e para interação e pouco para leitura e informação em forma de notícias. No entanto, o acesso para estudo e pesquisa aparece com relevância.

A partir desses dados, provocou-se o grupo a sair do lugar de consumo midiático para protagonizar a produção de narrativas a partir de um tema comum, que despertasse seu interesse. Para isso, realizaram-se oficinas de educomunicação com o propósito de construção de um audiovisual. No próximo capítulo são apresentados os relatos dessa intervenção.

Relatos da oficina de educomunicação com os jovens do Cras

Para a realização e o desenvolvimento do presente trabalho, inicialmente, precisou-se definir o grupo de intervenção para a produção de um documentário audiovisual. Com a sugestão do autor e a aprovação da orientadora foram escolhidos jovens do Centro de Referência de Assistência Social (Cras) do município de Roca Sales, no Rio Grande do Sul.

Apresentada e aprovada a ideia pela instituição, por meio da coordenadora do Cras, foi necessário definir um dia da semana para a realização dos encontros, sendo escolhidas as quintas-feiras de tarde. O segundo ponto importante era reunir o maior número de jovens que atuam em oficinas, para

verificar quantos tinham interesse em participar. Sendo assim, foi determinada uma sexta-feira à tarde, antes de uma aula de capoeira, para o autor expor sua proposta.

Todos os jovens que realizam trabalhos no Cras foram convidados. Na sexta-feira, 2 de março de 2018, o autor apresentou a ideia do projeto e questionou o grupo sobre o interesse de participarem da produção de um filme. Os interessados deixaram seus nomes e se comprometeram a comparecer aos encontros. Dos 27 jovens presentes, 17 aceitaram participar.

No dia 8 de março, às 13h30min, a oficina se iniciou oficialmente. Participaram 11 jovens. No encontro, foi apresentado como o projeto iria funcionar. O autor, por meio de *slides*, apresentou brevemente o objetivo do trabalho, falou sobre câmeras, planos de filmagem, roteiro e edição. Todas as questões seriam ampliadas nas próximas reuniões. Nesse encontro, buscou-se despertar a curiosidade.

Para não deixar a oficina muito teórica foram apresentados os filmes curtas-metragens O Fogo¹, MALAB-AR² e Gotas da Vida³, produzidos na disciplina Oficina de Jornalismo em Comunidades, ministrada pela professora Jane Mazzarino, orientadora deste trabalho. Os vídeos serviram para exemplificar, para os jovens, o tipo de audiovisual, que iriam realizar.

Ao final do encontro, o autor apresentou uma câmera aos jovens, ensinando-os a ligar, a filmar e também a focar a cena. Eles tiveram contato com uma máquina D3100, da Nikon, que nunca haviam utilizado.

¹ Link do curta-metragem: <https://www.youtube.com/watch?v=XCpeLPK3ZiY>

² Link do curta-metragem: <https://www.youtube.com/watch?v=dkdbv6YXZwl>

³ Link do curta: <https://www.youtube.com/watch?v=baBHo204yb0>

O segundo encontro ocorreu no dia 15 de março. Nele, foram apresentados aos jovens os principais planos de filmagens cinematográficos. Devido a um evento nas dependências do Centro Social Urbano (CSU), teve-se que utilizar outra sala de aula, onde não havia acesso à internet e nem projetor de imagens, o que acabou acarretando em mudanças no modo da realização da oficina. Nesse dia participaram oito jovens.

Sem os recursos citados, os planos de filmagem foram explicados pelo *notebook* por meio de *slides*. O autor falou sobre as características das imagens. Foram espalhadas, em uma mesa, várias imagens que representavam planos de filmagem, e os jovens foram desafiados a identificá-los.

Após o intervalo, foi realizada a atividade com lupas, para sensibilizar o olhar. O autor solicitou que utilizassem o instrumento para observar o ambiente em que se encontravam e viviam e que poderiam realizar a “vivência” na parte externa da sala, caso preferissem.

Todos os jovens se deslocaram ao pátio para realizar as observações. Cerca de 10 minutos depois retornaram e abordaram em uma roda conversa o que haviam observado. Antes de finalizar a oficina, o mediador explanou brevemente sobre o direito de uso de imagens e entregou os termos de cessão de direitos para os participantes preencherem em casa.

No dia 22 de março foi realizado o terceiro encontro, quando se começou a definir o tema do audiovisual e a se construir um roteiro. Participaram 12 jovens.

No início, o mediador relembrou o encontro anterior e exibiu um vídeo com exemplos de planos de filmagem. Após, iniciou-se a escolha do tema para o filme. Como era para ser um filme de cunho ambiental, devido ao grupo de pesquisa coordenado pela orientadora ter esse tema, o autor fixou uma cartolina no quadro com a palavra ambiental ao centro. Solicitou-se que cada participante citasse uma

Em seguida, novamente, foi fixada uma cartolina na lousa, e os jovens tiveram a oportunidade de expor como pretendiam abordar esse tema. Entre as sugestões dos participantes estavam cenas de pessoas sofrendo *bullying*, outras de acolhimento de vítimas, passagens em uma escola, entrevistas com psicóloga, assistente social e pais, além dos jovens que queriam falar onde o *bullying*, onde mais acontece e como prevenir.

Após esse momento, os jovens tiveram a oportunidade de brincar, manusear uma câmera novamente e realizar vídeos curtos, aleatórios, utilizando os diferentes planos de filmagem. Assim, aproximaram-se do equipamento, o que facilitou o início das gravações do documentário, que ocorreu na semana seguinte.

No dia 12 de abril, às 13h30min, aconteceu o sexto encontro, quando se iniciaram as gravações. O autor contou com o auxílio de bolsistas do grupo de pesquisa Comunicação, Educação Ambiental e Intervenções (CEAMI). Neste dia estavam presentes 12 jovens.

No início, foram apresentados brevemente aos participantes os microfones de lapela, um tripé e as demais câmeras que seriam utilizadas nas gravações. Tudo devidamente explicado, iniciaram-se as filmagens, que foram realizadas no fundo de um campo de futebol, em uma praça e em um ginásio de esportes.

Foram utilizadas três câmeras: uma ficava posicionada sobre o tripé, outra realizava gravações de lado e uma terceira captava imagens de todo trabalho que era desenvolvido, para, posteriormente, ser realizado um *making off*. Nesse dia, os jovens se revezaram para filmar, entrevistar, ajustar os microfones e encenar. As filmagens foram até as 17h.

O sétimo encontro também foi destinado às gravações. Ele foi realizado no dia 19 de abril e teve novamente o auxílio dos bolsistas. Compareceram 11 participantes. Inicialmente, houve uma roda de conversa com uma assistente social, que abordou casos de *bullying* que são comuns entre jovens na escola.

Após esse momento, os participantes realizaram uma entrevista com ela para o documentário.

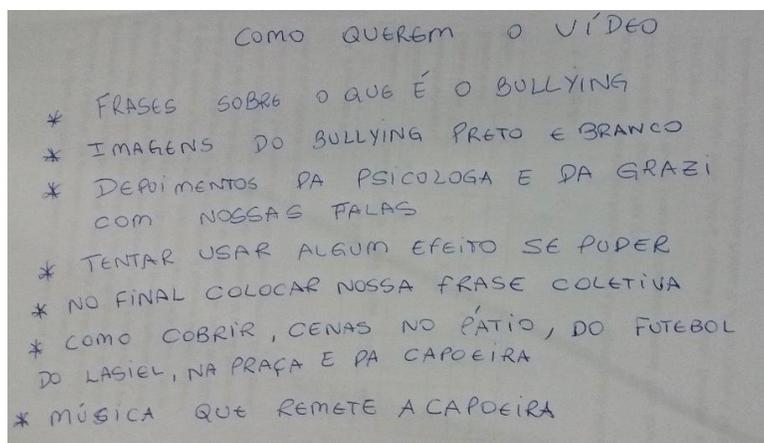
Encerrado esse primeiro momento, as gravações seguiram na parte externa do Centro Social Urbano. Novamente, os jovens se alternavam nas funções, alguns falavam em frente às câmeras e, outros, filmavam.

Finalizado o encontro, das abordagens que haviam sido programadas para o audiovisual, faltava o depoimento dos pais, que acabou não acontecendo porque nenhum se colocou à disposição.

No oitavo encontro, que ocorreu no dia 26 de abril, os participantes tiveram uma conversa com a psicóloga sobre *bullying*, suas características, onde mais ocorre e como prevenir. Posteriormente, realizaram uma entrevista com ela para compor o audiovisual.

Nesse dia, os participantes assistiram a todas as imagens que haviam coletado e organizaram o roteiro definindo como gostariam que fosse editado o documentário.

Imagem 2: Foto das ideias para seguir no roteiro



Fonte: dos autores, 2018

Encerrando-se o oitavo encontro, faltava apenas a edição, que foi realizada pelo mediador, seguindo o roteiro elaborado pelos participantes. Houve

um nono encontro no dia 3 de maio, quando foi mostrada aos seis jovens que compareceram a primeira edição do documentário, e eles poderiam sugerir alterações, o que não aconteceu.

O décimo e último encontro ocorreu no dia 14 de maio, quando foi apresentado aos jovens o documentário finalizado e encerrada a oficina. Houve uma roda de conversa, quando destacaram os pontos positivos e negativos do processo de construção do filme e dos encontros. Assistiram ao audiovisual sete jovens.

Compreensão, recepção e euforia durante a oficina

Ao apresentar o projeto aos jovens, o autor não tinha ideia de quantos iriam participar, mas juntamente com a orientadora se pensava em um grupo com, no máximo, dez participantes. No dia em que 17 pessoas colocaram seus nomes à disposição, foi uma surpresa. Nesse momento, poderia ter sido modificado o cronograma da oficina, porém, como a assistente social alertou que os jovens poderiam evadir o grupo com todos os interessados manteve-se.

Desde o primeiro encontro houve a compreensão, por parte dos jovens, que a oficina audiovisual era para realizar um documentário. Eles receberam a ideia com euforia. Era uma novidade para eles. Poucos haviam feito vídeos até aquele momento e, de repente, foram convidados para uma oficina, em que teriam acesso a algum conhecimento técnico e, ainda, participariam de uma produção como protagonistas.

***Bullying* como tema do audiovisual**

Para o começo da elaboração do documentário era necessária a formação de uma ideia-tema. A “chuva de ideias” foi importante nesse momento. Os jovens

questionavam, durante os encontros, sobre possíveis temas a serem abordados no filme, porém, não havia clareza. A dinâmica funcionou para estimular a reflexão dos participantes sobre assuntos que poderiam ser pautados no audiovisual.

Os jovens citaram palavras que eles relacionavam ao tema ambiental, quando surgiram ideias sobre a natureza e, também, acerca de questões sociais relacionadas ao local onde vivem.

Para se chegar ao tema *bullying*, houve um debate entre os participantes, intermediado pelo mediador. A questão da violência predominou e, por ser um assunto amplo, várias questões surgiram (pessoais, sociais e de natureza). Eles preferiram escolher um tema próximo à sua realidade, o que foi respeitado de modo a garantir o prazer de participação no projeto.

As ideias, o roteiro e as filmagens

Escolhido o tema *bullying*, os jovens tiveram que pensar como seria realizada a abordagem, organizar as ideias em um roteiro com início, meio e fim e, depois, colocá-lo em prática nas filmagens.

As ideias surgiram naturalmente na abordagem do tema, algumas não foram realizadas, como a entrevista com os pais, pois nenhum dos procurados aceitou falar. As demais propostas foram realizadas.

Roteirizar o que pretendiam abordar antes das filmagens foi desafiador. Os jovens tiveram dificuldade, por exemplo, para organizar um início. A intenção era abordar como eles compreendiam o *bullying*, contudo, não houve sequência. Eles sabiam o que queriam, as falas, mas não tinham ideia de como mostrar. Essa parte do roteiro foi finalizada ao término das gravações, após olharem as imagens, quando disseram como queriam que as imagens fossem editadas.

Quanto aos três dias de filmagens, os participantes tiveram muitas dúvidas, principalmente no primeiro dia, quando tiveram dificuldade para operar as câmeras. Um ponto importante é que 12 jovens estavam aptos a filmar e também a aparecer nas filmagens, contudo, dois deles não queriam suas imagens no documentário e pretendiam apenas gravar. Isso gerou conflito durante as gravações, porque somente ambos queriam manusear os equipamentos, já que não iriam aparecer no audiovisual.

Para solucionar a questão, houve uma conversa com o mediador e eles assumiram o compromisso de dar oportunidade para todos utilizarem as câmeras.

“Sedentos” pelas câmeras

Ana Carolina, ao manusear a câmera pela primeira vez, disse: “Isso é maravilhoso, quero uma assim para mim.” Desde o início, os participantes solicitavam as câmeras todos os dias. Estavam “sedentos”, com uma enorme vontade de manuseá-las.

Compreenderam facilmente como fazer o manuseio de uma câmera Nikon D3100. Filmaram os vídeos, alguns em foco automático, e, outros, no manual, pois queriam aprender a fazer imagens diferentes. Ricardo, em um dos encontros, disse: “Essa imagem que foca e desfoca podemos fazer também, professor? Esta eu quero fazer.” Ele se referia a um dos vídeos apresentados como exemplo.

O medo de falar e de ouvir a voz

“Eu não quero falar” era umas frases mais ouvidas durante o processo de captação de imagens. Observou-se, principalmente no primeiro encontro, um desconforto em estar em frente das câmeras. No início das gravações apenas quatro jovens estavam preparados e aceitaram aparecer.

O que causava desconforto era ouvir a própria voz após uma filmagem. Muitos aparecerem uma vez e, ao se ouvirem, não queriam mais ir em frente das câmeras.

Essa situação foi contornada pelo autor, que afirmou que eles visualizariam as cenas antes da edição e, caso não gostassem, tanto a imagem quanto o áudio não seriam colocados no documentário.

Edição das imagens do documentário

A edição foi realizada pelo autor, seguindo o roteiro construído pelos jovens. Seguir o roteiro foi fácil, e praticamente tudo que solicitaram foi inserido na edição. Apenas partes da fala da assistente social não foram inseridas por um erro de gravação. Isso foi explicado aos jovens no dia da visualização final do vídeo.

As demais solicitações foram seguidas. Algumas imagens que não ficaram boas foram descartadas, mas foram utilizadas em *making off*⁴, organizado posteriormente.

Alguns participantes se interessaram em aprender a editar, porém, como não havia tempo e nem estrutura no local, não foi possível, contudo, é algo a ser levado em conta.

Encantamento em assistir o documentário⁵

Olhos fixos, mãos no rosto, risadas, aplausos, elogios, críticas. Tudo isso se observou enquanto assistiam ao documentário pela primeira vez. A definição

⁴ Link making off: https://www.youtube.com/watch?v=j-w40wNupFo&index=2&list=UUb-eN_w28ZCEvgR8uAz7Vhg

⁵ Link documentário: <https://www.youtube.com/watch?v=Ly2sVG5Y5DY>

que chamou a atenção partiu de Ana Carolina: “Estou encantada. Ficou muito bom. Nem sabia que falava assim.”

Participaram desse momento apenas sete jovens, que realizaram uma avaliação do documentário e também da oficina. A frase de Douglas representa a percepção da maioria: “Não sabia que com a edição ficaria assim.” Para os jovens, o resultado da edição foi satisfatório.

Para definir o audiovisual, palavras como “bem desenvolvido”, “legal” e “bom” foram citadas. Como crítica, citaram a falta de um depoimento de algum jovem que tenha sofrido *bullying*, o que acrescentariam ao filme.

Para os jovens, a elaboração do roteiro foi considerada a tarefa mais difícil, pois não tinham conhecimento de como isso era realizado e se sentiram confusos. A presença das imagens após as gravações auxiliou na montagem.

Uma forte salva de palmas encerrou o último encontro, com o pedido de mais uma oficina de educomunicação, a fim de elaborarem mais um documentário.

Avaliação da oficina na visão dos jovens

Mais conteúdo prático e menos teórico. Em resumo, foi o que os jovens solicitaram durante a avaliação da oficina. Segundo eles, os ensinamentos sobre planos de filmagem e as práticas com as câmeras foram muito importantes, contudo, queriam ter tido mais oportunidades para executar o aprendizado em aula.

Consideraram o primeiro encontro ruim e sonolento, pois, além de teórico demais, houve a exibição dos três vídeos seguidos, deixando-os cansados. Consideraram o melhor encontro aquele em que ocorreu a definição do tema do audiovisual, pois tiveram liberdade para falar e todos participaram.

Conclusão

Muito além de uma associação entre educação e comunicação, por meio das tecnologias midiáticas, os processos educacionais são importantes para o desenvolvimento do senso crítico acerca de assuntos que fazem parte do cotidiano. O processo exige dos participantes interações com a sociedade por meio das mídias.

O trabalho desenvolvido com jovens do Centro de Referência de Assistência Social (Cras), do município de Roca Sales, evidenciou que, quando se aplicam técnicas educacionais para o desenvolvimento de um audiovisual com tema livre, sobre uma questão ambiental, escolheram retratar o seu cotidiano, tornando a escola como ambiente, e não um tema ecológico. O tema *bullying* surgiu espontaneamente e foi amplamente discutido antes do desenvolvimento do documentário, o que evidenciou um forte interesse de falarem sobre o assunto.

Quanto às oficinas de comunicação realizadas com os jovens, algumas observações são importantes. Os conteúdos abordados devem ser bem elaborados para cativar os participantes. Um exemplo é que os jovens consideraram o primeiro encontro da oficina o menos atrativo por ser muito teórico. Isso gerou a desistência de participantes para a segunda aula. As três pessoas que desistiram não compareceram mais às reuniões. Por isso, notou-se a importância de o material ser atrativo no momento da apresentação.

Outro ponto a destacar é o número de participantes e a atenção que o mediador deve ter durante as gravações. Para um melhor desenvolvimento do trabalho, é necessário um número menor de pessoas, pois, inúmeras vezes, durante a captação de imagens, alguns integrantes ficaram sem função. Isso reflete, também, no fazer do mediador, pois ele não consegue dar atenção simultânea a todos, o que gera algumas situações, como imagens desfocadas.

Também é importante o tempo de duração da oficina. Deve-se limitar o projeto com uma duração estimada de duas horas por oficina, pois os participantes tendem a perder o foco em encontros muito longos.

Quanto ao contato com as tecnologias midiáticas, nesse caso, as câmeras, os participantes relataram que se pode utilizar mais as câmeras durante as oficinas e não apenas em alguns encontros. Eles compreenderam que a tecnologia é um dispositivo de comunicação e que se pode desenvolver diversos trabalhos utilizando-a.

Por fim, sugere-se, como mediador, que se busque identificar dentro de uma oficina educacional um participante que possa ser um líder no processo. Isso se faz importante, uma vez que facilita a distribuição de tarefas entre os integrantes e pode haver uma melhor compreensão das ideias ao longo do trabalho.

Referências

BARBERO, Jesus Martín. **A comunicação na Educação**. São Paulo: Contexto, 2014

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70,c1977

DA FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa – Análise de Conteúdo. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio, organizadores. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**, - 2ª edição 2006; 2ª reimpressão – São Paulo, SP: Atlas, 2008.

DA ROCHA, Ana Luiza Carvalho da ECKERT, Cornélia; **Etnografia: Saberes e Práticas**, Revista Iluminuras, 2008

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e Tecnologias – O novo ritmo da informação**. São Paulo. Papyrus, 2008

Ministério do Meio Ambiente. **Educomunicação** Link <<http://www.mma.gov.br/educacao-ambiental/educomunicacao>> Acessado dia 14 de junho de 2018

SCHAUN, Angela. **Educomunicação: reflexões, princípios**. Rio de Janeiro; MAUAD, 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Vídeo aula – Educomunicação**, 2012. Disponível em link <<https://www.youtube.com/watch?v=8iMyk4ddXZI>> Acessado em: 14 de junho de 2018