

# NÓS DA ESCOLA

**MULTIRIO**

Ano 2 • nº 21 • 2004 • [www.multirio.rj.gov.br/nosdaescola](http://www.multirio.rj.gov.br/nosdaescola)

## Alianças pela qualidade

Os compromissos estabelecidos na 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes

ISSN 1676-5141



9 771676 514214 00021

Desenho do aluno  
Leonardo Pereira Sant'Anna,  
da Escola Municipal Alagoas,  
Pilares, Zona Norte.



# NÓS DA ESCOLA

ano 2 nº 21 2004

## editorial

Aposta na interação 4

## cartas

Homenagem e Caleidoscópio 5

## ponto e contraponto

O poder da mídia 6

## zoom

Juventude antenada 10

## atualidade

Revolução digital 12

## pé na estrada

O papel da mídia na educação 14

Quando navegar é preciso 16

## capa

4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes 18

## entrevista

Inês Vitorino Sampaio 26

## especial

Panorama Mundial 28

## caleidoscópio

Mídia de todos, mídia para todos 30

## agenda

Simpósios, cursos e oficinas 33

## tudoteca

Para sua atualização 34

## MULTIRIO

Empresa Municipal de Multimeios Ltda.

Largo dos Leões, 15 - 9º andar - Humaitá - Rio de Janeiro - RJ - CEP 22260-210 - [www.multirio.rj.gov.br](http://www.multirio.rj.gov.br)  
ouvidoriamultirio@pcrj.rj.gov.br - Central de atendimento: (21) 2528-8282 - Fax: (21) 2537-1212

Maria Inês Delorme Diretora de publicações e jornalista responsável (MTb. 22.628) • Éliada Vaz Assessora de comunicação e ouvidora • Antonio Castro Assessor artístico • Guaira Miranda Gerente de multimídia

Equipe de produção: Alberto Jacob Filho Fotografia • Cristina Campos, Joanna Miranda e Suely Barreto Conteúdo • Luiz Fernando Carvalho Estagiário • Elias Moraes Produção gráfica • Marcus Tadeu Tavares e Marcelo Rocha Reportagem • Martha Neiva Moreira Edição • Nancy A. Soares Revisão • Tania Oliveira Projeto gráfico • Erick Grigorovski Ilustração • Luciana Gobbo Direção de arte, diagramação

Esdeva Indústria Gráfica S/A Impressão CTP • Tiragem 40 mil exemplares

# Aposta na interação

A 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes, realizada em abril passado, ratificou, de uma vez por todas, o quanto é rica e necessária a participação de professores no debate e na produção de mídia de qualidade para o público infanto-juvenil. Participação vista com surpresa, curiosidade e admiração por boa parte dos produtores, pesquisadores e profissionais da indústria global de mídia que aqui estiveram.

Os projetos apresentados por algumas de nossas escolas municipais revelaram o criativo trabalho que alunos e professores realizam conjuntamente na discussão e na produção de diversos produtos de mídia – deixando claro o enorme potencial que a escola tem, nos dias de hoje, de educar para e com a mídia, formando não apenas crianças e adolescentes produtores, mas também consumidores críticos.

Proposta que foi inclusive defendida com veemência pelo pesquisador Néstor García Canclini, um dos principais conferencistas do encontro. Segundo ele, é preciso dar aos alunos uma educação vinculada com o que aprendem nas telas de televisão e nos jogos eletrônicos. “Só que oferecendo explicações e um horizonte histórico e estético mais amplo que o dos entretenimentos domésticos. A educação formal precisa da televisão e dos computadores para relacionar-se com a vida cotidiana dos estudantes e habilitá-los para o futuro”, defende o pesquisador.

A tarefa não é fácil. Afinal, vivemos, cada vez mais, em um mundo formado por diversas vozes e interesses dissonantes. Mas é preciso acreditar e apostar neste trabalho.



**Maria Inês de Carvalho Delorme**



## Homenagem à professora

### Sônia Fernandez

Seu olhar observador e firme, que lia entrelinhas no discurso do professor, atentamente ouvia e mediava com tanta propriedade na intenção de esclarecer ou apoiar as idéias e as questões. Com uma visão privilegiada, sabia que a educação precisava ser revisada e sabia que junto a esta empreitada tinha que contar com o “sujeito” desse movimento dialógico: o professor. Mostrou-nos que neste universo somos as estrelas, mas sem ostentação. Posicionou-nos frente a uma batalha, que nos assustou, mas incentivou-nos a enfrentar o desafio. Fundamentou-nos, oferecendo palestras, centro de estudos, bibliografia específica, livros contextualizados, seminários... É notório saber que não solucionaríamos os problemas, mas somos o canal de um diálogo. Onde o *feedback* era ajustado conforme as possibilidades políticas, sociais e econômicas dentro do cenário educacional. Esta ação dialógica, com certeza, fará parte da história do ensino municipal do Rio de Janeiro. “Era uma guerreira” (Edjane Fontes/7ª CRE), que lutava para que o professor brilhasse cada vez mais e com isto “ela deu visibilidade ao professor” (Kátia Daim/4ª CRE). Na minha atuação profissional, não sou mais a mesma depois que conheci a professora Sônia Fernandez e sua equipe pedagógica. Aprendi a conhecer e compreender este complexo educacional.

**Marleyde Ferreira Fernando**  
Membro da Comissão de Professores 7ª CRE (via e-mail)

## Caleidoscópio

A reportagem sobre o Click TV (**Nós da Escola** nº 19) me chamou muito a atenção. É um jogo que traz a possibilidade de argumentação crítica para dentro da sala de aula e nossos alunos utilizam cada vez menos esta prática. Muitas vezes percebemos nas manifestações diante de alguma discussão durante a aula respostas monossilábicas, frases interrompidas e dificuldades no emprego do vocabulário. Como os motivos para tal comportamento são os mais variados – timidez e defasagem de leitura – o jogo apresenta uma alternativa extremamente saudável e estimulante. O Click TV aborda produções da mídia mais atrativa e sedutora para as nossas crianças e adolescentes: a TV. A empatia é imediata e os alunos se sentem à vontade para argumentar e criticar. Eles começam muitas vezes a perceber questões éticas, culturais, sociais, que muitas vezes não assimilam simplesmente vendo o programa em casa. O fato de haver um júri, um grupo de defesa e outro de ataque também enriquece e estimula a argumentação, a criatividade e a coerência, para que possa acontecer o convencimento e atinja o objetivo aparente de vencer o jogo. Espero e torço para que o Núcleo de Publicações da MULTIRIO desenvolva, crie, outros jogos que auxiliem o trabalho do professor em sala de aula.

**Anna Paula Meirelles**  
E.M. Marechal Canrobert Pereira da Costa (via e-mail)

N. da R. - Professora, sua mensagem é extremamente estimulante para a equipe da Nós da Escola. Obrigado!



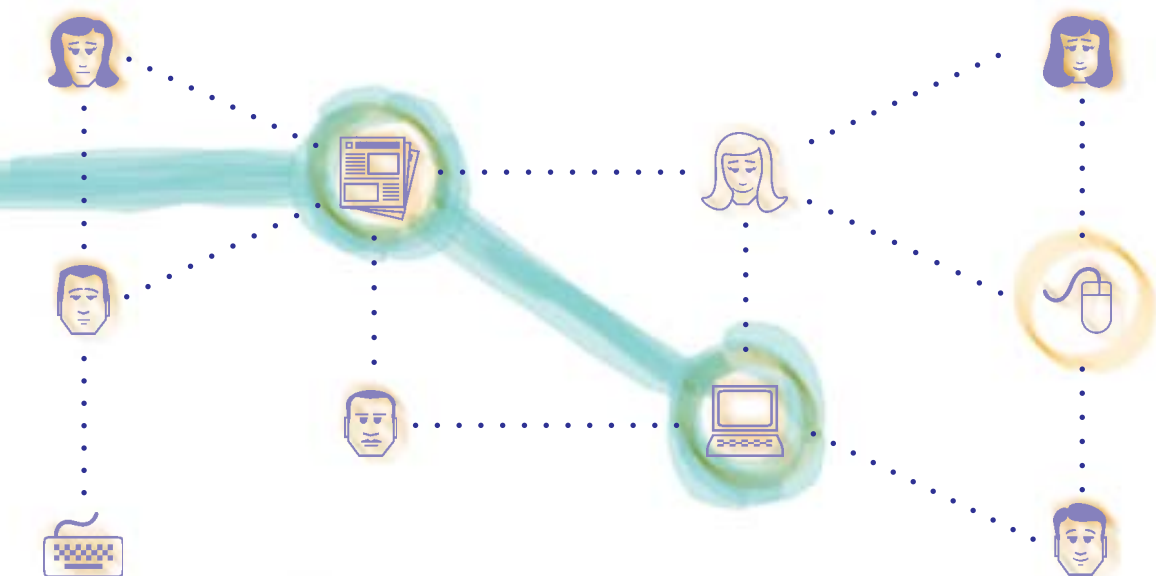
Escreva para:  
MULTIRIO - Largo dos Leões, 15 - 9º andar - Humaitá - CEP 22260 210 - Rio de Janeiro - RJ  
ou mande um e-mail para [dpub\\_multirio@pcrj.rj.gov.br](mailto:dpub_multirio@pcrj.rj.gov.br)  
Visite nosso site [www.multirio.rj.gov.br](http://www.multirio.rj.gov.br)



# Criador e criatura

Consumidores, produtores e dependentes. Nossa relação com a mídia é tamanha que **não conseguimos mais viver sem ela**. A mídia está em todos os lugares, em todos os momentos – seja auxiliando, informando, entretendo ou educando. Há quem diga que não sabemos dominá-la. Que no jogo da vida nós, seres humanos, muitas vezes é quem somos dominados, subjugados, persuadidos e influenciados por ela. Estudá-la é, portanto, essencial e urgente. A afirmação é de Roger Silverstone, conceituado professor de mídia e de comunicações da London School of Economics and Political Science, do Reino Unido. Autor do livro “Por que estudar a mídia?”, o professor tem absoluta certeza de que os meios de comunicação influenciam o cotidiano das pessoas, embora não se possa, na prática, medir esses efeitos. Em entrevista exclusiva, Silverstone destaca que a mídia faz parte, hoje, de nossa organização de espaço e tempo. Ela nos oferece pontos de referência, pontos de parada, pontos para o olhar de relance e para a contemplação, pontos de engajamento e oportunidades de desengajamento. Os infinitos fluxos da representação da mídia são interrompidos por nossa participação neles. “A maioria das pessoas acredita ser tão equilibrada em suas relações com o mundo da mídia como é em relação às suas próprias vidas. Talvez seja melhor crer nisto, mas, na verdade, estamos apenas surfando – e não nadando – no mar da mídia. Falta muito para dominá-la”, afirma.





O título do seu último livro – **Por que estudar a mídia?** – é bastante sugestivo. Mas, afinal, por que devemos nos dedicar a este assunto?

Porque precisamos compreender o processo de mediação, compreender como surgem os significados, onde e com quais conseqüências. Porque precisamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, onde ele é distorcido pela tecnologia ou de propósito. Porque necessitamos compreender sua política, sua vulnerabilidade ao exercício do poder; sua dependência do trabalho de instituições e indivíduos; e seu próprio poder de persuadir. A mídia é e sempre será importante. Ainda mais agora que ela está estabelecida como uma estrutura primária de nossas vidas para dar sentido ao mundo e nosso lugar nele. Poder nada inocente. Algumas vezes, benevolente, outras vezes, não. Em ambos os casos – e precisamos distinguir quais e em quais circunstâncias – é necessário compreender como ele é exercido, por quem, com quais conseqüências, além de como este poder pode ser transformado ou contido. Devemos estudar a mídia porque queremos respostas a muitas questões, respostas que não podem ser conclusivas e que, de fato, não devem ser. Precisamos examinar a mídia como um processo, como uma coisa em curso e uma coisa feita, em todos os níveis, onde quer que as pessoas se congreguem no espaço real ou virtual, onde se comunicam, onde procuram persuadir, informar, entreter, educar, onde procuram, de múltiplas maneiras e com graus de sucesso variáveis, se conectar umas com as outras. Entender a mídia como processo também implica um reconhecimento de que ele é fundamentalmente político ou talvez, mais estritamente, politicamente econômico.

*// Devemos estudar a mídia porque precisamos compreender o processo de mediação, compreender como surgem os significados, onde e com quais conseqüências. Necessitamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, onde é distorcido pela tecnologia ou de propósito //*

Você acredita que as pessoas sabem utilizar o poder da mídia com sabedoria?

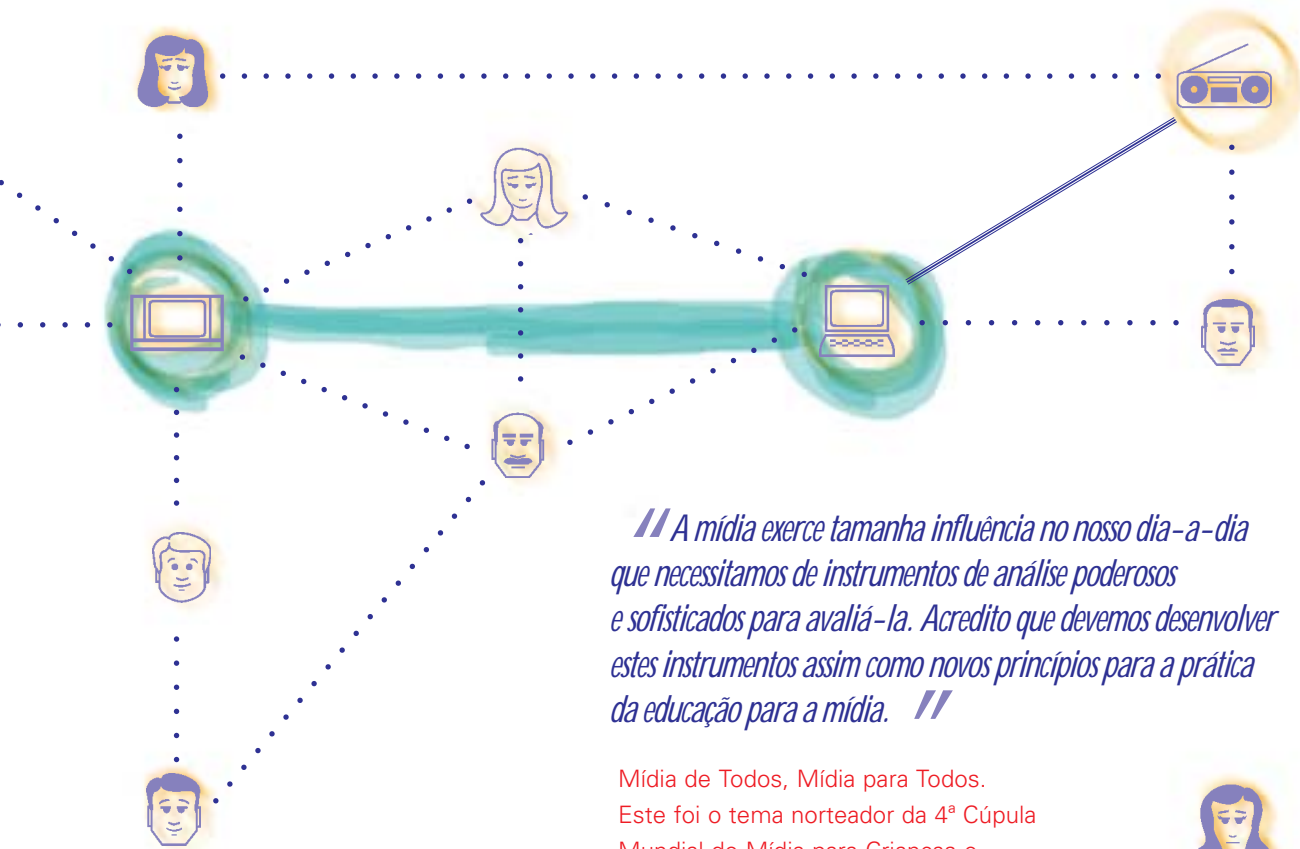
Hoje, todos crescem cercados pela mídia. Ela é parte da nossa vida social, embora possa não ser o caso das pessoas da minha idade - avôs e avós, que vivemos em outra era. Daí a nossa surpresa ao ver filhos e netos tão interligados às representações da mídia e à sofisticação em lidar com uma mídia que parece extraordinariamente complexa e muitas vezes sem sentido algum. Há uma habilidade e uma sinergia imensa entre os usuários dos meios de comunicação de massa. Usam a mídia de forma criativa a ponto de aumentar ou diminuir a capacidade que têm de gerenciar suas próprias vidas cotidianas. Mas esta habilidade e sinergia são superficiais. De fato, são bastante superficiais. Elas requerem cumplicidade e uma aceitação fria da falsa representação e da equidade da mídia. A maioria das pessoas acredita ser tão equilibrada em suas relações com o mundo da mídia como é em relação às suas próprias vidas. Talvez seja melhor crer nisto, mas é possível afirmar que estamos apenas surfando e não nadando no mar da mídia. Falta muito para dominá-la.

Você acredita que a mídia pode afetar a rotina dos jovens? Como educar as crianças a respeito da mídia?

Evidentemente a mídia causa efeitos, embora não necessariamente diretos e significativamente mensuráveis. A história da pesquisa da comunicação de massa foi dominada por tentativas de medir tais efeitos, mas as metodologias empregadas raramente conseguiram dar conta da sutileza, da profundidade e dos efeitos a médio e longo prazos da mídia e da sua capacidade de construir cultura. Esta análise depende do reconhecimento de que a mídia tem um *status* estrutural e até mesmo um *status* ontológico no nosso cotidiano. Portanto, sim, a mídia afeta nossa rotina. Influência que de certa forma pode ser amenizada. Mas devemos considerar a mídia como um efeito: efeito de ação em todos os diferentes níveis da sociedade. Uma coisa é certa: a mídia exerce tamanha influência no nosso dia-a-dia que necessitamos de instrumentos de análise poderosos e sofisticados para avaliá-la. Acredito que devemos desenvolver estes instrumentos assim como novos princípios para a prática da educação para a mídia. Na minha avaliação, os jovens devem ser mais instruídos para lidar com o processo de representação da mídia. Capacitação que deveria fazer parte da educação básica, hoje e sempre.

*// A maioria das pessoas acredita ser tão equilibrada em suas relações com o mundo da mídia como é em relação às suas próprias vidas. Talvez seja melhor crer nisto, mas é possível afirmar que estamos apenas surfando e não nadando no mar da mídia. Falta muito para dominá-la //*





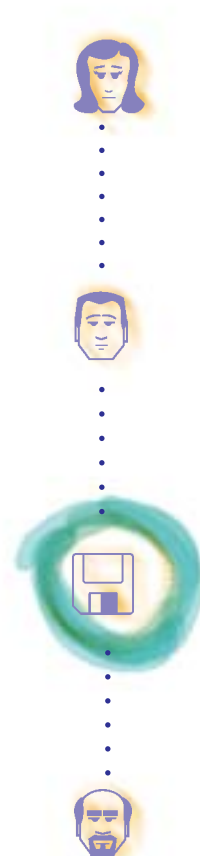
A qualidade é um conceito difícil de definir até mesmo por especialistas. Como podemos definir o que seja uma mídia de qualidade?

A qualidade é um tema difícil. Juízos sobre qualidade são sempre subjetivos. De certa forma, eu acho que não vale a pena tentar defini-lo como uma propriedade da mídia. Conseqüentemente, podemos pensar qualidade não como algo intrínseco ao programa, seriado ou portal da internet, mas como algo intrínseco à natureza do relacionamento que as audiências e usuários podem construir com estes programas ou seriados, assim como à natureza dos relacionamentos que produtores têm com seus sujeitos, com suas imagens ou com seu público. Podemos pensar em questões como honestidade, responsabilidade, confiança... A qualidade se torna, portanto, uma categoria ética e não estética, embora estes conceitos nunca possam ser totalmente separados.

*// A mídia exerce tamanha influência no nosso dia-a-dia que necessitamos de instrumentos de análise poderosos e sofisticados para avaliá-la. Acredito que devemos desenvolver estes instrumentos assim como novos princípios para a prática da educação para a mídia. //*

Mídia de Todos, Mídia para Todos. Este foi o tema norteador da 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes, realizada em abril passado, no Rio de Janeiro. O que o senhor acha deste tema?

Talvez "Mídia de mais, Mídia para mais" fosse mais realista. Mas o princípio é bom. A expectativa de que todos devemos ter uma voz na mídia é necessária, embora com certeza não devemos subestimar a luta que isto nos implicaria e as obrigações que a nós se imporiam por ganharmos esta voz. O pluralismo dentro dos espaços midiáticos é essencial, mas pluralidade na produção não garante a pluralidade na recepção. E a expansão na mídia pode produzir tanto uma exaustão de imagens e textos quanto, por outro, uma fragmentação do social potencialmente perigosa. Com certeza, existe uma grande luta a ser feita contra o crescente controle que poucas corporações dominantes da mídia têm sobre as mídias locais, regionais e nacionais, incluindo a comunicação na internet. Como um chamado político, este seria um grande tema para ser discutido por toda a sociedade. □



# Juventude antenada

Os jovens nunca tiveram **tanto acesso à informação** como hoje. Internet, jornal, revista e TV são alguns dos meios de comunicação mais acionados quando eles querem se informar. Mesmo aqueles pouco interessados sobre o que acontece a sua volta se vêem obrigados a saber dos fatos da sua cidade, do país e do mundo. Principalmente se querem passar no vestibular ou ingressar no competitivo mercado de trabalho, presente cada vez mais cedo na vida dos adolescentes. Mas onde buscar o conteúdo? Este é um outro problema que os jovens enfrentam. O excesso de informações, muitas vezes de origem duvidosa, faz com que a garotada entre 15 e 17 anos busque o conhecimento somente nos principais veículos de imprensa. O que pode afetar seu senso crítico, já que se habitua a fazer uma 'leitura' dos fatos apenas de um determinado ponto de vista. Leia, a seguir, os depoimentos de alguns desses jovens sobre a procura da informação nas múltiplas mídias. Eles apontaram os veículos que mais consultam e com que regularidade. Além disso, falam da importância de se manterem atualizados nos dias de hoje e mostram que, apesar da pouca idade, já possuem opiniões bastante sólidas. Essa geração, com certeza, tem o que dizer.



**Flávio Renato Morgado  
Ferreira da Silva**  
15 anos

Leio jornal, principalmente as sessões de esporte e televisão. Gosto de acompanhar o noticiário de futebol e ler as notinhas sobre os artistas de TV. Mas, se na primeira página do jornal tiver alguma notícia que me interesse em outras sessões, leio também. Da TV, gosto dos noticiários RJTV e Jornal da Globo e do Globo Esporte. Hoje, não dá para ficar alienado, sem saber nada.



**Yanna Miranda Neiva Moreira**  
17 anos

Nos dias de hoje, estar atualizado é essencial. Internet, revistas, jornais e televisão são as minhas fontes de informação. Como vivemos em sociedade, é importante estarmos por dentro do que acontece no mundo. Na TV, geralmente assisto ao RJTV e ao Jornal Nacional. Além disso, como vou prestar vestibular, leio sempre jornal, principalmente para me informar sobre os fatos relacionados à política contemporânea.



**João Marcelo Campos Cortat**  
15 anos

Pratico water polo e me interesse pelas notícias de esporte. Geralmente assisto TV, Globo Esporte e filmes, mas leio o jornal sempre que vejo uma manchete interessante na primeira página. Acho importante, para sobreviver, saber o que está acontecendo na cidade, saber sobre a violência, sobre economia.



**Ronny Batista da Silva**  
17 anos

O jornal é minha principal fonte de informação. Sempre, pela manhã, passo em uma banca próxima de casa para ler as notícias do dia. No local em que trabalho também tenho a oportunidade de dar uma olhada em outros jornais e ver os concursos públicos que serão realizados. Gosto de me manter atualizado porque na escola que estudo os professores perguntam sempre sobre o que acontece na nossa cidade. Quando tenho tempo à noite, vejo o RJTV e o Jornal Nacional.



**Alfredo Carlos Bertelli Soares**  
17 anos

Gosto de me informar pela Internet, pois é o meio de comunicação mais prático e objetivo. Leio também revistas especializadas em surf, esporte que pratico, e a VEJA para saber das atualidades. Prefiro as revistas porque se aprofundam mais nos temas que abordam. Se não soubermos o que está acontecendo no nosso cotidiano poderemos perder boas chances de emprego ou ainda ter dificuldades nas provas do vestibular.

# Revolução digital

**Novo sistema de TV** permitirá que espectador acesse a internet pelo controle remoto

Há muito que se fala no Brasil da implantação da TV Digital. Em 1994, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão iniciou pesquisas sobre o tema. De lá para cá, muito já se andou na direção de ‘popularizar’ esta tecnologia, adotada em países europeus, Estados Unidos e Japão. Para quem não sabe o que é TV Digital aí vai a explicação: é o sistema de transmissão, recepção e processamento de sinais de alta definição, compactados em formato digital, que podem ser enviados via satélite, por microondas e cabos.

Para quem quer entender melhor, o jornalista Gustavo Gindre, do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura (Indecs), esclarece: “podemos dizer que é uma espécie de ‘casamento’ entre a TV convencional e a internet”. O resultado é uma TV totalmente interativa, como a internet, com som límpido, imagem de alta definição, sinal estável, recepção móvel (celulares, palm tops etc.) e inúmeros canais à disposição do espectador.

Esse potencial interativo, aliado às outras características técnicas, vai promover uma revolução tanto para quem produz TV como para quem é espectador. Do ponto de vista de quem estará assistindo (ou seria melhor dizer interagindo?), as mudanças são radicais: o espectador (ou usuário?) poderá interferir na programação escolhendo o que quer receber em seu monitor; poderá também manipular uma imagem, mudando, por exemplo, câmeras de lugar; ou ainda “clicar” com o auxílio do controle remoto em uma imagem e ter acesso a um conteúdo sobre ela. Além disso, será possível fazer transações bancárias e comerciais e *download* de conteúdos diversos como softwares, músicas, filmes.

A forma de produzir conteúdo para essa TV totalmente interativa, com inúmeros canais e possibilidade de recepção móvel, também mudará radicalmente. Sobre isso, o jornalista Nelson Hoineff escreveu: “As capacidades mais importantes da televisão digital, no que diz respeito ao conteúdo, repousam, em primeiro lugar, no extraordinário aumento da portabilidade de sinais – portanto da demanda de conteúdo. Em segundo, na criação de formas de narrativas originais, que não signifiquem a multiplicação do conteúdo como ele é elaborado hoje, mas na criação de novos modelos, novas formas, que levem em conta os potenciais interativos, por exemplo; ou estéticas próprias para TV de alta definição, ou ainda, a construção de conteúdos multifacetados”.

Para Hoineff a construção de conteúdo na nova realidade digital tem importância análoga ao do desenvolvimento de softwares, quando o mercado de informática começou a migrar das grandes empresas para o consumidor. “Quem desenvolver conteúdo digital adequado vai sair na dianteira quando o sistema for implantado. E conteúdo digital não quer dizer programação gravada e finalizada digitalmente; significa, isto sim, conteúdo que reconheça as peculiaridades do sistema (formas interativas, entre outras) e crie a partir daí”, define o jornalista no artigo *Produção de conteúdo, eis a questão* (Observatório da Imprensa – 24/06/03).

Apesar de ser hoje um dos maiores consumidores do mundo de televisão, o Brasil não tem uma produção ativa de programação. “O brasileiro vê mais televisão que quase todos os outros povos, mas pouco se reconhece nela”, observa Hoineff.

O que o faz afirmar que o calcanhar-de-aquiles da questão digital não está na opção pela tecnologia, mas na opção sobre o que fazer com o conteúdo que essa nova televisão vai consumir.

O debate que está em curso nas esferas governamentais, no entanto, passa menos pela questão do conteúdo do que pela opção tecnológica a ser adotada por aqui. Na última reunião de trabalho do Comitê Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), instância criada pelo Ministério das Comunicações para impulsionar o trabalho de pesquisa para o desenvolvimento desta tecnologia no país e que reúne 23 entidades, o principal tema debatido foi o modelo de sistema brasileiro. Importaremos um ou teremos o nosso?

A opção, parece, é tentar desenvolver um modelo nacional. No encontro o ministro das Comunicações, Eunício Oliveira, reiterou o interesse do governo no desenvolvimento de uma tecnologia nacional para a implantação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). “Não temos por que não acreditar num padrão brasileiro”, declarou. No momento, o governo federal, por meio da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) está inscrevendo instituições (universidades, institutos de pesquisas) interessadas em estudar o assunto. Até o dia 30 de setembro, as entidades habilitadas serão contratadas e terão até o dia 10 de março de 2005 para apresentarem suas propostas. As pesquisas devem custar cerca de R\$ 65 milhões em recursos do Funtel (Fundo Nacional de Telecomunicações) – R\$ 50 milhões para as instituições de pesquisa e R\$ 15 milhões para o CPqD, o centro de pesquisa que no passado pertencia à Telebrás.



Todo o esforço para desenvolver um padrão nacional de televisão digital – e não apenas importar um dos três modelos vigentes hoje no mundo – tem a ver, entre outras questões, com a idéia da inclusão digital/inclusão social. Hoje, menos de 8% dos brasileiros nas cidades têm acesso à internet e, na região rural, o índice é de apenas 0,02%. Espera-se que a transmissão pelo novo sinal possa transformar cada aparelho de TV em uma porta de entrada para a rede mundial de computadores, permitindo, entre tantas outras estratégias de inserção social, que promova cursos de educação à distância.

Para garantir o acesso de grande parte da população, será necessário o desenvolvimento de transcodificadores que, na prática, fazem com que uma TV comum possa funcionar como uma digital e que também pode ter funções de um computador conectado à internet. Dados do IBGE mostram que há no país cerca de 54 milhões de aparelhos de TV, que atendem a 90% da população. Mas apenas 7% dessa fatia podem pagar por uma assinatura de TV a cabo ou por satélite. Por conta disso, a outra preocupação do governo é garantir o acesso ao conteúdo digital de forma gratuita pela TV aberta. □

# Papo de gente grande

Professores e alunos de 16 escolas da rede municipal debatem o **papel da mídia na educação** e no cotidiano



O objetivo é o mesmo, assim como a vontade e o entusiasmo. Professores e alunos de 16 escolas municipais vêm se reunindo desde o ano passado para trocar experiências e debater sobre o papel da mídia na educação e no cotidiano das crianças e adolescentes. Por conta própria, uma vez por bimestre, o grupo coloca o *pé na estrada* rumo a um novo encontro que acontece sempre em uma escola diferente. Processo que favorece a integração dos participantes, eleva a qualidade das discussões, a auto-estima da turma e estabelece uma rede de interações. Pequena, à primeira vista, mas que vem se articulando e ganhando visibilidade.

De diferentes bairros e realidades, trocam idéias, experiências e informações. Analisam criticamente o que a mídia e eles próprios produzem em suas escolas. Bagagem? Isto eles têm de sobra. Afinal, promovem e desenvolvem já há alguns anos projetos, produtos e debates sobre o tema, como explica Elizabeth Caldas de Almeida, professora da Sala de Leitura da Escola Municipal Leonel de Azevedo: “Há muito tempo produzimos mídia com e para nossos alunos. Chegou a vez de mostrar a nossa cara e nossas produções. Temos que aproveitar a oportunidade e unir professores e estudantes nesta direção”.

Palavras de professor que inspiram e se transformam em ações e idéias originais defendidas pelos alunos. Que o diga Larissa Paes Loureiro, da Escola Municipal Ruben Berta, em Bangu. Militante ativa de todos os encontros, ela sugeriu aos professores a realização de uma minicúpula em sua escola para discutir os problemas internos: “Utilizando a mídia, é claro, para debater estes assuntos e quem sabe resolvê-los”. Larissa é apenas um dos muitos alunos que vem percebendo que a mídia pode e deve ser utilizada tanto para o entretenimento

mento quanto para a educação e cultura. E mais do que isso: ela e seus amigos vêm descobrindo que também podem ser produtores de mídia, mas com responsabilidade e de forma inclusiva e participativa. Diferentemente de gerações anteriores, eles agora entendem, compreendem e aceitam que o planeta é formado por um mundo de muitas vozes e que, portanto, é preciso respeitá-las sem distinção – a chave de uma mídia de qualidade.

Exatamente o que vem aprendendo o aluno Bruno Lopes, da 5ª série da Escola Municipal Humberto de Souza Melo, em Vila Isabel. A explicação é de sua professora Tânia Mara Antunes: “Ao participar de todo este processo e, inclusive, da 4ª Cúpula, o Bruno cresceu muito. Ele sempre esteve ligado a algum tipo de mídia na escola, discutindo e produzindo. Mas agora ele faz mídia entendendo a responsabilidade do seu trabalho. Ele fala isso toda hora”, comemora.

É isto que faz a diferença, segundo Elienai Souza, aluna da Escola Municipal Leonel Azevedo, na Ilha do Governador. “Nós jovens temos um papel muito importante e às vezes desconhecemos nossa força. Esses encontros são legais porque nos ajudam a reconhecer nosso potencial, a discutir a mídia de forma livre. Falamos o que pensamos, fazemos, queremos e desejamos. Concordamos com uns e discordamos de outros. Mas é assim que chegamos a um consenso, a um entendimento”, destaca.

Papo de gente grande, clichê, diriam alguns. Mas não é. Quem conversa com estas crianças vê que o discurso é sólido, coerente e seguro. Afinal, assim como em outras escolas da rede, todo este debate já faz parte do planejamento dos professores. Na opinião da professora Elizabeth de Almeida isso é mais do que um dever do educador: é uma missão. “Temos que instigá-los e trazer à tona estes e outros temas, ontem, hoje e sempre. Na verdade, acredito que esta seja nossa missão como educadores. Temos que abrir as portas, divulgar suas capacidades, seus trabalhos, seus gritos de socorro. Temos o dever de ajudar a construir um mundo melhor”. □

## Encontro marcado

Em novembro do ano passado, quando professores e alunos da Rede Municipal foram convidados para participar mais continuamente dos encontros preparatórios da 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes - principalmente com vistas ao Fórum dos Adolescentes -, algumas escolas tiveram dificuldades em marcar presença. O deslocamento dos estudantes aos locais de reunião era um complicador.

Daí surgiu a idéia de criar uma série de encontros entre as escolas para traçar a participação na 4ª Cúpula. A primeira reunião aconteceu em dezembro de 2003, na Escola Municipal 25 de Abril, em Jacarepaguá. Em um segundo momento, os profissionais e estudantes se encontram no Pólo de Educação pelo Trabalho Alzira Araújo. Em abril, a grande maioria participou da 4ª Cúpula. Em maio, novo encontro. Desta vez na Escola Municipal Leonel de Azevedo, na Ilha do Governador. Lá, professores e alunos analisaram os resultados da Cúpula e decidiram dar continuidade aos encontros. O próximo está marcado para agosto, na Escola Municipal Ruben Berta, em Bangu. Na pauta: a carta de princípios elaborada pelos adolescentes que participaram da 4ª Cúpula. O trabalho vem dando tão certo que o grupo iniciou uma série de encontros com professores e alunos do Colégio Santo Inácio, Zona Sul do Rio, onde discutem – em oficinas de TV, vídeo e internet – ética e criatividade na produção de mídia.

## Escolas que já participaram

- Pólo de Educação pelo Trabalho Alzira Araújo
- Escola Municipal Barão de Santa Margarida
- Ciep Dr. Adão Pereira Nunes
- Escola Municipal Baden Powell
- Escola Municipal Emílio Carlos
- Escola Municipal Fernando de Azevedo
- Escola Municipal 25 de Abril
- Pólo de Educação pelo Trabalho José Emygdio de Oliveira
- Escola Municipal Leonel Azevedo
- Escola Municipal Charles Dickens
- Núcleo de Arte Silveira Sampaio
- Pólo de Educação pelo Trabalho General Humberto de Souza Mello
- Escola Municipal Ruben Berta
- Escola Municipal Vicente Licínio Cardoso
- Escola Municipal Presidente Médici
- Núcleo de Arte Alencastro Guimarães

# Quando navegar é preciso

Atividades realizadas para **além dos muros da escola** ajudam a garantir o sucesso do planejamento

## Saiba mais

Pedagogia Freinet:  
teoria e prática.  
Marisa Del Cioppo Elias (org.).  
Campinas: Papyrus, 1996.

Seguindo os passos do educador francês Célestin Freinet, o professor de Ciências, José Cardoso, da Escola Municipal Pereira Passos, situada no bairro do Rio Comprido (1ª CRE), promoveu um encontro dos alunos com a história da cidade para além dos muros da escola.

Para saber mais sobre os acontecimentos históricos e sociais da ilha onde mora, o professor Cardoso foi à Biblioteca Nacional, no centro do Rio de Janeiro, pesquisar sobre Paquetá. No meio de vários documentos, encontrou um artigo de Ferreira Rosa, editor da revista *O Comentário*, número 3, de 1904, sobre a primeira *Festa da Árvore do Rio de Janeiro*. O artigo chamou a atenção de Cardoso por narrar a ida do então Prefeito do Distrito Federal, o engenheiro Pereira Passos, para a Ilha de Paquetá plantar a árvore comemorativa.

A Academia de Artes, Ciências e Letras de Paquetá e o 48º Grupo de Escoteiros São Roque preparavam-se para comemorar o centenário da 1ª Festa da Árvore do Rio de Janeiro. Cardoso não pensou duas





vezes: sua pesquisa e a vontade de dar significado à data, o fez propor à coordenadora pedagógica Léa Regina um trabalho sobre o evento e a participação do patrono da escola na história da cidade.

Os professores Léa e Cardoso em pouco tempo estavam com um projeto pronto para trabalhar com alunos da 5ª e 6ª séries, auxiliados por outros profissionais, como, por exemplo, a professora Terezinha, de Língua Portuguesa, e o Dr. Raymundo Rebello, diretor cultural da Academia de Artes, Ciências e Letras de Paquetá. Além do trabalho de pesquisa dentro da escola, foi previsto um passeio até a ilha onde os alunos leram trechos sobre a vida de Pereira Passos, plantaram um flamboyant e descerraram uma placa comemorativa, abençoada pelo padre Claro.

O professor Cardoso tem certeza do sucesso do projeto entre os alunos quando destaca que “as atividades didáticas externas à escola são de fundamental importância na formação do estudante, porque estabelece laços de amizade entre os colegas e professores; cria oportunidades para a prática da ética, da liderança e da solidariedade”. E completa: “Além da oportunidade de promover a interdisciplinaridade, a **aula-passeio** incentiva o hábito da observação crítica do meio ambiente, ou seja, da interferência antrópica, das riquezas paisagísticas, históricas e ecológicas. Enfim, o aluno passa a ter visão integrada de um ambiente visitado do seu próprio bairro ou de outro local”.

“Os objetivos pedagógicos da visita foram plenamente alcançados, como também os de lazer e entretenimento”, comenta a professora Léa. A garotada adorou o passeio de barco, o bolo que ganharam da comunidade e o banho de mar. A maioria dos alunos não conhecia a ilha e suas belezas naturais.

A harmonia entre o trabalho pedagógico e o administrativo foi fator fundamental para o sucesso do passeio. A coordenadora Léa, baseada nessa interação, não teve dificuldades em conseguir transporte para os alunos, junto a empresa responsável pela linha de ônibus 711. “Se efetivamente existe apoio administrativo, o pedagógico flui com total sucesso. Temos certeza que nenhuma criança esquecerá este trabalho, dado o rigor com que observamos a conduta e a participação prazerosa de cada uma”, conclui. □

## Princípios da pedagogia Freinet

O professor primário francês Célestin Freinet (1898-1966), baseado no tripé **bom senso, trabalho e sucesso**, sempre considerou a criança o centro de sua própria educação. Com isso, criou técnicas onde cada atividade era um trabalho contextualizado e criativo, decidido e organizado coletivamente pelos estudantes.

A aula-passeio, uma das técnicas criadas por Freinet, deve ser planejada em quatro etapas: motivação, preparação, ação e comunicação. A **motivação** desencadeia todo o processo. Pode surgir a partir de um filme, uma notícia de jornal, um texto ou de um comentário na roda de conversa.

Na fase da **preparação** reconhecem-se os cinco planos de ação:

**Regras** - pesquisa sobre como é o local a ser visitado, suas regras e exigências.

**Autonomia** - como cuidar de seus pertences, como organizar suas pesquisas e tirar o maior proveito possível do passeio.

**Financeiro** - listar as despesas com alimentação, transporte, material pedagógico etc., verificar fontes de subvenções e comparar preços.

**Material** - levantamento sobre normas de segurança, conhecer pontos de referências e caminho, confecção de crachás etc.

**Pedagógico** - é previsto pelos professores e alunos por meio de informações sobre o objeto que motivou a idéia do passeio. Uma turma não deve sair da escola sem uma pesquisa prévia sobre o assunto ou local que será visitado, além de levantamento de hipóteses.

No dia do passeio, o grupo de alunos deve estar orientado para explorar o máximo possível a atividade, numa **ação** social, afetiva e intelectual. A **comunicação** poderá se desenvolver por meio de múltiplas formas de expressão, utilizando diferentes linguagens para o registro das pesquisas, conhecimentos e informações coletadas.



# A qualidade em pa

4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes fomentou discussões, mostrou caminhos a serem seguidos e impactou o mercado de produções para jovens de todo o mundo. Vivemos em um contexto de muitas vozes, com diferentes realidades e interesses socioeconômicos e culturais. Mas independentemente da história de cada povo, espaço geográfico, classe social, religião, idade ou sexo, este mundo fala a mesma língua quando se debate a importância da qualidade de mídia para crianças e adolescentes. Qualidade possível de ser alcançada por meio de parcerias, vontade política e intercâmbio de experiências.

Tarefa nada fácil. Mas completamente viável, necessária e urgente, que vem sendo desenvolvida em várias regiões do Brasil e do exterior de forma exitosa, como revelou a 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes (4ª CMMCA). Encontro que reuniu 3.000 pessoas de 70 países no Rio de Janeiro, entre 19 e 23 de abril passado, na sede da Escola Naval, com o objetivo de discutir a qualidade da mídia para a infância e adolescência. Evento que entrará para a história, pois, pela primeira vez na América Latina, representantes da indústria global de mídia, pesquisadores, produtores, professores e jovens debateram juntos temas afins e estabeleceram compromissos e alianças em favor da mídia qualificada.

E o público de crianças e adolescentes, a partir de agora, só tem a ganhar. Afinal, acordos, projetos e ações começaram a ser estabelecidos para incrementar, fomentar e melhorar as produções. Interessados nesta rede de interações não faltam. Europeus, australianos, asiáticos, africanos e latino-americanos já se ofereceram para trabalhar em conjunto, disponibilizando vídeos, projetos e estudos. No Brasil, o Ministério da Cultura (MinC), em parceria com a TVE-Rede Brasil, lançou dois projetos: Curta Criança, uma série de 20 curtas-metragens para a televisão baseada nas lendas e mitos brasileiros, com episódios de 15 minutos; e Curta Criança Animação – 20 peças de animação dirigidas para crianças de 0 a 4 anos.

Crianças latino-americanas também ganharão uma nova versão da série Vila Sésamo, exibida inicialmente nos anos 70. Durante a 4ª CMMCA, o Discovery Channel firmou convênio com a rede de TV mexicana Televisa e a Children's Television Workshop para a produção de três séries anuais do seriado infantil, em espanhol, para ser exibida em 30



Um planeta. Cinco continentes. Cento e noventa e três países. Mais de 2.700 línguas são faladas no mundo. A população mundial hoje está na casa dos 6,2 bilhões.

De acordo com o Fórum Econômico Mundial, deste total 2,8 bilhões vivem com menos de US\$ 2 por dia. Destes, 1,2 bilhão vivem com menos de US\$ 1 por dia.

países da América do Sul, Caribe e Estados Unidos. Produção que, de acordo com Enrique Martinez, coordenador do Discovery para a América Latina, alcançará 12 milhões de lares. “E com qualidade, é importante destacar. Queremos valorizar a diversidade regional, a cultura e a identidade. Para isso a participação das crianças será, inclusive, gravada separadamente em cada região”, acrescenta.

No Brasil, a garotada não terá do que reclamar. O país terá sua produção própria, segundo Gary Knell, presidente da Sesame Workshop – organização sem fins lucrativos que há 36 anos lançou a Vila Sésamo nos Estados Unidos. Palestrante da 4ª Cúpula Mundial, Gary aproveitou o evento para fechar os últimos detalhes do lançamento da nova série brasileira com o Canal Futura. A Sesame Workshop será apenas consultora do projeto. A concepção e a produção da nova Vila Sésamo brasileira ficarão a cargo da equipe do Canal Futura, que terá a ajuda de Molly Boylan, roteirista americana que orientou a produção dos programas feitos na Rússia, Japão e África do Sul. Atualmente, cerca de 120 países exibem a série Vila Sésamo, sendo que 25 têm versões próprias.

“Não determinaremos nada, os programas serão totalmente realizados pelos brasileiros e serão eles que estabelecerão os objetivos. A equipe está em

O endereço do site  
Voices of Youth é  
[www.unicef.org/voy/](http://www.unicef.org/voy/).  
Há versões em inglês,  
espanhol e francês.



A GAROTADA EM AÇÃO

A Carta dos Adolescentes foi entregue à subsecretária de Promoção dos Direitos das Crianças e Adolescentes, Denise Paiva, que se comprometeu publicamente à encaminhar o documento aos ministérios competentes. Em julho passado, a carta foi analisada pelo Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda).

contato com o Ministério da Educação e com o Unicef para definir, a partir do currículo escolar nacional, que temas serão abordados. Vamos criar personagens brasileiros preocupados com questões nacionais e com o que pensam e fazem crianças e adolescentes”, afirma Gary Knell.

Preocupação que ganha força também fora da televisão. O Unicef e a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) lançaram, durante a 4ª Cúpula, o projeto Ação 17 que visa ao estabelecimento de uma rede de jornalistas da América Latina e do Caribe comprometida em melhorar a cobertura de temas relacionados à infância. “Este programa foi inspirado no artigo 17 da Convenção sobre os Direitos da Criança, que defende seus direitos. Acreditamos que a mídia tem um papel muito importante, embora não esteja cumprindo suas responsabilidades da melhor forma. Além disso, também resolvemos relançar o site *Voices of Youth*, espaço onde crianças e adolescentes podem discutir questões que tenham relevância para eles e suas comunidades com outros colegas da mesma idade”, afirma Robert Cohen, assessor regional de comunicação do Unicef. Acredita-se que, no próximo ano, 77 milhões de jovens em todo o mundo terão acesso à internet.

Jovens que, com a realização da 4ª Cúpula Mundial, ganharam mais espaço, oportunidade e confiança. Na Rede Municipal de Educação do Rio de Janeiro, que é a maior do país mantida por um município, com mais de mil escolas, um grupo de professores e alunos de 16 unidades escolares se reúne uma vez por bimestre para trocar experiências e debater de que forma a mídia pode ser utilizada no dia-a-dia. Na região Norte do país, adolescentes realizaram uma minicúpula para discutir o poder

e a influência dos meios de comunicação nos estados. TV, jornais, revistas e rádios, como a Rádio MEC e a Folha de São Paulo já cogitam, inclusive, abrir espaço para equipes jovens trabalharem em conjunto.

Afinal, a Cúpula deixou claro o quanto crianças e adolescentes são capazes. Alvos cada vez mais cobiçados pela indústria cultural, eles querem mídia voltada para a paz, para o entretenimento, cultura e educação. Querem ter vez e voz e participar de sua produção. Desejam mídia de todos, mídia para todos, mas, principalmente, mídia feita por todos. “Trabalhem conosco, não para nós”, este foi o recado dado pela adolescente Marisha Shakil, da Malásia, na cerimônia de encerramento do grande encontro. Palavras que devem ser repetidas e lembradas sempre, pois estamos diante de um público exposto a um mundo visual e interativo em que a concomitância de eventos conhecidos por intermédio dos meios de comunicação jamais foi experimentado em tal intensidade.

No último dia do encontro, os 150 adolescentes que participaram da 4ª CMMCA divulgaram, junto aos profissionais, a Carta dos Adolescentes, com suas reivindicações, proposições e aspirações. No documento, eles sugerem uma série de medidas para qualificar a mídia que vêem, ouvem, lêem e com a qual convivem. Documento, portanto, que revela e ratifica que se trata de uma geração crítica, analítica e que deseja participar cada vez mais para transformar para melhor o mundo em que vive.

Geração que luta pelo direito de ter acesso à mídia e ao que de melhor ela produz. Não se trata de luxo, capricho, muito menos de uma benesse do governo, da indústria global de mídia, da família ou da escola.

É um direito e um dever de todos os integrantes da sociedade defendê-lo e assegurá-lo.

Políticas de produção de mídia como as definidas e desenvolvidas pela MULTIRIO – Empresa Municipal de Multimeios da Prefeitura do Rio –, testemunham com criatividade que o trabalho compartilhado entre professores e outros profissionais geram produtos de alta qualidade, amplamente apreciados pela audiência e premiado por especialistas. Estes produtos de TV, rádio, internet e publicações ampliam e aprofundam conhecimentos e valores e abrem novas possibilidades de apreciação estética e recreação.

É verdade que esta luta vem ganhando a adesão, cada vez maior, de organismos nacionais e internacionais – o encontro mostrou isso. São ONGs, instituições, comunidades e entidades de fomento que erguem a bandeira da mídia de qualidade, que estabelecem leis e controles de qualidade. Mas a mesma Cúpula Mundial revelou que só isso não basta.

A simples existência de dispositivos legais não assegura uma proteção efetiva às crianças e adolescentes. Se assim fosse, países que apresentam uma regulamentação exemplar contariam com mídia qualificada e mais adequada, o que, na prática, raramente acontece, como nos países escandinavos.

A maioria dos países hispano-americanos possui uma legislação específica voltada para a programação televisiva infantil. Legislação similar em pelo menos cinco pontos: estabelecimento de uma faixa horária própria para as crianças; definição de conteúdos impróprios; criação de órgãos reguladores e fiscalizadores; obrigatoriedade da indicação de classificação etária pelos canais de TV; e a aplicação de sanções, caso as leis não sejam cumpridas.

Na Europa, países como Alemanha, Itália, França e Inglaterra também possuem órgãos responsáveis pelo acompanhamento das produções voltadas para as crianças e adolescentes. Regulamentação que prevê sanções que vão desde a aplicação de uma multa à proibição da veiculação do produto/emissora.

Em 1996, os países asiáticos, reunidos na Finlândia, aprovaram a Declaração Asiática dos Direitos da Criança e Mídia, na qual se comprometem a investir e assegurar o trabalho de instituições de auto-regulamentação da mídia. No ano seguinte, foi a vez dos países africanos que elaboraram a Declaração dos Direitos das Crianças no Rádio e na Televisão, onde estabeleceram regras para a veiculação dos produtos.

Na prática, a proteção à infância e à adolescência não depende apenas de legislações e formas de regulamentação. Mas sim do modo como a questão é encaminhada pela sociedade e pelos próprios meios de comunicação. Na produção de mídia, há que se respeitar a criatividade, a liberdade de expressão e a qualidade das narrativas, que, transformadas em programas de TV, rádio, videogames, DVD's, sites na internet, contribuem para o entretenimento, constituidor de conhecimentos e valores. A surpresa, o encantamento, a curiosidade, a fantasia e a ludicidade compõem um universo atraente, a serviço da mídia de qualidade. Outro aspecto fundamental é a informação que famílias e educadores em geral precisam obter sobre a influência e o impacto da mídia sobre crianças e adolescentes, de forma a atuar interativa e criticamente na análise e consumo dos produtos.

Narrativas locais podem abordar questões étnicas de gênero, cultura e organização social que atinjam outras populações de maneira atraente, esclarecedora e respeitosa. A busca da qualidade nos produtos audiovisuais passa também pelo fomento de recursos materiais que viabilizem sua produção, distribuição e divulgação em todos os continentes. Mas esta 4ª CMMCA no Rio de Janeiro apontou caminhos viáveis para atingir a Mídia de Todos e Para Todos.



PATRICIA EDGARD, PRESIDENTE DA WORLD SUMMIT ON MEDIA FOR CHILDREN FOUNDATION



O PESQUISADOR NÉSTOR GARCÍA CANCLINI E A ESCRITORA ANA MARIA MACHADO FORAM ALGUNS DOS CONFERENCISTAS

# Quatro temas, um só desafio



**4ª Cúpula  
Mundial de  
Mídia para  
Crianças e  
Adolescentes**

*Mídia de Todos, Mídia para Todos* foi o tema central da 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes (CMMCA). Tema definido por cerca de 70 profissionais da indústria de mídia, educadores e pesquisadores dos cinco continentes que estiveram no Rio de Janeiro, em novembro de 2002, participando da Pré-Conferência Latino-Americana da 4ª CMMCA. O encontro - realizado pela primeira vez na América Latina - teve o objetivo de analisar e propor formas de garantir a qualidade da produção, distribuição e divulgação de mídia para crianças e adolescentes. E de assegurar mídia de qualidade que faça parte do intercâmbio cultural, educacional e comercial de todo o mundo. A partir deste tema central, foram delineados quatro eixos temáticos que nortearam cada dia do evento: Um mundo, muitas vozes; Mídia: mercado, audiência e valores; Desafios para a qualidade, alianças pela qualidade; e Compromissos para o presente e o futuro. Cada dia do encontro contou com a realização de duas ou três Sessões Plenárias e cinco Sessões Paralelas – todas com palestrantes convidados. Houve ainda outras cinco Sessões – Panorama Mundial – com participantes escolhidos pelo Comitê Diretor Brasileiro, a partir de uma seleção de trabalhos realizada no ano passado. Sessões especiais e duas sessões inéditas onde se apresentaram representantes de Prêmios e Festivais, além do Fórum dos Adolescentes, constituíram um conjunto de atividades de alto valor e qualidade.



## Um mundo, muitas vozes

Os palestrantes destacaram que a mídia produzida para crianças e adolescentes precisa valorizar a diversidade cultural e reconhecer a desigualdade entre os povos. É preciso dar vez e voz a todas as culturas, povos e realidades, assim como respeitar e promover a inclusão destas várias vozes. Vozes muitas vezes dissonantes por questões socioeconômicas e culturais que aumentam cada vez mais a desigualdade entre os países.

É necessário, portanto, assegurar o acesso aos meios de comunicação e ao que de melhor eles produzem. De acordo com a conferencista do dia, a escritora Ana Maria Machado, a mídia de hoje se limita a repetir e reproduzir produtos estereotipados, seja na ficção, nas imagens ou na cobertura jornalística. Mídia que reforça atitudes e comportamentos preconceituosos. Que divulga valores que não atendem às necessidades e expectativas de crianças e adolescentes e que são difundidos e defendidos pela mídia ocidental, em particular, pela americana. Valores que regem a cultura da violência, do consumo, do individualismo, do materialismo e do sensacionalismo.

É necessário e possível, no entanto, repensar esta mídia. O ponto de partida é investir numa produção de qualidade que contemple as muitas vozes excluídas. Que dê espaço para todos, favorecendo a diversidade.

Não uma diversidade compartimentalizada que se respeita e não se mistura, mas sim uma diversidade que conviva de forma harmônica e integrada. Deve-se incentivar, promover e garantir a produção, a veiculação e a comercialização da mídia de diferentes lugares, culturas e crenças. A realização de co-produções entre empresas de diferentes países mostra o quanto é possível desenvolver um trabalho nesta direção. E mais: revela também o sucesso que as produções locais fazem diante do público mundial – resultado de boas histórias e qualidade técnica.

## Mídia: mercado, audiência e valores

Conciliar o tripé mercado-audiência-valores é um dos maiores desafios para os produtores de mídia que acreditam que um produto de qualidade educa enquanto entretém. Apesar de várias experiências exitosas provarem que é possível reunir, num só produto, os três elementos, o conceito de qualidade é subjetivo e mutável, variando de acordo com realidades socioeconômicas e culturas distintas.

É inegável que a indústria de mídia norte-americana ocupa um lugar de destaque no mercado internacional. Cerca de 55% dos lucros obtidos com mídia são embolsados pelos EUA, ao passo que a União Européia recebe 25%, a Ásia 15% e os países ibero-americanos retêm os 5% restantes. Afirmar, porém, que a cultura do mundo se fabrica nos EUA

JOVENS DE VÁRIAS PARTES  
DO MUNDO PARTICIPARAM DE  
OFICINAS E DEBATES SOBRE MÍDIA



ou que os norte-americanos detêm o poder de orientar e legitimar tudo o que é feito nos cinco continentes parece uma visão simplista, como bem analisou o antropólogo e pesquisador Néstor García Canclini, conferencista neste dia.

Abrir os horizontes para a diversidade, no entanto, não é fácil, pois relatos de países apontam a existência de sérios obstáculos para a produção de mídia de qualidade em todo o mundo. É preciso, portanto, ouvir crianças e jovens, mas também é imperioso que se invista na atualização e na constituição de uma audiência crítica e analítica. Papel que também cabe à escola. "Trata-se de dar aos alunos uma educação vinculada com o que aprendem nas telas de televisão e nos jogos eletrônicos, só que oferecendo-lhes explicações e um horizonte histórico e estético mais amplo que o dos entretenimentos domésticos. A educação formal precisa das telas de televisão e dos computadores para relacionar-se com a vida cotidiana e habilitá-los para o futuro", defende Canclini.

Uma mídia que vê os jovens e crianças apenas como pertencentes a uma comunidade de consumidores, sem perceber as diferenças nacionais, regionais e locais, é, segundo Patricia Edgar, presidente da Fundação Mundial de Cúpulas de Mídia para Crianças (World Summit on Media

for Children Foundation - WSMCF), o modelo de mídia ocidental que toma conta do planeta. "Queremos jovens construtivos e não destrutivos. Eles têm que ter esperança, ter no que acreditar. Mas a mídia ocidental só fala em comprar, comprar. É preciso limpar a programação apresentando produtos que respondam às reais necessidades das crianças e dos jovens, e não do consumo. Os produtores que aspiram o melhor para os jovens são alimentados por ideais e não pelo sucesso comercial".

### Desafios para a Qualidade, Alianças pela Qualidade

Assumir riscos com responsabilidade, proporcionar alianças que promovam o acesso, a inclusão e a produção de mídia de excelência. Estas alianças ampliam e aprofundam a participação da sociedade com os governos e a indústria de mídia, reconhecendo o direito de crianças e adolescentes.

Experiências bem-sucedidas em diversos cantos do planeta mostram que as alianças firmadas entre a sociedade, os governos e a indústria de mídia não são uma utopia, muito menos ficção. As alianças em torno de uma mídia de qualidade devem garantir e preservar os direitos das crianças, estabelecer valores positivos e fazer com que aprendam mais e melhor. O controle social da mídia também é

O EVENTO TEVE ABERTURA  
COM SHOW DE ANTONIO NÓBREGA  
E CONTOU COM A PARTICIPAÇÃO  
DE JOVENS, ESPECIALISTAS  
E PRODUTORES DE MÍDIA,  
COMO A CINEASTA CARLA CAMURATI





necessário, porém não é garantia de qualidade técnica e de conteúdo. A participação do público cresce a cada dia e deve continuar nesta direção.

É preciso, portanto, renovar a conversa entre a mídia e a escola. A mídia pode ser uma grande promotora de justiça e de democracia. Precisamos saber o que queremos para que os alunos tenham uma autonomia crítica e possam exercer uma cidadania responsável. A escola pode, em parceria com os meios de comunicação e apoio do governo, promover a educação para a mídia.

### Compromissos para o presente e o futuro

No último dia do encontro, profissionais e adolescentes apresentaram as Cartas do Rio, com as reivindicações e propostas. Os documentos foram encaminhados a profissionais, instituições e autoridades nacionais e internacionais representantes da indústria de mídia. A necessidade do estabelecimento de acordos, alianças e compromissos mais uma vez foi destacada.

Os participantes fizeram um balanço do encontro. Para 92% dos inscritos numa pesquisa por amostragem, o evento contribuiu para o enriquecimento pessoal e profissional, promovendo um repensar dos processos de produção de mídia. □



Entrevista / Inês Vitorino Sampaio

## Infância de bastidores

Inês Vitorino Sampaio é professora da Universidade de Fortaleza e há dois anos se dedica a estudar a relação entre a criança e as diferentes mídias. Autora do livro *Televisão, publicidade e infância* (Ed. Annablume) e coordenadora do Grupo de Estudos da Relação Infância e Mídia (Grim), ela diz que a infância dos bastidores de TV e *sets* de cinema perde um elemento importante para o seu aprendizado: o caráter lúdico da atividade de representar.

“Creio que o ingresso precoce da criança em um universo permeado pela lógica da mercantilização da cultura (...) a expõe indevidamente a tensões que ela poderia lidar com mais serenidade na idade adulta. Esta é para mim a principal perda dessa relação (infância, juventude/bastidores, *sets*), a perda do lúdico, em que a criança podia simplesmente cantar, dançar, representar, enfim, apenas para se divertir e não para ser eleita a melhor por uma equipe de profissionais, uma banca de calouros ou o público de um país”, afirma a professora, entrevistada, via e-mail, pela equipe da **Nós da Escola**.

O que caracteriza a infância e a juventude dos bastidores de programas de TV e *sets* de cinema?

A atividade de representar para a criança é algo muito natural. O ingresso no mundo da imaginação, onde ela se transforma em incontáveis personagens – assumindo papéis referentes a mundos próximos (pai ou mãe) ou distantes (o xerife ou a bruxa), constitui parcela importante do seu aprendizado. Ao brincar, como postulam Walter Benjamin, Jean Piaget, entre outros estudiosos, a criança descobre o mundo e suas regras, seus limites e possibilidades. Brincar

de representar para ela é, nessa perspectiva, um enorme aprendizado, que se situa no terreno do lúdico, da gratuidade, do prazer. Creio que o ingresso precoce da criança em um universo permeado pela lógica da mercantilização da cultura, ou seja, voltado, predominantemente, para a obtenção de lucro, a expõe indevidamente a tensões que ela poderia lidar com mais serenidade na idade adulta. Esta é para mim a principal perda dessa relação (infância, juventude/bastidores, *sets*), a perda do lúdico, em que a criança podia simplesmente cantar, dançar, representar, enfim, apenas para se divertir e não para ser eleita por uma equipe de profissionais, uma banca de calouros ou o público de um país como a melhor. Particularmente nas duas últimas décadas, têm sido recorrentes as matérias jornalísticas que retratam as situações vivenciadas por crianças, expostas a filas em processos de seleção para agências e/ou emissoras que lhes prometem a fama; obrigadas, muitas vezes, a enfrentar horas em *sets* de gravação submetidas à intensa iluminação e alta temperatura.

O que ganha a criança com esta busca frenética pela fama?

Em um país de profundas desigualdades sociais, em que a mídia se apresenta como uma possibilidade de mobilidade social mais evidente que os bancos escolares, costuma-se ouvir a alegação de muitos pais de que a exposição da imagem da criança na mídia constitui a possibilidade real de se garantir para ela um futuro promissor. Como muitos profissionais da comunicação podem atestar, essa promessa de futuro melhor, extensiva à família em alguns casos, vem a se constituir em mais uma sobrecarga de responsabilidade posta sobre os ombros das crianças, que passam a sustentar com seus vencimentos os demais membros da família, em uma inversão clara da relação criança-adulto.

A atividade que crianças e jovens exercem ao fazer programas de TV, cinema, publicidade etc. se caracterizaria por ser um trabalho de 'manifestação e expressão artística' ou 'trabalho infantil'?

As duas possibilidades não são excludentes, a não ser que estejamos pensando em uma arte inteiramente autônoma, o que não tem se configurado como realidade, mesmo considerando o período que antecede ao processo recente de sua massificação a partir da indústria cultural. Receio que esta questão não deva ser tratada de forma indiscriminada, envolvendo todas as crianças que atuam hoje na TV, no cinema ou na publicidade. Há diferenças importantes do ponto de vista das quantidades de horas que a criança dedica às atividades de comunicação, exigências específicas a que ela está submetida, como participar de desfiles, show, etc. O fato de que este detalhamento seja feito mediante contrato, já constitui um indicativo de que a criança passa a ser projetada num universo institucional pautado por relações comerciais, que ultrapassa sensivelmente o seu mundo de brincadeiras.

Em que medida a legislação que temos hoje relativa à infância e adolescência, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), protege essas crianças e jovens que trabalham na TV e no cinema?

O Estatuto da Criança e do Adolescente tem sido um instrumento fundamental de proteção à infância no que se refere às suas atividades no contexto da comunicação midiática, estabelecendo horários especiais para o desenvolvimento das atividades infantis, exigindo a sua frequência obrigatória na escola, proibindo o trabalho para menores de 14 anos. Vale, contudo, ressaltar que nem sempre o que está previsto na lei vem sendo

cumprido. Além disso, é necessário que se estabeleçam novas discussões acerca de aspectos legais, na medida em que a dinamicidade do campo comunicacional cria novas situações não previstas por esta lei.

O que normalmente é produzido, em termos de programas de TV e cinema, em nome das crianças?

A questão da qualidade na produção cultural para a criança não me parece estar associada ao fato de ser um adulto ou uma criança seus idealizadores e executores. Há bons programas produzidos por adultos, tanto quanto por crianças. Não se trata também apenas de uma questão de ouvi-las. Há muitas formas utilizadas pelas emissoras para buscar entender a criança e os seus interesses, tais como cartas, pesquisas, enfim. A questão mais grave, me parece, é a própria concepção hegemônica da criança como consumidora. É a partir desta lógica que parcela expressiva dos programas são feitos, o que acaba comprometendo a sua qualidade. Não é de admirar que as produções da televisão pública, neste contexto, destaquem-se como referenciais de qualidade. Nas escolas, ONGs, centros culturais, por sua vez, vemos crescer uma tendência importante de participação de crianças e adolescentes na elaboração de filmes, documentários, vídeos. São manifestações culturais articuladas, muitas vezes, com o próprio resgate da identidade cultural de um bairro ou região, onde se verifica uma boa dose de experimentalismo, na medida em que tais experiências são situadas, muitas vezes, à margem do mercado. É preciso, neste cenário, apostar nesta garotada, dar-lhe condições de se envolver com a comunicação e a arte numa outra perspectiva, algo que está fortemente associado à definição de políticas públicas no terreno da comunicação. □

# Debates sem fronteiras

A intenção de ampliar a participação de produtores, pesquisadores, professores, instituições públicas e privadas e organizações não-governamentais nas cúpulas de mídia para crianças e adolescentes foi o ponto de partida para a elaboração das Sessões Panorama Mundial, promovido durante a **4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes**. A proposta era criar um espaço no qual as discussões, que freqüentemente se encerram em seus grupos de origem, pudessem ultrapassar fronteiras e ampliar seu campo de interferência. Os projetos apresentados tinham como objetivo comum o trabalho em prol de uma mídia de qualidade para o público infantil e jovem.

Depois de um amplo processo de inscrição, foram selecionados 89 trabalhos entre os 341 submetidos ao Comitê dos Pesquisadores/Panorama Mundial. Deste total, 74 foram apresentados. Os trabalhos contemplaram 25 países divididos entre os cinco continentes, criando uma oportunidade ímpar de interlocução entre diferentes projetos e experiências.

A metodologia de seleção dos trabalhos privilegiou os temas surgidos do conjunto dos 341 trabalhos inscritos. A identificação dos assuntos mais recorrentes dentro do material foi o primeiro passo, no sentido de elaborar um mapeamento do que se faz e pensa hoje no universo da mídia voltada para crianças e adolescentes. Buscou-se também diversificar ao máximo os tipos de inserção institucional e a origem geográfica dos projetos, mantendo os assuntos abordados como ponto de encontro entre os trabalhos. “Era objetivo integrar experiências de ONGs com produções de órgãos estatais, produções independentes com pesquisas acadêmicas e de instituições privadas, e assim por diante”, conta a professora Solange Jobim, uma das coordenadoras das Sessões Panorama Mundial.

Os trabalhos foram divididos em oito grandes áreas de discussão, apresentados da seguinte forma: Produção de Mídia para Crianças e Adolescentes; Produção de Mídia com Crianças e Adolescentes; Mídia e Responsabilidade Social; Mídia e Inclusão Social; Análise da Programação Infanto-Juvenil; Mídia e Educação; Projetos de Formação de Platóia; Audiência e Mídia em Questão.

De acordo com os organizadores, a maior contribuição das sessões do Panorama Mundial foi a de ampliar significativamente o alcance da discussão colocada em pauta pela 4ª Cúpula Mundial e dar fôlego à sua continuidade depois do evento. Pelos números, pela diversidade e, principalmente, pela qualidade e pertinência dos trabalhos apresentados, podemos dizer que o nome Panorama Mundial traduziu com muita fidelidade o que se deu nas 23 sessões que aconteceram nos três dias de trabalho consecutivos durante o evento.

Ficou clara a grande quantidade de experiências e pesquisas que incluem produções feitas com a participação de crianças e adolescentes; a desconstrução do lugar do espectador passivo e do convite a uma interferência direta do público na produção, especialmente no caso dos jovens; e o significativo número, a partir dessas entidades civis que funcionam muitas vezes com estrutura simplificada e poucos recursos materiais, de alternativas criativas com resultados fecundos e que compreendem responsabilidades social, ética e política no contexto dos debates sobre a qualidade de mídia.

“Os trabalhos apresentados ofereceram subsídios para setores da produção, de financiamento e de políticas públicas, contribuindo para a conquista de patamares mais democráticos de intervenção pública para uma mídia de qualidade e que seja de fato de todos e para todos. É evidente, portanto, que a grande indústria que produz mídia para crianças e adolescentes também pode se beneficiar com o acesso a estas experiências”, destaca Solange Jobim.

## Por dentro de cada tema

### PRODUÇÃO DE MÍDIA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Observou-se que é preciso reconhecer certas *nuanças* na distinção entre a mídia feita somente por adultos e aquela em que há participação do público infantil. Embora no primeiro caso estejam reunidas as produções desenvolvidas e assinadas por adultos, em muitas delas há uma preocupação em estabelecer um diálogo com as crianças em algum momento da produção. Isto ocorre, por exemplo, quando a equipe responsável se propõe a criar alguma forma de acesso entre a audiência e o processo de produção, alguma forma de interação entre quem faz e quem assiste. Outro modo de estabelecer um campo de interlocução se dá a partir de produções que registram o cotidiano infantil. Algumas produções – em vídeo e pela web – permitem ainda o acesso ao mundo infantil e a vivência da infância em diferentes contextos culturais, aproximando o adulto da criança e as próprias crianças entre si.

### PRODUÇÃO DE MÍDIA COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES

As novas formas de produção estão vinculadas a um trabalho com crianças e adolescentes que começa bem antes da produção propriamente dita. É um trabalho que dá a oportunidade de os jovens encontrarem suas próprias formas de expressão na utilização de técnicas midiáticas, tendo vez e voz. Percebe-se que muitos destes projetos são implementados em comunidades pobres. Projetos que elevam a auto-estima do grupo, que resgatam a valorização daquela comunidade entre os seus próprios membros e que ainda provocam avanços diante dos problemas do cotidiano. Mesmo em trabalhos realizados em comunidades com maior poder aquisitivo, identifica-se um efeito integrador pelo simples fato de se permitir o acesso aos processos de produção da mídia que se transformam em canais de expressão.

### MÍDIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nove trabalhos debateram a relação entre mídia e responsabilidade social. Os autores apontaram a necessidade de se produzir e veicular uma programação infantil mais diversificada, contemplando temas que dizem respeito à pluralidade cultural, como forma de garantir a representação das múltiplas identidades na mídia. Os palestrantes discutiram também a importância de se implantar projetos de educação pela comunicação (educar para e com a mídia), visando à sedimentação de políticas públicas. Outro aspecto bastante enfatizado foi o investimento em pesquisas sobre o aprimoramento da qualidade da informação em torno de temas considerados decisivos para a promoção dos direitos da infância e da juventude.

### MÍDIA E INCLUSÃO SOCIAL

A maioria dos trabalhos focou a valorização da auto-estima e da cidadania. Trabalhar com o público infantil com o objetivo de promover a inclusão social deve ser explorado e incentivado. Trata-se até mesmo de recurso pedagógico facilitador de integração e de constituição de subjetividades. Os participantes, porém, destacaram a inexistência de espaços na própria mídia que proporcionem visibilidade e valorização de povos e culturas marginalizadas. Fato que traz mais responsabilidade para as

produções de mídia de qualidade que devem ter como meta veicular informações que permitam desmistificar as imagens produzidas pelas próprias crianças e o preconceito resultante da desinformação e do estereótipo.

### ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO INFANTO-JUVENIL

Os palestrantes destacaram a importância de analisar a programação de TV levando em conta o discurso do receptor, ou seja: o que crianças e adolescentes têm a dizer sobre o que está sendo produzido para eles. Durante as apresentações, apontou-se a necessidade de se criar mecanismos de alfabetização e produção de discursos audiovisuais surgidos dentro da própria sociedade. Outro ponto colocado foi a defesa da participação das crianças e dos jovens no processo de elaboração de mensagens audiovisuais como forma de ouvir suas vozes.

### MÍDIA E EDUCAÇÃO

A partir da constatação de que a mídia está presente na escola, apesar de ausente dos currículos, muitos programas têm trabalhado para que esta não seja uma presença marginal e posta em oposição aos objetivos da educação. E mais: estes projetos também estão apostando na capacitação dos professores. O objetivo é incentivar, difundir e orientar as produções audiovisuais realizadas no contexto escolar e desenvolver práticas alternativas que usufruam os benefícios das mídias no processo de ensino e aprendizagem. Os palestrantes também ressaltaram a necessidade das crianças compreenderem e utilizarem a comunicação, criticando as influências, as técnicas e o impacto da mídia em suas vidas. Esta é a proposta da *media literacy*, ou alfabetização para a mídia, conceito que norteia muitos projetos desenvolvidos em escolas em diferentes países. Parcerias entre escolas públicas, universidades e emissoras de TV são bem-vindas.

### PROJETOS DE FORMAÇÃO DE PLATÉIA

As palestras abordaram diferentes formas de levar o cinema às crianças e adolescentes. Nas escolas, a estratégia apresentada é não só aproximar os alunos da sétima arte, mas trabalhar a formação do professor, para que este possa atuar como mediador. Fora do contexto escolar, o objetivo é permitir o acesso a produções de diferentes lugares do mundo, incluindo desde sucessos de bilheteria até produções independentes. Os participantes da sessão também destacaram a necessidade de se promover, depois das exibições dos filmes, oficinas e debates com o objetivo de incentivar a fala das crianças e desenvolver o olhar crítico.

### AUDIÊNCIA E MÍDIA EM QUESTÃO

Como as crianças e os jovens absorvem e elaboram, ou não, aquilo que lhes chega pela mídia? Este foi o tema principal da sessão. Os palestrantes analisaram em que medida a mídia contribui na organização da subjetividade de crianças e jovens, por meio da divulgação de representações sociais e valores culturais veiculados em diferentes formatos e suportes. Eles defenderam a produção de programas mais criativos e com diferentes formatos – investindo-se principalmente na produção de noticiários produzidos pelas próprias crianças.



TV

## Mídia de todos, mídia para todos



1. "Todo suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens, meios de comunicação social de massas não diretamente interpessoais. Abrangem esses meios o rádio, o cinema, a televisão, a escrita impressa (ou manuscrita, no passado) em livros, revistas, boletins, jornais, o computador, o videocassete, os satélites e, de um modo geral, os meios eletrônicos e telemáticos de comunicação em que se incluem também as diversas telefonias".

(Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, Editora Objetiva, RJ, 2001, 1ª edição)

A série mostra trabalhos em mídia feitos por jovens cariocas sobre temas relevantes para a comunidade a qual pertencem. Para produzi-los, os adolescentes recorrem a diferentes linguagens, como computação gráfica, fotografia, entre outros, numa parceria criativa entre tecnologia e arte. Em todos os programas pode-se acompanhar os bastidores do que está sendo produzido com depoimentos dos envolvidos sobre como é fazer **mídia (1)**, desde a concepção e o planejamento, escrevendo e roteirizando a temática e gravações, até chegar a finalização, com a edição do que vai ser veiculado. A série é uma mostra criativa de como o jovem pode aprender a usar diferentes linguagens de mídia para o bem da sua comunidade.

### Para o professor

*Mídia de Todos, Mídia para Todos* pode dar início a reflexões que levem alunos e professores a reavaliarem a utilização dos diferentes meios de comunicação no espaço pedagógico e, ainda, a refletirem sobre a qualidade e quantidade das informações disponíveis, considerando a relação que se estabelece hoje entre conhecimento e informação.

A escola é um dos espaços, talvez o mais privilegiado, para a constituição de cidadãos autônomos e conscientes, capazes de posicionarem-se criticamente diante da massa de informações a que têm acesso, constantemente. Diante desta realidade torna-se necessário desenvolver práticas pedagógicas que fortaleçam a idéia de 'aprender a aprender'; que incentivem os alunos a informarem-se e a ressignificarem todos os dias a informação; que estimulem os questionamentos; que promovam



uma seleção compartilhada de conteúdos, conceitos e valores pertinentes e, principalmente, que valorizem as opiniões, as experiências prévias e as demandas de todos os envolvidos na proposta educacional de cada comunidade.

No contexto cultural e tecnológico atual somos, a todo momento, levados a enfrentar novos desafios, que nos exigem uma visão mais apurada e ampla dos recursos que nos cercam, imprimindo uma nova ordem ao tempo e ao espaço em que vivemos. Outras relações se estabelecem entre o indivíduo e a construção da sua identidade, sendo significativo o papel das diversas linguagens na constituição dessas relações e na vida que se transforma, constantemente.

O processo de constituição da cidadania autônoma e participativa está relacionada à apropriação dos meios e linguagens de comunicação. É importante, nesse processo, que se estabeleça uma relação crítico-produtiva-participativa, capacitando o indivíduo a interagir com as diversas formas de tecnologia, e permitindo o diálogo com a realidade e com a ficção, com as informações e com os conhecimentos historicamente produzidos em todos os níveis. Como educadores precisamos quebrar a resistência que muitos profissionais enfrentam quando se vêm diante deste “mundo novo” onde circulam games, celulares de diferentes tipos, chats,



ICQ, torpedos (de telefonia móvel), entre outras formas de comunicação. É necessário que o profissional de educação reconheça que as crianças e adolescentes se interessam pelos diferentes meios e, mais do que isso, que têm total desenvoltura para lidar com eles.

Vale lembrar que existe um fluxo muito grande de informação circulante, nos dias de hoje e, eventualmente, isto pode alimentar conceitos e noções pouco claras sobre a diferença entre acesso à informação e constituição de conhecimento. Nem sempre a massa de informações, devido ao seu caráter fragmentado e temporário, permite que as pessoas possam estabelecer relações a partir dela; nem sempre, as pessoas têm



a possibilidade de refletir sobre a(s) informação(ões) a que têm acesso, estabelecendo uma crítica que favoreça uma apropriação do conteúdo.

Mesmo reconhecendo a importância de todos se manterem informados e, também, da defesa do direito de todos quanto ao acesso e à produção de conhecimentos, não se pode negar que a informação, entendida de forma mais ampla, se constitui, na sociedade atual, num instrumento de primeira necessidade, uma ferramenta de forte poder, capaz de incluir e de excluir e também de ajudar muito a transformar a trajetória individual e, conseqüentemente, a modificar a vida em sociedade.

#### Saiba Mais

[www.riosummit2004.com.br](http://www.riosummit2004.com.br)

## Sonhador ou louco?

“Uma rede mundial de computadores tornará acessível, em alguns minutos, todo tipo de informação aos estudantes do mundo inteiro”. Com a Internet esta afirmação parece óbvia atualmente, mas quando foi dita, há décadas, parecia um trecho retirado de um livro de ficção. O autor desta afirmação, o teórico da comunicação canadense Marshall McLuhan, foi visto como sonhador ou louco, conforme a simpatia que suas idéias provocaram na época. A grande novidade do autor em relação à educação é o enfoque, baseado em suas teorias sobre comunicação, adiantando-se à criação de um campo de estudos, Comunicação e Educação, que só seria explorado na década de 90.

Um de seus mais famosos conceitos é o de “aldeia global”. Para McLuhan “a nova interdependência eletrônica cria o mundo à imagem de uma aldeia global”. Na ocasião em que esta afirmação foi feita, o que tínhamos de mais parecido com a internet eram as redes de computadores militares norte-americanas. Um simples computador pessoal era uma utopia. Atualmente a evolução da tecnologia já deixou de ser mera coadjuvante na vida social de todos nós. O próprio meio, hoje, passa a ser a principal atração, a informação. Segundo este autor, muitas informações que estão na internet podem ser encontradas em páginas de livros ou revistas, mas acabam tornando-se mais interessantes por que estão em um novo meio de comunicação. Herbert Marshall McLuhan nasceu em 1911, no Canadá. Formado pela Universidade de Manitoba, lecionou em diversas faculdades de seu país. Autor de inúmeros artigos para revistas científicas, tornou-se mundialmente famoso em 1964 ao publicar *Understanding Media*, defendendo teses sobre tecnologia e o conhecimento.



## SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE A JUVENTUDE BRASILEIRA - JUBRA

Promovido pelo Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Intercâmbio para a Infância e Adolescência Contemporânea (NIPIAC), do Instituto de Psicologia da UFRJ, o evento pretende ser um espaço profícuo de discussão, troca de conhecimentos e experiências entre diversos setores sociais. Profissionais da rede municipal de educação e de saúde têm desconto de 30% na inscrição.

UFRJ - Campus Praia Vermelha  
Avenida Pasteur, 250 - Urca.  
De 20 a 22 de outubro de 2004.  
Info: (21) 2295-3208 ou no site [www.jubra.ufrj.br](http://www.jubra.ufrj.br)

## CURSOS E OFICINAS DA CASA DA LEITURA/PROLER

Organização e dinamização de acervo em bibliotecas escolares

Curso com a bibliotecária Ana Lúcia Merege (FBN).

De 9 a 30 de setembro, todas as quintas, das 13h30 às 17h30.

Carga horária: 16 horas. R\$ 20.

**O Conto de fadas: dos tempos inaugurais aos dias atuais**

Curso com a professora e escritora Fátima Miguez.

De 2 de setembro a 31 de novembro, todas as quartas, das 13h30 às 17h30.

Carga horária: 40 horas. R\$ 30.

**Casa da Leitura**

Rua Pereira da Silva, 86 – Laranjeiras  
Info: (21) 2557-7437 e 2556-5978  
ou pelo e-mail [proler@bn.br](mailto:proler@bn.br)



Festival Internacional de Cinema Infantil

## FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA INFANTIL

O evento estará presente em nove cidades brasileiras. No Rio de Janeiro, haverá uma programação especial para escolas para inserir a grande tela na sala de aula, com sugestões de atividades que integram a magia do cinema a conteúdos pedagógicos. Sete filmes serão exibidos nas salas da rede Cinemark, adequados a alunos de 4 a 14 anos da rede pública municipal. As atividades pedagógicas foram elaboradas de acordo com o documento Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs), produzidos pela Secretaria de Ensino Fundamental do Ministério da Educação, em 1998.

**Salas de cinema Cinemark**

De 23 de agosto a 19 de novembro

Info: (21) 2512-8097 / 2512-7199  
ou nos sites [www.cinemark.com.br](http://www.cinemark.com.br)  
e [www.copacabanafilmes.com.br](http://www.copacabanafilmes.com.br)

## FÓRUM DE DEBATES

O Centro de Artes Calouste Gulbenkian/Rio Mulher promove o ciclo de encontros **Século XXI e a Construção Cultural: questões de gênero no mundo em transformação**. As palestras serão mensais, finalizando com uma mesa-redonda, tendo como tema a **Campanha Não à Violência contra a Mulher**. Grátis.

Centro de Artes Calouste Gulbenkian  
Rua Benedito Hipólito, 125 - Praça Onze – até 25 de novembro de 2004  
Info: (21) 2221-6213 / 2222-0861 ou no site [www.rio.rj.gov.br/calouste](http://www.rio.rj.gov.br/calouste)



### Abrindo caminho

Ana Maria Machado  
 Editora Ática (2003)

Abrindo Caminho é mais  
 que uma história.

Mostra personagens importantes do passado, desbravadores que enfrentaram a selva, o deserto, o oceano, o céu. Gente de verdade que conseguiu transformar obstáculo em caminho, inimigo em amigo, fim em começo. Quem são esses personagens? Você é capaz de descobrir? Muitos caminhos existem ainda por abrir.



### Até passarinho passa

Bartolomeu Campos de Queirós  
 Editora Moderna (2003)

Lendo a natureza em  
 sua constante passagem,  
 o menino toma amores  
 pelo pássaro que visita

sua varanda. Todo diálogo entre os dois, ao longo da amizade, é tecido pelo silêncio. Só os olhos conversam. Aos poucos, menino e pássaro se entendem, dispensando palavras e mãos. E o tempo é o responsável absoluto pelo encontro e desencontro dos amigos.



### Ivan, Filho-de-boi: um conto da mitologia russa

Marina Tenório  
 Editora Cosac & Naify (2003)

Um conto da mitologia russa  
 adaptado com delicadeza  
 para o universo infanto-juvenil

por Marina Tenório, escritora e atriz nascida em Moscou, e ilustrado com fascinantes xilogravuras pelo artista plástico Fernando Vilela. A partir do rico repertório de canções tradicionais russas, o livro apresenta um "herói quase perfeito", ou seja, Ivan tem, como todo mundo, as suas fraquezas.



### Como e por que se faz arte

Elizabeth Newbery  
 Editora Ática (2003)

Ao revelar afinidades entre

obras feitas em diversas épocas e regiões, *Como e por que se faz arte* apresenta uma abrangente introdução ao universo da arte. A série "Por Dentro da Arte" oferece um fascinante primeiro contato com as artes visuais. Com linguagem simples e centenas de reproduções de obras do mundo inteiro, com ênfase nos artistas brasileiros, destina-se a leitores de todas as idades.



### Cantigas por um passarinho à toa

Manoel de Barros  
 Editora Record (2003)

Um dos maiores poetas  
 brasileiros, Manoel de Barros

mais uma vez dedica um livro ao público infantil. Numa dobradinha familiar, "Cantigas por um passarinho à toa" é ilustrado por sua filha, a artista plástica Martha Barros.

Mídia de Todos, Mídia para Todos

# MULTIRIO

Pioneirismo no Brasil e na América Latina na produção de mídias para educação, cultura e entretenimento



## PORTAL MULTIRIO

Um universo de informação para alunos, professores e a população carioca

[www.multirio.rj.gov.br](http://www.multirio.rj.gov.br)

# Web



## SÉCULO XXI

Conjunto de materiais multimídia – site, publicação, vídeo e CD-ROM – que apóia o trabalho dos professores

[www.multirio.rj.gov.br/seculo21](http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21)



## NÓS DA ESCOLA

Revista Nós da Escola - tiragem mensal de 40 mil exemplares, para professores municipais

Revista Nós da Escola em versão PDF  
([www.multirio.rj.gov.br/nosdaescola](http://www.multirio.rj.gov.br/nosdaescola))

# Publicações



## JURO QUE VI

Série de desenhos animados para cinema e TV criados a partir de mitos e lendas brasileiros

# Na TV

**BandRio**

segunda a sexta, às 7h e às 14h  
sábados e domingos, às 9h

**Net canal 14**

diariamente, das 7h30 às 11h30

MULTIRIO - Empresa Municipal de Multimídias Ltda.  
Largo dos Leões, 15 - 9º andar - Humaitá - Rio de Janeiro - RJ - Brasil - CEP 22260-210  
Tel.: (xx21) 2528-8282/Fax: (xx21) 2537-1212 - [ouvidariomultirio@pcrj.rj.gov.br](mailto:ouvidariomultirio@pcrj.rj.gov.br)



Realizadora  
da 4ª Cúpula  
Mundial  
de Mídia  
para Crianças  
e Adolescentes

[www.riosummit2004.com.br](http://www.riosummit2004.com.br)

Relativo ao animal usado na prática da equitação.	E	●	▽	△	●	▽
País que sediou os Jogos Olímpicos no ano de 1912.	S	▽	▲	□	△	▽
Jogo de futebol entre amadores em campo improvisado e sem uniforme.	P	▲	○	▽	◆	▽
Ordinal correspondente aos Jogos Olímpicos realizados em Amsterdã, em 1928.	O	△	+	▽	■	▽
Impulso que se dá à embarcação a cada golpe de remo.	R	▲	*	▽	◆	▽
Suporte retangular onde a cesta é fixada no jogo de basquete.	T	▽	■	▲	○	▽
Situação de não existência de vencedor em jogo.	E	*	∞	▽	+	▲

## NÓS DA ESCOLA

No próximo número:  
Esporte e Mídia