

MÍDIA-EDUCAÇÃO EM CURSO: RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE PROJETO DE EXTENSÃO¹

*MEDIA EDUCATION IN COURSE: EXPERIENCE
REPORT ON EXTENSION PROJECT*

PRISCILA KALINKE DA SILVA²

ARIANE BARBOSA LEMOS³

RESUMO

Este artigo apresenta um relato de experiência sobre o desenvolvimento de projeto de extensão com base na relação mídia-educação. A proposta consiste na criação de cinco videoaulas sobre mídia-educação e material didático direcionados a professores dos ensinos fundamental e médio de forma a auxiliá-los na aplicabilidade da teoria em atividades práticas em sala de aula. A iniciativa contou com a participação de pesquisadores da área. O material estruturado em formato de curso foi disponibilizado para a Secretaria Municipal de Educação da cidade de Frutal/MG.

Palavras-chave: Comunicação; Educação; Mídia-Educação; Projeto de Extensão

Introdução

Embora sempre tenha existido, o fenômeno das *fake news*, infelizmente, vem se tornando emblemático na contemporaneidade, impulsionado, sobretudo, pelas plataformas de mídias sociais. Para Festinger (1957), as pessoas tendem a confirmar sua forma de pensar, buscando fontes que convergem com suas convicções, mesmo que contraponham a realidade posta.

Essa reflexão se aproxima da teoria da dissonância cognitiva que este autor formulou, a partir dos seguintes aspectos: 1) as pessoas buscam a consonância, amenizando o desconforto psicológico proporcionado pela dissonância; 2) os indivíduos evitam informações e dados que confrontam sua visão, ou seja, reduzindo a dissonância cognitiva (Festinger, 1957). Pelo ano do livro do pesquisador, é possível observar como essa situação não é recente, mas como já pontuamos, as plataformas de mídias sociais potencializam este fenômeno.

Sob esta premissa, considera-se fundamental que o processo de educação para as mídias seja constante, preparando educadores e multiplicadores dos conteúdos para crianças e adolescentes, visando entendimento sobre o funcionamento da produção de conteúdo na internet

1 Agradecemos ao Programa de Apoio à Extensão da UEMG (PAEx) pelo financiamento da bolsa de extensão.

2 Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Graduada em Comunicação Social (bacharelado em Jornalismo e Publicidade e Propaganda). Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Acadêmica de Frutal (UEMG Frutal). E-mail: priscila.kalinke@uemg.br

3 Doutora em Ciência da Informação pela Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (ECI/UFMG). Graduada em Comunicação Social (bacharelado em Jornalismo) pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Professora no curso de graduação em Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Acadêmica de Frutal (UEMG Frutal). E-mail: ariane.lemos@uemg.br

e demais mídias, bem como a busca por fontes mais confiáveis, conhecimento sobre interesses que decorrem por trás de linhas editoriais e campanhas publicitárias. Sobre este último gênero, é importante ressaltar os padrões de corpo, estética e incentivos ao consumo excessivo, que são muito explorados em mídias sociais, como o Instagram.

Este artigo apresenta um relato de experiência referente ao projeto intitulado Mídia-Educação: um olhar para o ensino, desenvolvido no contexto da cidade de Frutal, entre os anos de 2023-2024, aprovado no Edital PAEx 01/2022, da Universidade do Estado de Minas Gerais. A proposta consistiu na elaboração de um conjunto de videoaulas acompanhadas de material didático e voltadas a professores dos ensinos fundamental e médio. O material foi elaborado em formato de curso formativo assíncrono de mídia-educação com vistas a tornar os participantes multiplicadores dos conteúdos junto a seus alunos.

A prática em sala de aula reforça o impacto social do projeto, pois sabemos que as plataformas de mídias sociais têm uma importância enorme em crianças e adolescentes. Assim, entender o funcionamento das mídias pode reduzir nesse público os problemas vinculados às notícias falsas e baixa autoestima oriunda das mídias sociais, quando se trata de padronização da beleza, dos filtros e da vida social presentes sobretudo no Instagram. Também acreditamos no impacto quanto ao processo de ensino-aprendizagem que poderá ser potencializado com o uso de mídias na sala de aula.

Diante do exposto, este artigo apresenta as etapas de desenvolvimento do projeto, incluindo a disponibilização dos conteúdos para escolas da cidade de Frutal. O ponto de partida é uma discussão teórica sobre a intrínseca relação entre as áreas de educação e comunicação, conforme pode ser visto na próxima seção.

Mídia-Educação: um olhar para o ensino

Pensar a educação, principalmente na contemporaneidade, precisa incluir a sua relação com os meios de comunicação. Não por outro motivo, que pensadores da educação no Brasil, como Paulo Freire (1970), já evidenciavam essa necessidade. Sobre essa relação é evidente que “[...] a mídia-educação é parte essencial dos processos de socialização das novas gerações, mas não apenas, pois deve incluir também populações adultas, numa concepção de educação ao longo da vida” (Bévort; Belloni, 2009, p. 1083).

Fantin (2006) e Freire (1970) concordam que a relação entre comunicação e educação é mais próxima do que podemos imaginar. Para Fantin (2006, p. 28) “[...] a comunicação é imprescindível para a educação, pois toda prática educativa é uma prática também comunicativa, a comunicação faz parte da educação e, neste sentido, ‘não existe educação sem comunicação’”. Freire (1970) afirma que a educação não pode ser reduzida a uma transferência de saberes, mas é um diálogo e comunicação, pois os interlocutores precisam buscar a significação dos significados. Portanto, sempre houve a relação entre educação e comunicação, uma vez que não é possível educar sem comunicar.

À relação comunicação-educação um terceiro termo pode ser adicionado, oferecendo um ponto de contato entre eles e potencializando essa interação. Conforme pontua Spinelli (2021, p. 129), “[...] interessa compreender como a mídia é consumida pelos indivíduos [meios e pro-

duetos/conteúdos], a maneira com que se apropriam dela [como a compreendem e a utiliza] e o contexto em que se envolvem com ela [lugares, maneiras, rotinas, entre outros]”.

Na contemporaneidade, essa relação é potencializada com o acesso às tecnologias digitais. No contexto escolar, foi quase impossível conter a entrada dos meios e a sua introdução no processo ensino-aprendizagem. Atualmente, as plataformas digitais e a comunicação transmidiática, por exemplo, ganharam mais espaço nos ambientes escolares, como educação informal, sobretudo porque as crianças e os adolescentes consomem cada vez mais meios digitais e as instituições educacionais não puderam ignorar o fato, incorporando em sua pedagogia para o processo de mediação escolar. Nos anos 1990, o principal meio era a televisão, visto, em grande medida, como um vilão por muitos educadores.

A respeito desse fato, Fantin e Rivoltella (2010, p. 92) acreditam que este novo perfil de consumo por jovens, em especial *multitasking*:

Trata-se indubitavelmente de um tipo de habilidade [fazer coisas simultaneamente] que pode ser entendido como um aspecto positivo dessas mídias sobre o dispositivo da cognição, mas, indubitavelmente implica também que a atenção não seja mais inteiramente garantida a qualquer coisa, deslocando-se superficialmente de um objeto a outro, segundo uma descontinuidade que é inimiga da reflexão e do aprofundamento (Fantin e Rivoltella, 2010, p.92).

Já que não é possível ignorar essa relação nas escolas, Rivoltella (2008) acredita que para a construção da cidadania, a pedagogia da atualidade deve integrar essa necessidade da sociedade por meio da compreensão das múltiplas plataformas entre os indivíduos, pois isso tem um efeito midiático. Para o pesquisador, para que as pessoas vivam em liberdade e com responsabilidade nesta sociedade, faz-se fundamental incluir a educação para as mídias, o que sugere a construção de uma pedagogia nova.

Na perspectiva de Orofino (2008), a escola é um espaço de apropriação da mídia, pois o conteúdo dos meios consumido pelas crianças e adolescentes é debatido, trocado e confrontado em diversos momentos do cotidiano escolar, seja no ambiente interno da escola, seja do lado de fora dos muros. Considerando este aspecto, os processos de mediação escolar são fundamentais, isto é, ações institucionais planejadas de modo “[...] participativo pelos professores a fim de que a escola tenha um espaço formal para que o debate sobre mídia possa ocorrer de forma sistematizada, para além das mediações que informalmente já ocorrem no cenário escolar” (Orofino, 2008, p. 122). A autora complementa que enquanto instituição social, a escola “[...] pode desempenhar um papel estratégico como espaço de crítica ao consumo social das mídias” (Orofino, 2008, p. 123).

Contudo, sabemos que nem sempre os professores e as escolas estão preparados para lidar com esta nova demanda. Por esta razão, é importante a realização de parcerias com outras instituições, em especial com estudantes dos cursos de comunicação, cumprindo uma dupla função: a de educar para as mídias crianças e adolescentes e, ao mesmo tempo, a de complementar o próprio ensino a partir das atividades de extensão, compreendendo de forma mais efetiva a importância da mídia-educação. A aprendizagem, diz Fantin (2008, p. 154), está se transformando, especialmente porque o processo formativo na atualidade deve ser compreendido enquanto formação cultural, que envolve “[...] o amplo repertório imagético, literário, artístico, musical, midiático, das mais diversas produções humanas disponíveis”.

Existem desafios que os profissionais que vão lidar com este processo de ensino-aprendizagem empregando as novas tecnologias precisam lidar, como afirma Belloni (2009), sobretudo: mais interação e participação no interior da cultura midiática; quem produz e quem recebe os conteúdos não estão separados de forma tão nítida como no passado, nos meios massivos; é preciso compreender que há novas maneiras de ver, aprender e perceber o mundo ao nosso redor; inovações no modo de fazer política e grandes possibilidades democráticas.

Além disso, é preciso buscar formas de uma educação para as tecnologias. Não basta o acesso aos dispositivos e artifícios tecnológicos, é preciso também entendê-los e integrá-los ao processo pedagógico.

A questão mais importante é a integração destes dispositivos técnicos aos processos educacionais e comunicacionais. Nas sociedades contemporâneas, esta integração tende a ocorrer de modo bastante desigual: ela é alta e rápida nos processos de comunicação, onde os agentes [as "mídias"] se apropriam imediatamente das novas tecnologias e as utilizam numa lógica de mercado; e tende a ser muito baixa nos processos educacionais, cujas características estruturais e institucionais dificultam mudanças e inovações pedagógicas e organizacionais, que a integração de novos dispositivos técnicos acarreta (Bévort; Belloni, 2009, p. 1084).

Também é importante perceber que a perspectiva educativa tem relação com outra área também pouco explorada nos cursos de Publicidade e Propaganda: a comunicação popular ou comunitária.

[...] no lugar de obedecer cegamente às diretrizes mercadológicas, enfraquecendo as estruturas da Sociedade Civil para alimentar um sistema consumista, que reduz o sentido de ser-cidadão a um Ser Consumidor, a publicidade começa a ocupar outro lugar. Começa a se deslocar do papel daquela que [apenas] serve para fomentar economicamente as Sociedades e passa a atuar como uma possível incentivadora da sustentabilidade dos meios de comunicação que pertencem à comunidade (Saldanha, 2011, p.3).

Considerando o contexto atual em que crianças e adolescentes se desenvolvem em uma cultura midiática e tecnológica, faz-se imprescindível a atualização de métodos pedagógicos mais coerentes com a contemporaneidade e, para além disso, que este público não seja apenas um receptor de conteúdo, mas também tenha oportunidade de produzir e desenvolver pensamento crítico. Fantin (2008) faz reflexões sobre estas novas formas de sociabilidade das quais as crianças e adolescentes estão inseridas, com redução de espaços urbanos para as brincadeiras e encontros presenciais para uma ampliação das relações com a tecnologia. As formas de interação entre crianças/adolescentes foram remodeladas, o que impacta nos processos de sociabilidade. Esse contexto impacta diretamente na cultura escolar, seja pelo repertório cultural que os estudantes chegam na escola, seja pelas novas expectativas de modelos didáticos ou pelas formas de interação e comunicação entre os membros da comunidade escolar.

Pensando que nem sempre as escolas têm instrumentos e conhecimento técnico para produção de mídia, espera-se que este projeto contribua neste processo com propostas de atividades e reflexões possíveis de aplicabilidade, além de objetivas aproximar as relações entre universidade e comunidade local.

Metodologia

Conforme dito, o projeto de mídia-educação consiste na criação de videoaulas e material didático. As videoaulas contaram com a participação de pesquisadores da área e versaram acerca das seguintes temáticas: perspectivas conceituais e teóricas da mídia-educação; leitura crítica da mídia, incluindo *fake news* e análise de campanhas publicitárias; gestão de projetos de mídia-educação; produção de conteúdos midiáticos na escola e como utilizar as mídias na sala de aula.

O desenvolvimento do projeto contou com a execução de três etapas principais, a saber: 1) pesquisas conceitual e teórica e atualização de estudos de caso; 2) planejamento e gravação das videoaulas, dez vídeos no total, sendo dois para cada um dos cinco módulos; e 3) planejamento e elaboração do material didático. A primeira fase foi desenvolvida por meio de pesquisa em livros e artigos, além da busca de estudos de caso para subsidiar a produção dos vídeos e do material didático.

As dez videoaulas contaram com a participação especial de pesquisadores convidados que contribuiriam com os conteúdos explanados. Para cada um dos cinco módulos temáticos, foi gravado um vídeo introdutório e conceitual e um vídeo adicional de estudo de caso. Com o intuito de complementar e oferecer aprofundamento aos temas propostos, cada módulo contém um material didático composto por textos, sugestões de leituras e discussão. Em formato de curso formativo, o conjunto das produções (videoaulas e material didático) foram disponibilizados aos professores da rede de ensino médio e fundamental de Frutal, especialmente vinculados à rede municipal de ensino. Tanto os vídeos como o material didático foram disponibilizados no formato digital (PDF com *hiperlinks* e arquivos de vídeo).

A gravação dos vídeos foi realizada através dos computadores e recursos de cada pesquisador convidado, considerando que residiam em diferentes cidades do Brasil. Com os vídeos encaminhados às coordenadoras do projeto, a discente bolsista do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Unidade Frutal criou o logotipo do projeto e a edição dos produtos audiovisuais por meio de *softwares* de edição de imagem e vídeo, da *Adobe Systems*.

A fim de tratar de assuntos do projeto e tirar possíveis dúvidas dos cursistas, foi criado na plataforma Gmail um *e-mail* específico, colaborando para o contato entre todos os interessados. Quanto à cidade implementada, fica situada no Triângulo Mineiro, em Minas Gerais, com aproximadamente 60 mil habitantes, cuja base econômica é a agropecuária.

Resultados e discussão

A primeira etapa (pesquisas conceitual e teórica e atualização de estudos de caso) orientou o escopo de elaboração das videoaulas e dos materiais didáticos. Igualmente foi fundamental para a socialização dos resultados, a exemplo deste relato de experiência.

Na fase seguinte, dedicamo-nos ao planejamento e à gravação e edição das videoaulas, cujas temáticas foram definidas e distribuídas entre os professores colaboradores do projeto. A relação a seguir apresenta cada uma delas e seus respectivos responsáveis, que foram escolhidos em virtude da formação e atuação prática e/ou pesquisa no campo.

1. Perspectivas conceituais e teóricas da Mídia-Educação: breve conceito e revisão teórica sobre mídia-educação. Este tema teve a participação do pesquisador da área de Comunicação e Cultura, Dr. Anderson Alves da Rocha, da Universidade do Estado de Minas Gerais.
2. Leitura Crítica da Mídia: oficina de como desenvolver uma leitura apurada da mídia, visando entender as “entrelinhas” e os possíveis interesses dos emissores da mensagem. Esta videoaula contou com a participação da profissional Dra. Fernanda Amorin Accorsi, da Universidade Federal do Sergipe.
3. Gestão de projetos de mídia-educação: em que medida a instituição escolar pode desenvolver projetos de mídia-educação de forma mais ampla, buscando a transversalidade? Esta seção foi produzida pela profissional Dra. Priscila Kalinke da Silva, da Universidade do Estado de Minas Gerais.
4. Produção de conteúdos midiáticos na escola: para além de analisar criticamente a mídia, foi produzida uma videoaula com dicas de como os estudantes podem criar mídia e, dessa forma, ampliar os conhecimentos sobre produção de conteúdo. Esta videoaula também ficou a cargo da Dra. Priscila Kalinke da Silva, da Universidade do Estado de Minas Gerais.
5. Como utilizar as mídias na sala de aula: esta temática versou sobre as potencialidades que as mídias podem ter na sala de aula para o ensino. Esta videoaula contou com a colaboração da Dra. Renata Oliveira dos Santos, da Universidade Estadual de Maringá.

Cada módulo conta com duas videoaulas: uma introdutória e conceitual tem, em média, uma duração de dez minutos; a segunda, contante o estudo de caso tem, em média, cinco minutos. Os vídeos foram gravados na posição horizontal por cada docente e a edição final foi elaborada de acordo com a identidade visual criada para o projeto.

A terceira etapa, por sua vez, compreendeu a produção do material didático das temáticas abordadas nas videoaulas. Assim como feito com os vídeos, cada módulo contou com um texto introdutório contemplando a discussão central e a sua problematização no contexto da mídia-educação. Além das referências citadas no texto, o conteúdo é acompanhado por três seções: “Saiba Mais”, “Leitura Básica” e “Leitura Complementar”, acrescidas de *hiperlinks* de acesso de forma a oferecer conteúdo adicional ao tema em questão. O material didático é finalizado com o tópico “Em discussão”, uma indagação discursiva que associa os aspectos teóricos atinentes ao tema abordado com as possibilidades de práticas em sala de aula, incentivando o cursista a transpor a teoria para a sua realidade de ensino.

O Quadro I sintetiza as correlações apresentadas nos materiais didáticos:

Tabela I – Síntese do material didático

Módulo	Introdução conceitual	Mídia-Educação	Em discussão...
1 - Perspectivas conceituais e teóricas da Mídia-Educação	"O novo paradigma traz para o centro da produção de sentidos da mensagem também o receptor, que ao contrário do pressuposto pelos frankfurtianos, possui capacidade crítica para selecionar e reelaborar o conteúdo dos meios massivos" (Zeviani, 2017, p. 27).	É preciso pensar na mídia-educação como uma ferramenta que visa a colaboração das produções midiáticas para a formação crítica e cidadã está diretamente ligada à capacidade de compreensão dos fenômenos do mundo, suas relações políticas e socioculturais.	<i>Como vimos, nas palavras da professora e pesquisadora Fantin (2008), "A relação da educação com a comunicação sempre existiu, uma vez que o educador necessita dos recursos comunicativos para ensinar e aprender". Partindo desse entendimento, deixe registrados seus comentários sobre o tema "educar para a cidadania".</i>
2 - Leitura Crítica da Mídia	"Discussão em defesa da alfabetização crítica da mídia, que vise a ampliar a noção de alfabetização, incluindo uma ampla variedade de formas de cultura midiática, informações e tecnologias da comunicação e novos meios de comunicação, além de aprofundar o potencial da alfabetização para analisar criticamente relações entre os meios de comunicação e as audiências, a informação e o poder" (Kellner; Share, 2008, p. 687).	Instrumentalizar e capacitar os estudantes em produtores de conteúdo midiático é uma forma de promover a leitura crítica da mídia.	<i>Considerando a sua experiência em sala de aula, como você avalia a relação entre o desenvolvimento de competências para a leitura crítica da mídia e a ampliação de repertórios e conhecimento de suas alunas e de seus alunos? Observação: caso tenha trabalhado a análise de alguma produção audiovisual, em sala de aula, compartilhe a sua experiência com os cursistas.</i>
3 - Gestão de Projetos de Mídia-Educação	"Um projeto é um conjunto de atividades ou processos executados para atingir determinado objetivo, tendo recursos finitos. Projetar é lançar, planejar o futuro, de forma que seja possível alcançá-lo, em um prazo determinado [...] Quando falamos em projeto escolar estamos relacionando todas as ações pedagógicas que ajudam a desenvolver melhor as disciplinas curriculares, aquelas que você estuda durante todo o ano letivo, e aos planos de ensino" (França; Oliveira, 2015, p. 27).	Apresenta uma sugestão de modelo de projeto, com base em uma publicação no Portal do Ministério da Educação. Trabalha a temática do Estatuto da Criança e do Adolescente.	<i>Tendo como referência as etapas de elaboração de projetos e com vistas à aplicação no ensino, identifique um tema que poderia ser trabalhado em um projeto com o foco em mídia-educação. Relacione este tema com uma situação-problema e justifique a sua escolha.</i>

Módulo	Introdução conceitual	Mídia-Educação	Em discussão...
4 - Produção de conteúdo midiático na escola	Por produção de conteúdo na escola entende-se a elaboração de oficinas e produtos de comunicação em um ou mais formatos de mídia. Por exemplo, rádio-escola, produção de documentários, jornal-mural, fotografia, entre outros. O processo de produção de conteúdo na escola é a oportunidade pela qual os estudantes têm de compreender os procedimentos de montagem de mídia, somando-se à possibilidade de se reconhecerem como sujeitos ativos no processo de comunicação (Vivarta, 2004).	Exemplifica produtos que podem ser desenvolvidos em sala de aula, em diferentes formatos, a saber: impressos (ex.: jornal-mural e fanzine), em arquivos de áudio (ex.: podcast, programa de rádio editado e rádio-escola), audiovisual (ex.: reportagem, minidocumentário e vídeos), produção de fotografia (impressa ou digital) e digitais (ex.: blogs e redes sociais).	<i>Nesta unidade, vimos as algumas possibilidades de produção de conteúdos midiáticos na escola, entre elas no impresso, em arquivos de áudio, audiovisual, fotografia e digitais. Considerando o contexto da sua instituição de ensino, qual dessas possibilidades poderia ser desenvolvida junto a seus alunos e suas alunas? Por quê?</i>
5 - Como utilizar as mídias em sala de aula	Utilizar as mídias na escola não significa necessariamente ser a solução para os problemas didáticos e pedagógicos na escola, assim como não deve ser visto como um recurso para inserir alguma plataforma de mídia em substituição ao texto escrito. Esse cuidado deve-se ter, especialmente, quando percebemos uma desvalorização do conhecimento científico (Napolitano, 2003).	Apresenta propostas que podem ser adaptadas a cada contexto e realidade de ensino, como ensinar os estudantes a buscarem conteúdos confiáveis, analisar conteúdo midiático em suportes específicos para depois poder produzir e visitar empresas de comunicação, entre outras.	<i>Considerando a afirmativa "As tecnologias digitais não são um anexo da educação; elas fazem parte", comente de que maneira ou em que medida as tecnologias digitais podem ser absorvidas nos planos de ensino na instituição em que você atua.</i>

Fonte: dados do projeto, 2024

Conforme dito, no total, foram elaborados cinco módulos, cada um composto por dois produtos audiovisuais, um com até 10 minutos com conteúdo introdutório/conceitual e outro com até 5 minutos com a apresentação de um estudo de caso/exemplo. Já o material didático compreende um texto (leitura básica), material adicional, podendo ser texto ou material audiovisual, e uma questão discursiva. Importante ressaltar que a montagem do material em formato de curso pode gerar um certificado equivalente a 10h/aula, totalizando, portanto, 50h/aula.

Concluídas as etapas de elaboração das videoaulas e dos respectivos materiais, devidamente aprovados pelos professores colaboradores do projeto, todo conteúdo foi disponibilizado à Secretaria Municipal de Educação da Frutal. Dessa forma, foi possível atender ao objetivo de tornar os professores da rede de ensino municipal aptos para multiplicarem os conteúdos junto a seus alunos.

Nas visões de Fantin e Giradello (2009), essa concepção ecológica e integrada de mídia-educação envolve tanto um fazer educativo reflexivo, como o uso de diferentes meios e tecnologias disponíveis. Essa perspectiva implica

[...] a adoção de uma postura 'crítica e criadora' de capacidades comunicativas, expressivas e relacionais para avaliar ética e esteticamente o que está sendo oferecido pelas mídias, para interagir significativamente com suas produções, para produzir mídias e também para educar para a cidadania (Fantin; Giradello, 2009, p. 14).

Neste sentido integrador, as discussões realizadas nas videoaulas e estudos de caso, somadas ao material didático, conseguiram sintetizar assuntos relevantes, que permitiam criar reflexões e pensar em projetos práticos nas instituições escolares. A base teórica da interface mídia e educação se estabeleceu por meio da primeira unidade construída; na sequência, buscou-se oferecer elementos de criticidade para pensar a mídia e seus conglomerados de forma mais holística e analítica; a terceira fase permitia ao professor pensar na construção de projetos em mídia e educação na escola de forma interdisciplinar; em seguida, a discussão visava trazer exemplos práticos de como criar conteúdos midiáticos, incluindo produtos mais simples, passíveis de construção com recursos disponíveis nas escolas; finalmente, os professores poderiam ter acesso às diversas possibilidades de utilização da mídia na sala de aula, não apenas na produção, mas também como instrumento de análise de conteúdo e outras formas de suporte para debates de temas discutidos pelas disciplinas que ministram.

Uma discussão relevante que Pereira (2009) desenvolve em sua pesquisa com professores sobre consumo cultural, é que o trabalho de mídia-educação independe de quais mídias serão utilizadas, sobretudo porque o mais relevante neste processo é consumir e produzir criticamente. Para este autor, todos consomem mídia na contemporaneidade e, quanto à produção, pode ser mais prazerosa quando se faz sobre temas e meios que têm interesse. Posto isto, há uma diversidade de possibilidades de usos dos meios e de conteúdos midiáticos na escola sem, necessariamente, construir grandes produções de mídia.

Considerações finais

O objetivo do projeto foi elaborar videoaulas sobre mídia e educação, incluindo estudos de caso e material didático a fim de publicizar junto aos professores da cidade. Neste sentido, os objetivos foram atendidos, colaborando para a multiplicação dos conteúdos e possibilitando ampliar novas propostas dentro das escolas.

Quando da entrega dos materiais à Secretaria Municipal de Educação, a equipe pedagógica reforçou a importância destas parcerias à Universidade do Estado de Minas Gerais. Assim, diversos outros planejamentos foram pensados como uma continuidade do estreitamento e reflexões sobre outras escolas que poderiam ser beneficiadas com a discussão entre mídia e educação.

Neste sentido, outro projeto foi elaborado em conjunto com a equipe pedagógica com vistas à participação mais ativa em escolas rurais do município. O resultado foi um projeto de podcast com uma escola rural, no qual foram elaborados quatro episódios com temáticas selecionadas pelos estudantes e professores da instituição, bem como sua divulgação foi realizada à comu-

nidade local, interessada pela discussão realizada. Os estudantes também puderam conhecer a universidade e realizar as gravações no estúdio.

Como mais uma extensão deste projeto, a Universidade foi convidada a ministrar oficina sobre mídia e educação junto aos professores de língua portuguesa, artes e educação física, vislumbrando novos projetos multiplicadores nas escolas municipais. Deste modo, entendemos que os objetivos foram atendidos sobretudo pelos desdobramentos de novas propostas e debates gerados entre professores e estudantes da cidade. Ao considerar a complexidade da sociedade contemporânea, os desafios da mídia-educação também se ampliam porque se exige revisão constante sobre as novas metodologias de trabalhar forma, conteúdo e os processos midiáticos produzidos das novas mídias.

Referências

- BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. 3.ed. Campinas: Autores Associados, 2009.
- BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação & Sociedade**, v. 30, p. 1081-1102, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2024.
- FANTIN, M. **Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália**. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.
- FANTIN, M. Do mito de Sísifo ao voo de Pégaso: as crianças, a formação de professores e a escola estação cultura. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papyrus, 2008. p. 145-171.
- FANTIN, M.; RIVOLTELLA, P. C. Crianças na era digital: desafios da comunicação e da educação. **REU**, Sorocaba, SP, v. 36, n. 1, p. 89-104, jun. 2010.
- Festinger, L. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press, 1957.
- FRANÇA, D. M.; OLIVEIRA, M. A. A. Tipos de Projetos. Rede E-Tec, jul. 2015. Disponível em http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1585/Tipos_Projetos_04_08_15.pdf?s_equence=1&isAllowed=y. Acesso em 25 jul. 2024.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.
- KELLNER, D.; SHARE, J. Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. **Revista Educação & Sociedade**, Campinas, vol. 29, n. 104 - Especial, p. 687-715, out. 2008.
- NAPOLITANO, M. **Como usar o cinema na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2003.
- OROFINO, M. I. Ciranda de sentidos: crianças, consumo cultural e mediações. In: **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papyrus, 2008. p. 113-126.
- PEREIRA, S. C. Consumo cultural entre professores do ensino fundamental. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papyrus, 2008. p. 145-171.
- RIVOLTELLA, P. C. A formação da consciência civil entre o "real" e o "virtual". In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). **Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância**. v. 1. Campinas, SP: Papyrus, 2008. p. 139-163.
- SALDANHA, P. G. Publicidade Comunitária: uma alternativa de sustentabilidade. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Recife, PE, 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2513-1.pdf>. Acesso em 19 jul. 2024.
- SPINELLI, E. M. Comunicação, Consumo e Educação: alfabetização midiática para cidadania. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 44, n. 3, 2021. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3608>. Acesso em: 25 jul. 2024.

ZIVIANI, P. Comunicação e cultura no campo dos estudos culturais. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 39, n. 2, p. 7-31, mai./ago. 2017.

VIVARTA, V. (coord). **Remoto Controle**: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004.