

VÍDEOS@JUVENTUDES.BR: um estudo sobre vídeos compar

Heloisa Helena Oliveira de Magalhães Couto*

A revolução tecnológica por que passam o cinema e o audiovisual tem criado novas mídias, novos suportes e a integração entre as diversas plataformas, e configurado uma democratização natural da atividade, gerada pelo advento de câmeras, edição e cópias digitais de melhor qualidade, facilidade de operação e baixo custo. Se já ficou evidente que as maiores atividades econômicas das próximas décadas estarão relacionadas às indústrias associadas à informação e à comunicação, também é previsível que a convergência de mídias e a integração entre plataformas vão promover novas maneiras de pensar e de conviver no mundo das telecomunicações e da informática. No Festival de Cannes de 2000 um colóquio, promovido para debater as novas tecnologias, concluiu que o futuro do cinema seria digital (Merten, 2003). As mudanças na produção, na distribuição e na exibição, especialmente quando são utilizados os canais de TV a cabo, de TV independente e a internet, vis-à-vis o barateamento de custos, podem implicar na democratização do acesso à comunicação e à expressão. Podem também imprimir uma ética e uma estética “neorrealista” na nova produção cinematográfica brasileira.

O incremento da produção documentária pode ser uma indicação de que há uma oportunidade de se redefinir a teoria cinematográfica. Até porque as novas tecnologias expandem o efeito de realidade e proporcionam ao espectador uma posição mais interativa, onde cabe a

As mudanças na produção, na distribuição e na exibição, especialmente quando são utilizados os canais de TV a cabo, de TV independente e a internet, vis-à-vis o barateamento de custos, podem implicar na democratização do acesso à comunicação e à expressão. Podem também imprimir uma ética e uma estética “neorrealista” na nova produção cinematográfica brasileira.

ele decidir, por exemplo, a duração e a trajetória do evento, no caso do cinema expandido. Mas quando o suporte muda, o produto audiovisual continua sendo cinema? E se o filme for veiculado pelo celular?

Arlindo Machado (2003), ao caracterizar o vídeo como sincronização de imagem e som eletrônicos, sejam eles analógicos ou digitais, e entendendo imagem eletrônica como aquela constituída por unidades elementares discretas (linhas e pontos) que se sucedem em alta velocidade na tela, conclui que hoje quase tudo é vídeo.

Cinema digital para ele é uma forma de vídeo. Por um período breve os praticantes e mesmo os críticos bem que buscaram uma especificidade ou uma identidade para o vídeo. Para Dubois (2004), chamamos de vídeo um conjunto de obras semelhantes às do cinema e da TV, como um dispositivo, um evento, uma instalação. Por isso sugere pensar o vídeo como um estado e não como um produto, ou seja, como uma imagem que não pode ser desvinculada do dispositivo para o qual foi concebida. Em um de seus

textos, *O estado-vídeo: uma forma que pensa*, propõe que o vídeo possa ser considerado não mais como uma forma de registrar e narrar, mas como um pensamento, um modo de pensar, uma forma que pensa as imagens, o que elas são, fazem ou criam. E, na sociedade imagética em que vivemos, a imagem é configuradora de uma nova subjetividade. Para Dubois, nas suas relações com o cinema o vídeo aparece como lugar de um metadiscorso sobre o cinema. Já em relação à TV, o vídeo representa uma maneira de pensá-la com suas próprias formas, como imagem e como dispositivo. Talvez por isso a possibilidade de retrabalhar e recontextualizar as imagens seja uma constante em trabalhos com vídeo. Por vezes ele parece uma tentativa consciente de manipular e distorcer as imagens de um meio (a TV) que é frequentemente tratado como sendo capaz de influenciar a todos.

A evolução do vídeo sempre esteve à margem, de forma similar à da própria produção documentária, que por outro lado é a produção cinematográfica que mais intensamente tem utilizado a tecnologia

tilhados por jovens na internet



vídeo. A filmagem em vídeo é menos dispendiosa e mais rápida, e a estética de sua imagem mais associada à realidade que à ficção, daí sua maior utilização nos documentários. A imagem vídeo deixa de ser matéria (como na fotografia, no cinema) para se tornar sinal. Não necessita de revelação química em laboratório. Possibilita a transmissão instantânea à distância (via satélite).

Hoje, a articulação do vídeo com o computador, especialmente na fase de pós-produção, permitiu o desenvolvimento de uma série de recursos eletrônicos. A diversidade de softwa-

res criados na área de vídeo permite atualmente a criação de trabalhos inteiros gerados eletronicamente dentro da ilha de edição, sem qualquer captação de imagens. No Festival do Rio que ocorreu em 2003, em face do pleito de alguns cineastas, os organizadores optaram por mudar os critérios até então seguidos, de só exibir filmes em película, e adotaram aqueles que já vigoravam nos Festivais de Cannes, Berlim e Veneza: os filmes puderam então ser exibidos em suportes digitais. Walter Carvalho, diretor de fotografia e de filmes como “Janelas da Alma”, na ocasião,

“argumentou que, se assistisse a um filme (...) seria capaz de, com grande esforço, identificar a imagem exibida em processo óptico daquela exibida em digital. Complementou dizendo que os olhos leigos jamais identificariam a diferença. O cinema é feito para multidões” (Luca, 2004).

A digitalização progressiva tem colocado muitos falando para muitos, inclusive muitos produzindo sites e vídeos para muitos que anseiam ver, comentar e divulgar o que assim se produz. A democratização do audiovisual vai configurar uma onda crescente de novos cineastas? Todos poderemos nos expressar, criando e contando histórias através dessas mídias, assim como podemos ler e escrever livros? Devemos aprender a linguagem do cinema/vídeo para que possamos nos comunicar de acordo com o tempo em que vivemos? Nesse percurso se instala o fenômeno cultural, técnico-comercial e político em que, em menos de dois anos, os sites para divulgação de filmes e vídeos se constituíram, tornando-se laboratórios para experimentação de uma produção videocinematográfica alternativa e, por que não dizer, inovadora.

Provocado pelo desenvolvimento de facilidades tecnológicas, especialmente as referentes às tecnologias de transmissão e compressão de dados, e pelo interesse crescente daqueles que produzem, selecionam, editam e trocam produções, a visibilidade que a internet oferece na difusão de vídeos surpreende pelos números apresentados. Diariamente 100 milhões de produções são assistidas por internautas que estão



A juventude, conforme pesquisas (Marthe, 2006), já passa nos Estados Unidos mais tempo na internet que diante da TV, e é a maior consumidora de vídeos na rede.

em várias partes do mundo, apenas pelo YouTube, o mais popular dos sites de vídeos (em 10/10/2006 era responsável por 47% desse mercado, segundo o Jornal do Brasil). São curtas-metragens, das mais variadas procedências, diferentes níveis de qualidade técnica e relacionados aos mais variados assuntos, que os próprios usuários voluntariamente acrescentam aos acervos. É possível assistir à programação desejada, no horário escolhido, por quantas vezes for necessário, pausar, armazenar, distribuir e ainda comentar. Todos podem assistir a tudo. Quem quiser ver o filme “trash” pode assistir, e no horário que melhor lhe convier. E assim vai se invertendo a lógica da cultura de massa. Muitos vídeos apresentam trechos de programas de TV reeditados, sob novos enfoques.

Em seus sites as redes de TV disponibilizam gratuitamente os vídeos de seus programas, vídeos para entretenimento e serviços de interatividade. Mas são os sites que disponibilizam vídeos dos usuários os que se constituem em um mercado promissor. Há redes de TV e gravadoras interessadas em usá-los como plataformas para o lançamento de programas e videoclipes. Há ainda os que assinalam que uma revolução na forma de produzir TV vai se configurando nesses domínios e que os jovens impulsionam esse processo de mudança. E isso porque a juventude, conforme pesquisas (Marthe, 2006), já passa nos Estados Unidos mais tempo na internet que diante da TV, e é a maior consumidora de vídeos na rede. Convém lembrar o entusias-

mo dos jovens com o videoclipe, nos últimos 20 anos. Visto inicialmente como um meio para vender discos, o videoclipe tem a música como base do formato de contar histórias visualmente, o que implicou na renovação da linguagem audiovisual contemporânea.

Os jovens têm sido apontados como os grandes interessados e produtores de vídeos na rede. Até que ponto essas informações realmente procedem? O que os jovens estão produzindo hoje? Os vídeos estão sendo usados para contar histórias, registrar um momento, fazer arte? Qual a finalidade dos vídeos para os jovens? Que histórias estão contando? Tais produções têm contribuído para a produção de imagens de sujeitos e histórias que não aparecem nas imagens da mídia de massa?

Buscamos, com este trabalho, identificar e analisar como se configura a produção de vídeos, divulgados na internet, de jovens entre 15 e 24 anos. Que tipo de participação têm trazido para a produção de imagens na mídia e o que poderíamos dizer de seus interesses a partir do conteúdo dos vídeos divulgados.

Cabe aqui ressaltar que juventude é um conceito construído histórica e culturalmente e que é atravessado por tempos, lugares e culturas. É também marcado por desigualdades relacionadas a classe, gênero, raça, idade, local de origem ou moradia (Novaes, 2006). Isso não significa que não haja especificidades nessa etapa de vida, que se situa entre a proteção socialmente exigida para a infância e a emancipação advinda na vida adulta. O que queremos dizer é que o processo de socialização do jovem é concretamente determinado por sua condição histórico-social, a qual, por sua vez, é por ele determinada. Se por um lado a “juventude reflete e revela a sociedade de desigualdades e diferenças sociais” (ibid.), “é no mundo dos jovens urbanos que se fazem visíveis algumas das mudanças mais profundas e desconcertantes de nossas sociedades contemporâneas” (Martin-Barbero, 2002).

Logo, para entender o jovem das camadas médias da população urbana, no contemporâneo, devemos considerar o ambiente acelerado de mudanças em que se movimenta,

Espaços virtuais têm feito sucesso entre os jovens, principalmente porque são vistos como espaços de autoria, de diferenciação, de contestação e de brincadeira. Brincar faz parte do cotidiano dos jovens. Possibilita transitar entre fantasia e realidade. Na brincadeira, os participantes podem controlar os riscos da vida real.



Experimentar a liberdade e a autonomia criativa, ao mesmo tempo em que busca balizar-se com outros pares, parece ser o contraponto jovem à imposição midiática.

bem como a influência da mídia em seu processo de socialização. A internet, por exemplo, tornou-se parte importante da inédita experiência social desta geração. Atualmente há mais de 34 milhões de jovens brasileiros entre 15 e 24 anos (Novaes, 2006). Por coerência teríamos que falar não do jovem, mas de juventudes, e, por conseqüência, das culturas juvenis brasileiras que têm se constituído na internet.

Através do mapeamento de suas práticas na internet, no que diz respeito à produção de vídeos, conteúdos e interesses, em pesquisa qualitativa, vimos construindo categorias que nos permitam realizar uma reflexão sobre essa produção jovem e traçar pontes que permitam o aproveitamento desse conhecimento na educação formal.

Culturas juvenis na internet

Internet, televisão (presente em mais de 95% dos lares brasileiros), celulares e videogames fazem parte do cenário atual da juventude. Nos ambientes virtuais, a convergência e o diálogo que vêm se estabelecendo entre mídias, suportes e linguagens têm introduzido facilidades para a produção e difusão de idéias, textos, imagens, sons. As tecnologias digitais, ao possibilitarem a criação

coletiva distribuída e o aprendizado cooperativo, e ao prolongarem capacidades cognitivas como a memória, a percepção e a imaginação, instituem espaços para sociabilidade, comunicação e construção de identidades.

São espaços para a projeção de imaginários. Tais espaços virtuais têm feito sucesso entre os jovens, principalmente porque são vistos como espaços de autoria, de diferenciação, de contestação e de brincadeira. Brincar faz parte do cotidiano dos jovens. Possibilita transitar entre fantasia e realidade. Na brincadeira os participantes podem controlar os riscos da vida real. Atividades lúdicas similares a situações e objetos reais, assim como em várias formas de expressão artística, permitem repetir situações prazerosas ou dolorosas pelo tempo que se julgar oportuno; alterar um final desagradável, tolerar situações ou exercer papéis que na vida real seriam proibidos. A reencenação – a repetição do jogo, do filme, da história – pode ajudar a entender limites, elaborar medos, angústias, perdas. É brincando, criando e contando histórias que é possível exercitar o controle da realidade, “reconstruir” o passado, exercitando um modo de ver e de estar no mundo. O jovem não teme a tecnologia porque a enxerga como um brinquedo, que vai conhecendo na medida em que vai operando. De forma geral tem curiosidade e facilidade na interação com as tecnologias de informação e comunicação,

desvendando rapidamente sua lógica de funcionamento ou tornando esse problema um artifício que promove relacionamento entre pares. Experimenta com ousadia e por isso mesmo transforma. Se há oportunidade, cria jogos ou histórias em diferentes linguagens e tecnologias. Assim, é possível colocar a imaginação a serviço da contestação ou criar novos usos e práticas políticas e culturais. O novo introduz componentes que antes não existiam, mas, sobretudo, possibilita ressignificar o já existente.

Experimentar a liberdade e a autonomia criativa, ao mesmo tempo em que busca balizar-se com outros pares, parece ser o contraponto jovem à imposição midiática. Cada vez mais a mídia toma para si a tarefa de socializar, de apresentar um modo de lidar com o cotidiano e resolver problemas, e os jovens vão sendo educados através de “tecnologias interativas” (televisão, internet, videogames) para os desafios de um mundo do trabalho que se desenha virtual. Embora sofrendo grande açoitamento pela produção de subjetividade da mídia, nem por isso os jovens deixam de surpreender através da ruptura. Observamos que, em muitas situações, os jovens não são meros espectadores, usuários passivos da mídia. Mesmo quando estão assistindo TV, o fazem “zapiando”, ou seja, editando novos textos, articulados com suas histórias pessoais. Através das redes telemáticas não se isolam, mas buscam novas formas de estar juntos.

Por meio da autoria o jovem exerce o direito de ser o protagonista de sua história e da definição (mesmo que virtual) de seus projetos presentes e futuros.

Por isso não basta entender como a mídia pode ser poderosa como fonte de informação, como influencia na consolidação de valores ou na formação de opiniões; ou ainda, pesquisar os efeitos da mídia sobre os jovens. Há que se estudar como a mídia se reconstrói a partir da leitura que os jovens instituem. Quando os próprios jovens registram e editam suas imagens e histórias passam a ser sujeitos do discurso? A apropriação e o uso do audiovisual possibilitam ao jovem recriar seu processo de socialização e intervir na realidade social?

Há iniciativas que articulam os apelos globais com as singularidades locais e regionais. Martin-Barbero (2002) considera o fenômeno do rock latino um fenômeno de ruptura que, conjugando criatividade e hibridações tanto do ponto de vista cultural quanto do ponto de vista político, articulou uma proposta nova, capaz de tornar urbana e internacional a música que era local e rural. Para ele a empatia dos jovens com a cultura tecnológica ultrapassa a atualização pela informação assimilada ou a facilidade em manejar novos dispositivos e equipamentos. O que está em jogo é uma nova sensibilidade produzida a partir da operação, interação e conexão midiática.

Impelida pela impulsividade inerente ao seu crescimento a juventude questiona, duvida, produz várias identificações e busca encontrar seu lugar no tempo e no espaço – situar-se como pessoa. Nesse processo de individuação – em direção a si mesmo – o jovem torna-se capaz de contestar tudo aquilo que

não seja ele próprio. Para descobrir quem é duvida de si e do que o cerca, do que sente, do que pensa. E acaba por revelar que sua visão de mundo não é a única, nem a melhor. Que não há a plena verdade. E isso incomoda, já que seu momento de mudança imprime a acomodação de todos que o cercam. Ao ser combatido não se fomenta a criatividade, mas a violência. E a luta pelo poder se instala. Ao dominar criativamente modernas tecnologias de enunciação para colocá-las a trabalhar em seu benefício, inverte os pontos de vista. Inventando alternativas para garantir a preservação de sua autonomia e um modo de vida diferenciado. Tudo isso com alguma colaboração de outros jovens, que compartilham a mesma cultura. Para ilustrar poderíamos recordar a trajetória dos jovens engenheiros criadores do YouTube.

Vivendo um período de aceleradas e significativas mudanças sociais – em âmbito global ou local – a velocidade e a quantidade de informações e imagens, sempre crescentes, impõem o desejo de fixar o tempo. De cercá-lo de sentidos afetivos e culturais. De articular fragmentos de imagens e de textos que constituem sua história. De afirmar um modo de ser, de pensar, de agir. De criar um discurso que o constitua em hipertexto. A escrita de si mesmo – a publicização do privado – para lidar com o domínio público, que não domina, para lidar com o outro, como forma de inscrição no social. Produzindo blogs, games, videologs, fotologs o jovem reconstrói a noção de tempo, movimento e narratividade, comunicação. Através



do registro e articulação de textos, sons e imagens de pessoas, objetos, acontecimentos, paisagens, o vivido se fixa, se torna história. Transmite valores, idéias, produz um modo de ser e de se expressar. Experimenta emoções, sensações, identificações, vive outros personagens, como nos caderninhos de perguntas indiscretas que todos faziam questão de ler e preencher há alguns anos atrás, contando de seus interesses, segredos, medos e inquietações.

A popularização da internet acontece entre os jovens não apenas porque qualquer um pode ter acesso a informações ou porque pode facilitar a interação com um outro (virtual), a qualquer tempo e lugar, mas porque criar, distribuir, disponibilizar informações, imagens e produções audiovisuais está ao alcance de todos. A consequência direta é o aumento do número de produtores de informação (sites, blogs, fotologs, audiologs, videologs etc) e a possibilidade da manifestação de opiniões, versões, visões e pontos de vista, que rapidamente podem ser repassados, reconstruídos, abandonados (porque já se encontram ultrapassados). Esse espaço interativo de construção de conhecimento e constituição de subjetividade conduz a novas práticas de estar com o outro e de se conhecer.



A procura do contato é também uma busca de si, uma vez que as identidades individuais se constituem pelas identificações com as identidades coletivas.

Os grupos de “bate-papo” da internet se tornaram espaços privilegiados para experimentar construções e reconstruções de identidade que caracterizam o momento contemporâneo e auxiliam o jovem a explorar a possibilidade de tornar-se autor. Por meio da autoria o jovem exerce o direito de ser o protagonista de sua história e da definição (mesmo que virtual) de seus projetos presentes e futuros. E há público garantido para ouvi-lo. O jovem participa dos programas de relacionamento na internet porque quer conhecer o que outros jovens apresentam como modos de ser e de viver. As identificações vão sendo feitas por preferências (comunidades) e hábitos midiáticos (horário de acesso, por exemplo). Enquanto os rapazes têm assinalado uma preferência pelos games, as moças preferem os sites de músicas e os programas de interação, mas todos gostam de partilhar novidades e informações através das comunidades. Uma nova cultura vai se constituindo, promovida pelas mídias. Marcam encontro pelo MSN (programa de relacionamento) para irem jogar em outros sítios ou para se conhecerem coletivamente. Só depois de conversarem virtualmente é que podem combinar de ir ao cinema.

Nos sites, nos videologs e nos blogs o jovem conta histórias das quais é roteirista, diretor, ator e

produtor. Fala de si mesmo, descreve (sua) rotina, (seus) sonhos, romances, preferências e emite opiniões sobre tudo. Além de fazer um relato ou uma apreciação, procura manter o interesse do outro pelo que é revelado. Quer ser visto, citado, o que implica conhecer bem os códigos específicos do ambiente e pesquisar novas formas de manter a atenção. Também para ele não é a informação, mas a atenção, a moeda principal da economia virtual. As identidades são também uma questão de linguagem (Pais, 2006). É nesse jogo de interação com um outro que tenta atrair a partir da revelação de sua intimidade (real ou imaginada) e da interação com a própria produção criativa que vai constituindo sua identidade – a maneira pela qual se afirma, se diferencia ou se assemelha a outros.

Ao se articular através de sua produção (textual, gráfica e fotográfica), o jovem revela o que percebe/entende de si mesmo e como percebe/lê o mundo. Bombardeado pela mídia, que o incita na busca de padrões que nem sempre correspondem às suas necessidades, precisa decidir quem é e o que fará. Confrontado com o outro, compartilha segredos, inventa histórias, idealiza, copia, escreve para enfrentar o desconhecimento de si mesmo e para começar a experimentar suas capacidades reais. O interlocutor virtual facilita

a expressão. A possibilidade de não haver repressão é sedutora. O mundo virtual é real, mas não físico. No ambiente virtual suas proposições não parecem ser tão desordenadas. Nada disso se dá por acaso. O encontro (ou desencontro) como outro é uma busca de si próprio. A consciência da identidade individual somente é possível pelo reconhecimento do outro. Muito do que está fora de nós pertence à essência do eu que se revela no outro (Pais, 2006).

Nesse sentido, a procura do contato é também uma busca de si, uma vez que as identidades individuais se constituem pelas identificações com as identidades coletivas. Se esses encontros ocorrerem via MSN ou ICQ (ferramentas para mensagens instantâneas), isso não significa necessariamente falta de amigos na vida real, como nos sugere Eugenio (2006), mas uma camada adicional de sociabilidade disponível somente para alguns, e que para alguns faz sentido acionar.

Muitos pensadores afirmam que os jovens passam mais tempo vendo TV e falando simultaneamente ao celular, participando de games em rede ou *off line*, ou acessando programas de relacionamento na internet, do que na escola ou conversando com os pais. Alegam que isso pode torná-los mais individualistas, alienados e violentos.

A apropriação dos meios audiovisuais pelos jovens, através da produção de vídeos, de games, de revistas eletrônicas, imprime visibilidade às suas histórias, aos seus desejos e inquietações, possibilitando construir o protagonismo de sua vida.

Colocar os jovens em salas de aula do século 19 e obrigá-los a ouvir, sem conversar; fazer anotações, sem ilustrar; memorizar fatos distantes de sua realidade, entendimento ou interesse, e realizar testes para aferir sua progressão, como ainda acontece hoje em dia, é mais ou menos perigoso que a utilização desenfreada de games, TV e internet?

Estariam tais dispositivos preparando indivíduos passivos, repetidores de fórmulas, prontos para aceitar o discurso da exclusão e completamente despreparados para mudar o mundo e superar estruturas de dominação? Cabe salientar que essa população não conheceu o mundo de outra forma. A atual geração vai se constituindo na ordem da tecnologia, do consumo e da mídia. Entre a emissão de uma mensagem e a sua recepção há ampla negociação de significados, de valores, não há como ser passivo. Por outro lado, em termos de mídia o que prevalece é a heterogeneidade, inclusive dos conteúdos, ideologias e interesses comerciais veiculados. As mídias digitais favorecem a integração de linguagens, são mais acessíveis e interativas – de muitos para muitos –, e por isso mesmo podem promover uma atuação ativa por parte do receptor. A apropriação dos meios audiovisuais pelos jovens, através da produção de vídeos, de games, de revistas eletrônicas, imprime visibilidade às suas histórias, aos seus desejos e inquietações, possibilitando construir o protagonismo de sua vida. Sujeitos que ainda não estão prontos para o mundo dos adultos e permanecem silenciados ganham vez e voz, mostram o que são e o que pensam. E parece que fazer-se visível socialmente é um modo novo de exercer politicamente seus direitos.

Uma ponte com a Educação

Estudiosos de tempos e lugares diferentes têm apontado que, para um mundo desbussolado (Forbes, 2005), soluções têm sido descober-

tas por uma geração que cresceu envolvida pelas novas circunstâncias, e que não será igual à de seus pais. Para Guattari (1991) soluções individuais ou coletivas, referidas tanto à vida cotidiana quanto à reinvenção da democracia, na contramão da produção da subjetividade coletiva da mídia, devem ser incentivadas se desejamos prosseguir em direção a uma *era pós-mídia*, entendida como uma reapropriação da mídia por uma multidão de grupos-sujeitos, capazes de geri-la numa via de ressingularização.

Martin-Barbero (2002) acrescenta, no entanto, que precisamos de uma educação que não deixe os cidadãos despreparados frente às manipulações da mídia, que pode camuflar seus interesses e disfarçá-los de “opinião pública”. Somente assumindo a tecnicidade midiática como dimensão estratégica da cultura é que a escola pode hoje interessar a juventude e ajudar a produzir um uso crítico e criativo dos meios e tecnologias audiovisuais e telemáticos, preparando sujeitos autônomos capazes de saber ler e decifrar a publicidade e que, não se deixando influenciar, pensem e decidam por vontade própria.

Se hoje a evolução tecnológica tem criado novas mídias, novos suportes e a integração entre diversas plataformas – que conferem maior potencialidade de

deflagrar situações de ensino-aprendizagem de maior interatividade e motivação –, o grande desafio continua a ser o de superar a escola e os valores tradicionais da educação. Apesar das possibilidades oferecidas, ainda nos deparamos com

a inércia e os padrões tradicionais. Colocar os jovens em salas de aula do século 19 e obrigá-los a ouvir, sem conversar; fazer anotações, sem ilustrar; memorizar fatos distantes de sua realidade, entendimento ou interesse, e realizar testes para aferir sua progressão, como ainda acontece hoje em dia, é mais ou menos perigoso que a utilização desenfreada de games, TV e internet?

Como bem apontou o educador Anísio Teixeira, a principal função do professor não pode ser a de difundir conteúdos. Os meios de comunicação de massa o fazem com maior eficácia, de forma mais atrativa, em muito maior volume e precisão. Mesmo na educação à distância provida formalmente, a tendência é reproduzir a educação bancária de que nos advertia Paulo Freire (1996). Cada vez mais conectados, passivamente ou não, ao ciberespaço, os jovens exigem novos ambientes de aprendizagem. “A escola está deixando de ser o único lugar de legitimação do saber”, afirma Martin-Barbero (2006). A diversificação e a difusão de saberes que circulam por canais difusos e descentralizados, fora da escola, constituem importantes desafios para a sociedade contemporânea, inclusive porque os jovens, com frequência, apresentam informações mais atualizadas que as de pais e professores, sobre vários assuntos, ainda que fragmentadas. O desinteresse pela escola é crescente. A juventude aceita a mudança, afirmava Anísio (1969), e, complementando, as mídias fazem parte de sua história e de seu tempo. Não há como ou por que ignorá-las.


Não seria papel da educação desmistificar o poder da mídia? Desconstruir a linguagem da televisão? Debater o que se diz, o que se mostra e como se mostra na tela do computador, no jogo eletrônico, no filme? Ir construindo coletivamente um conjunto de valores compatível com uma gestão democrática dos meios de comunicação? Não cabe enaltecer ou desqualificar a tecnologia (Freire, 1996). A alfabetização digital não pode reproduzir a alfabetização que transforma os sujeitos em meros operadores de máquinas, sujeitos que lidam com tecnologias mecanicamente. O computador não faz aprender, mas quem desenvolveu uma atitude de educação permanente, como proposto por Anísio, e quer aprender, acaba por saber operar a máquina para pesquisar, trocar, conhecer. Educar é substancialmente formar. O papel do educa-

dor não é transferir, doar, depositar, mas desafiar para a autoria, para a criação do texto próprio e para a construção de espaços crescentes de autonomia.

Novas gramáticas ou topografias

Consideramos que o filme, entendido aqui não como película, mas como a forma de contar histórias através de imagens em movimento, reflete uma visão de mundo e ajuda a compreender o tempo em que vivemos. Através de nossos primeiros levantamentos temos observado que, quando podem se expressar através da linguagem do cinema/vídeo, os jovens usam a imaginação para o questionamento de padrões impostos e produzem trabalhos inerentes à sua própria realidade. Fortalecem assim sua autoestima e sua cultura. Ao longo da história de narração

através de imagens, seja através do vídeo ou do cinema, o processo de apropriação de determinada ferramenta ou tecnologia, sua utilização em processos de construção e de desconstrução, tem alavancado mudanças de ordem estética e se revelado essencial para a descoberta de novos códigos cinematográficos e videográficos, bem como de novos usos sociais dos meios de comunicação e informação.

Acreditamos que através da produção de vídeos é possível entender que a mídia constrói versões da realidade. É também possível desenvolver a capacidade de aprender a transformar essa mesma realidade para nela intervir, recriando-a. 

* HELOISA HELENA OLIVEIRA DE MAGALHÃES COUTO é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRJ

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUBOIS, P. *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac&Naify, 2004.

EUGENIO, F. "Corpos voláteis: estética, amor e amizade no universo gay". In: ALMEIDA, M. I. M. de & EUGENIO, F. (orgs). *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

FORBES, J; REALE JR., M. & FERRAZ JR. T. S. (orgs). *A invenção do futuro*. São Paulo: Manole, 2005.

FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 19ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

"Google compra YouTube e liderança no mercado de vídeo". *Jornal do Brasil*, 10/10/2006.

GUATTARI, F. *As três ecologias*. São Paulo: Papyrus, 1991.

LUCA, L. G. A. de. *Cinema Digital: um novo cinema?* São Paulo: Imprensa Oficial do Estado & Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2004.

MACHADO, A. (org). *Made in Brasil – três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

MARTHE, M. "A nova era da televisão". *Revista Veja*. Set, 2006. pp. 89-99.

MARTIN-BARBERO, J. "Jovens: comunicação e identidade". *Revista Pensar Iberoamérica*. Fevereiro 2002.

MARTIN-BARBERO, J. "Tecnidades, identidades e alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século". In: MORAES, D. (org). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MERTEN, L. C. *Cinema: entre a realidade e o artifício*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2003.

NOVAES, R. "Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias". In: ALMEIDA, M. I. M. de & EUGENIO, F. (orgs). *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

PAIS, J. M. "Buscas de si: expressividades e identidades juvenis". In: Almeida, M. I. M. de & Eugenio, F. (orgs). *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

TEIXEIRA, A. *Educação e o mundo moderno*. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.