

O USO DA IMAGEM NA PESQUISA EM EDUCAÇÃO: DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Rita Marisa Ribes Pereira – UERJ / PUC-Rio¹

Solange Jobim e Souza – PUC-Rio / UERJ²

A experiência do homem contemporâneo não pode ser compreendida fora de suas relações com a imagem e a cultura do consumo. A fascinação estética está em toda parte fazendo da cultura contemporânea uma cultura figurada, onde a ênfase nas imagens mais do que nas palavras cria novas relações do sujeito com o desejo e o conhecimento. O figurado, como uma característica geral da cultura do consumo, penetra em todas as instâncias da vida moderna. A arte, a educação, as práticas sociais, enfim toda a cultura da época atual, começam a ser absorvidas pelas representações visuais, favorecendo um estilo fragmentado e experiências fugazes. O estatuto da arte, diante destas transformações, se altera radicalmente, a ponto de nos indagarmos sobre o que é arte e qual a sua função social e política hoje.

Estas questões constituem o pano de fundo de um amplo projeto de pesquisa interinstitucional intitulado “*Subjetividade em imagens: dialogismo e alteridade na produção do conhecimento contemporâneo*”³, que vem sendo realizado, desde agosto de 1998, no Departamento de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e na Faculdade de Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Seu objetivo é enfocar os modos de subjetivação frente às teorias da globalização, à cultura do consumo e ao contexto da experiência com as imagens técnicas⁴ (fotografia, cinema, TV, vídeo,

¹ Professora da Faculdade de Educação da UERJ e doutoranda do Departamento de Educação da PUC-Rio, e-mail: ritaribes@uol.com.br

² Professora do Departamento de Psicologia da PUC-Rio e da Faculdade de Educação da UERJ, Pesquisadora do CNPq, e-mail: soljobim@ax.apc.org

³ Projeto de pesquisa integrado financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), Rio de Janeiro, Brasil. Coordenação professora doutora Solange Jobim e Souza.

⁴ Imagem técnica é toda a imagem produzida por aparelhos. Esta definição confere às imagens técnicas uma posição histórica e ontológica diferente daquela que é comum às imagens tradicionais, cuja origem está na capacidade de abstração pela imaginação. Uma discussão mais detalhada deste tema pode ser encontrada em Vilém Flusser, Ensaio sobre a fotografia; para uma filosofia da técnica. Lisboa, Relógio D'Água, 1998.

outdoors etc.) analisando suas implicações na experiência estética e nos modos de produção de conhecimento na contemporaneidade. Vale destacar que a imagem é compreendida como um modo de narrativa que se identifica intensamente com a experiência do homem atual, desencadeando novas sensibilizações que devem ser exploradas criticamente por sua penetração ilimitada na vida cotidiana. Deste modo, temos buscado definir os limites e as possibilidades da abordagem estética nas ciências humanas para desencadear formas singulares de criação e de intervenção crítica na realidade.

Buscamos propor, neste texto, uma discussão que encaminhe novas possibilidades de compreensão dos efeitos da cultura da imagem sobre nós, tendo como fio condutor estudos teóricos (Walter Benjamin, Adorno, Horkheimer, Mikhail Bakhtin, Néstor Canclini, Beatriz Sarlo, Fredric Jameson, Jean Baudrillard, entre outros) e três investigações de caráter etnográfico em desenvolvimento no âmbito deste amplo projeto de pesquisa: 1) “Oficina do Olhar: Subjetividade e produção de conhecimento no espaço escolar através da fotografia”; 2) “Nossos Comerciais, por favor! A publicidade televisiva e a construção das subjetividades infantis” e 3) “Criadores de imagens, produtores de subjetividade: a experiência das TVs comunitárias”. Pretende-se, com estes trabalhos, apresentar questões relativas ao desenvolvimento humano integrando a dimensão estética e ético-filosófica para a teoria e a prática no campo da psicologia e da educação, bem como apresentar os pressupostos teórico-metodológicos que orientam esta linha de pesquisa.

Imagem e subjetividade

Esse é o verdadeiro momento da sociedade da imagem, nos afirma Fredric Jameson (1994)⁵, na qual os sujeitos humanos, já expostos ao bombardeio de até mil imagens por dia, vivem e consomem cultura de maneiras novas e diferentes. Esta nova situação, que Jameson denomina de momento pós-moderno ou avatar da visualidade hoje, apresenta agora problemas paradoxais, ou seja, significa uma mais completa estetização da realidade que é, ao mesmo tempo, uma visualização ou a colocação em imagem dessa mesma realidade. Quais as conseqüências deste fato para a experiência do homem contemporâneo?

⁵ Jameson, Fredric. Transformações da imagem na pós-modernidade. In: *Espaço e Imagem. Teorias do pós-moderno e outros ensaios*. Editora da UFRJ, Rio de Janeiro, 1994.

Ora, se toda a realidade tornou-se profundamente visual e tende para a imagem, então, na mesma medida, torna-se cada vez mais difícil conceituar uma experiência específica da imagem que se distinguiria de outras formas da experiência. O que se costumava chamar filosoficamente de distinção ou especificidade do estético ou da cultura tende, agora, a obscurecer-se ou a desaparecer completamente (p. 121).

De acordo com os autores que embasam nossas indagações, as transformações culturais da sociedade contemporânea, engendradas pelo desenvolvimento da técnica, desencadearam modificações no próprio sistema sensorial do homem, levando a uma *vitória do anônimo sobre o pessoal, do abstrato sobre o concreto, do imaginário sobre o real* e a uma crescente estetização da vida cotidiana, que se realiza através do atravessamento da experiência diária pela saturação de imagens e signos, os quais desencadeiam, pela sobrecarga sensorial, uma distorção da realidade pela imagem.

A análise da tensão entre real e imaginário na pós-modernidade, destaca o efeito perverso da hiper-estimulação a qual leva o sujeito à incapacidade de articular signos e imagens em seqüências narrativas. Tal perda do senso de realidade se dá pela vivência crescente da imediatez, da fragmentação e da intensidade das experiências fugazes que constituem o dia-a-dia do homem contemporâneo, principalmente daquele que vive nas grandes metrópoles, o qual dificilmente tem como escapar dos efeitos produzidos, no seu aparelho sensorial, pela comunicação de massas.

Os teóricos da pós-modernidade nos conduzem a reflexões desconcertantes, porém sua avaliação negativa nos fornece elementos que possibilitam uma reflexão que problematiza a própria concepção de subjetivação na contemporaneidade. Quer dizer, *até que ponto o sujeito na sociedade de consumo se deixa submergir nas imagens, colocando-se apassivado e sem rumo, ou que outros mecanismos é capaz de colocar em jogo com o intuito de se preservar e lidar de forma criativa superando o constrangimento do bombardeamento sensorial?*

É nesse sentido que julgamos ser de fundamental importância a construção de uma política cultural dos usos da imagem, como forma de re-significar a dimensão estética da experiência humana, enquanto compreensão sensível e singular. Assim, os projetos que serão aqui abordados, caracterizam-se como propostas de investigação e intervenção, na medida em que se apresentam em forma de oficinas, sugerindo aos sujeitos envolvidos

outras formas de relacionamento com a imagem que fomentem uma postura crítica. É nesse sentido que entendemos esta pesquisa como uma contribuição para o desenvolvimento humano – hoje, um dos grandes desafios colocados para as ciências humanas.

Uma reflexão mais profunda sobre a imagem deveria, precisamente, ajudar-nos a escapar dessa impressão de passividade ou de “intoxicação” que ela muitas vezes sugere e permitir-nos, ao contrário, perceber novas possibilidades de compreensão dos efeitos da cultura da imagem sobre nós. Exatamente porque somos moldados *na e pela* imagem é que ela nos é tão familiar e, apesar da infinidade de significações que ela nos traz, conseguimos, portanto, compreendê-la: imaginária ou concreta, a imagem passa, necessariamente por alguém que a produz ou reconhece. Assim, nosso propósito nesta pesquisa é abordar a imagem sob o ângulo da significação, ou seja, abordar o fenômeno da imagem em seu aspecto semiótico, considerando seu modo de produção de sentido, ou seja, a maneira como provoca significações e interpretações no sujeito que a produz ou reconhece.

De fato, imagem é signo e um signo só é signo se provoca uma atitude interpretativa na mente daquele ou daqueles que o percebem. Portanto, encontramos na dimensão polifônica da *cultura da imagem* um modo de colocar em questão a problemática da alteridade, ou seja, o sentido da imagem se constrói na relação com o outro, podendo assim encaminhar soluções regressivas ou emancipadoras. Estas soluções, no entanto, devem ser analisadas no processo de sua produção e não de forma maniqueísta, ou seja, antecipando os aspectos regressivos da produção cultural da imagem e seus efeitos perversos nos sujeitos contemporâneos.

Imagem e produção de conhecimento

Uma das principais características do mundo contemporâneo é a pluralidade das formas de conhecer a realidade, exigindo o surgimento de novas narrativas no processo de produção do conhecimento. Este fato sugere a necessidade de uma reavaliação das condições em que se produz esse conhecimento nos dias de hoje e dos efeitos da diversidade de experiências trazidas pelo desenvolvimento tecnológico e pela cultura do

consumo - *cultura esta que se realiza na criação e substituição permanente de imagens-signos* - na constituição da subjetividade.

O tema central desta pesquisa é a constituição histórico-cultural das subjetividades contemporâneas a partir das condições específicas engendradas pela *cultura da imagem*. Ora, analisar as transformações do sujeito contemporâneo frente às condições produzidas pela *cultura da imagem* requer, necessariamente, trabalhar com um amplo espectro de temas correlatos. Nesse sentido, buscamos construir uma reflexão teórico-metodológica acerca das ciências humanas e das possibilidades de conhecimentos próprias deste nosso tempo, suas controvérsias, interpretações e definições.

Quando um objeto qualquer é colocado no lugar de fazer falar a cultura que o torna possível, ele se torna, necessariamente, um objeto cultural (Amorim, 1996)⁶. Nesta pesquisa, o objeto cultural que faz a cultura contemporânea se explicitar para nós de forma tão contundente é a imagem. Daí nosso interesse em discutir e analisar as subjetividades contemporâneas a partir das “vozes” que habitam as imagens, este objeto cultural que nos fascina e nos seduz tão completamente nos dias de hoje. Fazer ouvir as “vozes” que habitam as imagens significa ouvir não somente o apelo daquele que as produziu, mas também todos os demais sentidos colocados na imagem por aqueles que a habitam enquanto leitores e espectadores.

Em ciências humanas, a significação e o sentido constituem duas polarizações em permanente tensão. Do lado da significação temos o trabalho da conceituação ou da explicação de um fenômeno qualquer que tende na direção do universal, dos sistemas explicativos totalizantes; do lado do sentido temos o inacabamento permanente, pois o sentido se constrói entre a fala do pesquisador e todos os outros sujeitos que intervêm no seu texto. Portanto, entre o lógico e o dialógico se estabelece a tensão de base geradora do conhecimento (Amorim, 1996)⁷.

Podemos dizer que uma imagem é polifônica quando há várias “vozes” que se explicitam nela, sem que haja uma solução, sem que haja uma síntese dialética ou lógica. Entretanto, na medida em que a imagem se dirige a alguém, é a destinação mesma que a

⁶ Amorim, M. Um objet culturel: le texte de recherche. Revue MEI de Communication et Metiation Culturelle. Université de Paris 8, juin, 1996.

⁷ Idem.

organiza, que lhe dá sentido. O fato de ser destinada a alguém confere aos sentidos que habitam uma determinada imagem uma organização aberta, inacabada, inscrita na grande temporalidade. Propor a abordagem polifônica de Bakhtin⁸ à análise da imagem é integrar a questão da alteridade como eixo central em torno do qual a produção do conhecimento contemporâneo deve se organizar.

Toda a pesquisa, especialmente quando realiza um trabalho de campo, visa a troca com o outro, busca interlocutores para a produção do conhecimento. Portanto, é o modo como a pesquisa assimila ou nega a relação com o outro que direciona as possibilidades do conhecimento gerado no seu interior. Nossa proposta de uma abordagem dialógica e polifônica da imagem vai, justamente, na direção de analisar este objeto cultural de modo a considerar o lugar do outro na produção do conhecimento contemporâneo, conhecimento este que se explicita na proliferação ininterrupta de imagens a nos circundar, envolver e seduzir.

Tendo em vista uma construção teórico-conceitual que encaminhe uma re-definição das questões do desenvolvimento humano que abarque e integre a dimensão social, política, cultural, estética e ético-filosófica, buscamos uma interlocução com diferentes espaços institucionais (escola, mídia, comunidade, instituições privadas, instituições públicas governamentais e não-governamentais etc.), constituindo um efetivo intercâmbio do conhecimento teórico produzido na academia e as práticas sociais e culturais que atravessam o cotidiano. Nesse sentido, apresentamos os três projetos anteriormente mencionados que se orientam nessa perspectiva, com o objetivo de dar visibilidade àquilo que entendemos como fomento à produção de uma política cultural do uso da imagem.

⁸ A polifonia é um dos mais instigantes e originais conceitos de Bakhtin. Esse conceito tem sua origem nos seus estudos da obra de Dostoiévsky, autor que Bakhtin descreve como sendo um escritor polifônico por excelência. Na literatura, esse conceito inaugura uma mudança radical no lugar do autor em relação à obra. Com base em uma elaborada análise ético-estética da literatura, Bakhtin irá expandir o uso desse conceito para a discussão teórica da constituição do conhecimento nas ciências humanas. A concepção dialógica da verdade é a principal consequência de sua preocupação com a arte literária, preocupação esta que irá orientar uma nova possibilidade de se discutir a relação conhecimento e verdade no interior das ciências humanas. De acordo com Marília Amorim (1996), a abordagem polifônica nas ciências humanas é uma estratégia para que o debate acerca da pesquisa - seus métodos, seu rigor, sua produtividade, suas condições de possibilidade - possa integrar a questão da alteridade.

1. “Oficina do Olhar: subjetividade e produção de conhecimento no espaço escolar através da fotografia”⁹

Este sub-projeto parte de uma reflexão sobre a pesquisa da subjetividade no âmbito educacional, principalmente no que diz respeito às metodologias de produção de conhecimento nas instituições escolares. Temos por objetivo evocar uma dimensão epistemológica que articule a razão e a intuição como elementos presentes na construção do conhecimento, que faça emergir uma nova forma de narrativa - a imagem - para compor um saber sobre o sujeito e seu *devoir*. A partir desta abordagem, entendemos que o sujeito, na sua relação alteritária com o mundo físico e social, participa na produção de signos que não cessam de evoluir, transformando-se a si próprio e a cultura de uma época.

Isto posto, buscamos estruturar a proposta intitulada “*Oficina do Olhar: uma estratégia metodológica para a pesquisa da subjetividade e a produção do conhecimento no espaço escolar*” seguindo esta perspectiva teórico-metodológica e propondo um trabalho de produção de imagens no espaço escolar, envolvendo professores e alunos do primeiro segmento do ensino fundamental e da educação especial. O objetivo é articular uma produção estética, a partir de oficinas de fotografia, cuja a intenção é trabalhar a produção de um olhar mais autônomo, crítico e criativo na dita “sociedade das imagens”. Pretende-se resgatar, através desta proposta de pesquisa-intervenção, a consciência de que cada vez mais é necessário articular a pesquisa acadêmica com o cotidiano escolar. A relação tanto da criança como do adulto com a imagem é um vasto campo a investigar.

⁹ Trabalho coordenado por Ana Elisabete Lopes e Luciana Becker Sander. Como desdobramentos desse eixo de investigação, citamos a Dissertação de Mestrado “Foto-grafando: sobre arte-educação e educação especial”, de autoria de Ana Elisabete Lopes (1996), a Monografia de Conclusão de Curso intitulada “Oficina do Olhar: uma estratégia metodológica para a produção e pesquisa da subjetividade”, de Luciana Becker Sander (1999) bem como a continuidade destas pesquisas como projetos de Doutorado e Mestrado, respectivamente.



IMAGEM 1

Uma aluna deixa-se fotografar por outra. Esta foto, tirada num passeio pela comunidade, ajuda a tornar visível uma das categorias de análise do projeto: vivendo em um contexto social e cultural cujo resultado é uma escassez de acesso à fotografia, as crianças e adolescentes elegeram a si mesmos como tema a ser fotografado. A fotografia se apresenta como possibilidade das crianças resgatarem sua identidade social e cultural.

Temos na fotografia uma forma de linguagem que não possui regras gramaticais e que, portanto, nos abre outras tantas possibilidades de interpretação. O que nos parece fundamental em tudo isso é que na interação imagem-palavra e palavra-imagem, buscamos exercitar o abandono da procura de um sentido fixo para o que vemos. Este exercício auxilia uma flexibilização do olhar e, conseqüentemente, da produção da subjetividade. O “querer dizer” da fotografia nos faz brincar com seus sentidos.



IMAGEM 2

A imagem escolhida por Melize apresenta em fragmento o cotidiano da sua comunidade, apresentando os valores conferidos a esse cotidiano, através do olhar da criança.

Perceber a interação do domínio da técnica fotográfica com o lado subjetivo - o olhar do fotógrafo - nos traz uma outra dimensão da imagem, ou seja, a dimensão da criação possibilitada pela intervenção no real através de um instrumento técnico - a câmara fotográfica. A imagem impressa na foto, ao mesmo tempo em que aprisiona o instante, se oferece como uma máquina espaço-temporal transportando o sujeito para outro lugar e outra temporalidade. A foto, como meio de expressão, não deveria portanto se limitar ou ficar aprisionada aos sentidos estipulados pela informação massificada, ou seja, como reprodutora de padrões estéticos perpetuados desde sua invenção. Para que o sujeito exercite sua capacidade de criar é importante que se liberte de conceitos pré-estabelecidos, de regras fixas de composição da imagem, reconhecendo nas imagens fabricadas a partir da intervenção técnica o que realmente fale de si.



IMAGEM 3

Num passeio exploratório no Jardim Botânico, a professora ajuda a aluna a capturar a imagem escolhida. Na revelação da fotografia produzida em parceria, a surpresa da re-significação do conhecimento de si e do mundo.

Ao propormos uma estratégia metodológica para a construção do conhecimento e a pesquisa da subjetividade, através de uma oficina de fotografia para crianças e

adolescentes que freqüentam o ensino fundamental e educação especial, encontramos em Frota¹⁰ alguns argumentos esclarecedores que justificam esta pesquisa-intervenção.

“exercícios conjuntos de leitura e construção de imagens e palavras desenvolvem a linguagem pessoal do educando, auxiliando-o na comunicação com o mundo externo. (...) nas crianças inseguras, o ato de fotografar e possuir um objeto palpável - foto no papel - do mundo que a cerca, pode gerar a sensação de soberania e domínio sobre a realidade, mediante a qual ela se sente muitas vezes impotente. (...) finalmente, considero a fotografia um construtor de qualidades indispensáveis na formação de personalidades sadias, como por exemplo, a observação, o poder de decisão, a criatividade etc..”

Cabe acrescentar que reconhecer a expressividade da criança na produção de conhecimento da realidade através do ato fotográfico é, antes de mais nada, uma forma de re-significar os papéis sociais pré-estabelecidos entre adultos e crianças através de novas formas de relações inter-subjetivas. A mediação do conhecimento pela imagem permite a relação com diferentes temporalidades e linguagens que constituem a criança e o adulto no mundo de hoje. Neste sentido, destacamos que o projeto “oficina do olhar” apresenta duas vertentes de ação: a primeira, voltada para o trabalho com as crianças, desenvolvendo atividades de criação de imagens e narrativas textuais; a segunda, voltada para a participação dos professores nas mesmas atividades, porém construindo paralelamente, a partir do seu envolvimento, outras modalidades de trabalho pedagógico. Professores e alunos estarão vivendo a oportunidade de se conhecerem mutuamente através de uma ação conjunta de produção de conhecimento.

2. “Nossos Comerciais, por favor! – A publicidade televisiva e a construção das subjetividades infantis”¹¹

Este projeto tem por objetivo analisar as implicações da publicidade televisiva na construção das subjetividades infantis, haja visto que a sociedade de consumo outorgou à

¹⁰ Frota, Malu Dabus. Fotografia para Crianças e Adolescentes. IN; <http://www.olhar.com.br>

¹¹ Trabalho coordenado por Rita Marisa Ribes Pereira, desenvolvido como parte do projeto de Doutorado, em andamento.

criança um novo lugar social: o de sujeito-consumidor. Por conseguinte, surge também um novo diálogo, entre o mercado e a criança, onde a publicidade passa a ocupar um lugar significativo.



IMAGEM 4

O bordão “Beijinho, beijinho; tchau, tchau!” da apresentadora de programas infantis se oferece como discurso de uma sociedade onde ser e ter são experiências que se confundem.

Letreiros, luminosos, outdoors, bancas de revistas, slogans, marcas, panfletos, sedução. Na sociedade de consumo a cidade se oferece ao homem em forma de vitrine e ser cidadão é habitar esse mundo com o desprendimento de quem vai às compras. E a infância, qual o lugar reservado a ela neste mundo em permanente liquidação? Como ela transita frente a essa constante vitrine? Que diálogos constrói com os apelos que a ela se dirigem? Como esses apelos delineiam a construção da sua experiência da infância e a sua subjetividade?

A criança, é certo, já nasce situada numa cultura. A forma com que é olhada pelos outros bem como as expectativas em torno de seu nascimento (a espera, a escolha do nome, os planos para o seu futuro, a reorganização da casa, os preparativos do enxoval...) vão circunscrevendo o lugar social a partir do qual construirá sua identidade, seus valores, sua forma de ver e refazer o mundo. Essas expectativas, porém, não se esgotam nos limites da

família; mesmo antes de nascer, a criança já tem lugar reservado na sociedade de consumo. Mamadeiras, fraldas, chupetas, macacões, sapatinhos, berços, brinquedos, roupas e acessórios em geral compõem um mercado dirigido à infância que tem consumo certo e crescente.

O lugar que o mercado reservou para a criança tem sua história intimamente ligada aos novos reordenamentos das relações entre adultos e crianças. Olhada inicialmente como filho de cliente que se relacionava com o mercado a partir do uso de bens materiais e culturais que se ofereciam a ela à margem da sua opinião, a criança é elevada ao status de *cliente*, isto é, um sujeito que compra, gasta, consome e, sobretudo, é muito exigente. A conquista desse status, bem como a autonomia do mercado destinado à infância, acarreta novos modos de ser e de experienciar a infância: desejar, possuir, relacionar-se com o dinheiro, gastar e saborear o poder de saber-se peça fundamental das estratégias de marketing.

The advertisement features a close-up of a smiling woman with curly hair holding a white business card. The card has the text: "Elaine M. de Souza" and "Dentista da sua família desde há 23 anos". Below the card, the headline reads: "Faça um PIC Itaú Unicef e ajude na educação das crianças brasileiras." The background is dark with a warm, golden light. Logos for Itaú and Unicef are visible in the bottom right corner. There is also a small logo for PIC Itaú Unicef in the bottom left corner.

Imagem 5

No detalhe, o cartão de visitas: "Elaine M. de Souza, dentista da sua família daqui há 23 anos". Sugestão de um conceito de infância pautado num vir-a-ser, onde o futuro se anuncia vinculado à segurança financeira.

Nesse contexto é que a publicidade se apresenta, mais do que como um discurso de adesão ao consumo, como uma forma de saber e construtora de subjetividade, posto que não somente oferece produtos, como também propõe modos de ser e de viver, apresentando seu discurso sobre o mundo e sobre os sujeitos. O que a publicidade está a dizer sobre a infância quando a transforma em imagem para a venda de produtos que muitas vezes sequer se dirigem a ela? Que ensinamentos está a tecer frente à criança? Que princípios ideológicos subjazem ao seu discurso? E a criança, o que tem a dizer sobre a publicidade? Que diálogos vem construindo com essa linguagem onipresente?

Investigar essas questões, tendo como eixo norteador a infância e os diálogos que ela constrói com seu tempo via publicidade é o objetivo deste estudo, para o que conta-se com a contribuição de pensadores como Benjamin, Bakhtin, Jameson, Baudrillard, Lipovetsky e também de críticos e produtores da publicidade como Fritz Haug e Oliviero Toscani. Para investigar o tema, este projeto desdobra-se em duas vertentes de investigação. Uma delas, tem por objetivo construir uma análise dos filmes publicitários veiculados pela televisão onde apareçam a imagem de crianças, independentemente do produto que ofereçam, a fim de buscar que discursos estão sendo produzidos acerca da infância no interior da produção publicitária. Para isto dispomos dos arquivos de imagem do Programa “Intervalo”, um programa veiculado pela TVE – Televisão Educativa do Rio de Janeiro/Brasil, que trata da história da publicidade brasileira, um programa com dez anos de existência e que, até mesmo por isso, oferece um material bastante rico para uma pesquisa de campo. A outra vertente, tem por objetivo a construção artesanal de filmes publicitários pelas próprias crianças a fim de perceber como elas organizam os seus discursos. Esse trabalho (a ser iniciado no segundo semestre de 2000), será realizado no interior da instituição escolar, com crianças do primeiro segmento do ensino fundamental.

3. “*Protagonismo juvenil : uma experiência da TV comunitária*”¹²



IMAGEM 6

“Câmera Aberta”. Esta é uma metodologia de trabalho freqüentemente utilizada na exibição de rua: após a exibição, os temas relacionados aos vídeos são debatidos pela comunidade e transmitidos ao vivo, no local. Os jovens alunos conduzem o processo e a comunidade além de discutir acerca do tema do vídeo exibido, também protagoniza uma experiência com a imagem, a medida em que se vê enquanto fala. Não raramente a auto-imagem torna-se tema de discussão.

Este projeto tem por objetivo analisar o processo de produção de imagens realizado no âmbito do *Projeto Protagonismo Juvenil da TV Maxambomba*, TV comunitária que há 13 anos desenvolve um trabalho educativo com jovens moradores de Nova Iguaçu - "Baixada Fluminense" - periferia do Rio de Janeiro/Brasil. A TV Maxambomba é um projeto de TV Comunitária do CECIP - Centro de Criação de Imagem Popular - ONG que produz materiais audiovisuais educativos. O Projeto *Protagonismo Juvenil* da TV Maxambomba é formado pelo Grupo Fuzuê, 3 adolescentes entre 17 e 19 anos, moradores de Nova Iguaçu, e que atuam nesta TV há 4 anos e pela equipe técnica/profissional da TV Maxambomba. A equipe atua na capacitação de jovens entre 12

¹² Trabalho coordenado por Luciana Lobo Miranda, desenvolvido como parte de seu projeto de Doutorado, em andamento.

e 18 anos na produção de vídeos comunitários em cursos com duração que varia entre 3 a 6 meses¹³. Além da parte teórica de linguagem e técnica de vídeo, há discussões sobre o uso da mídia, o poder da imagem, bem como um estágio para os alunos em diferentes TVs (TVE, TV Futura, TVPinel e TVFacha¹⁴), e a criação de vídeos produzidos pelos alunos, que são exibidos na região, com discussão em "câmera aberta".

Ao teorizar sobre as transformações culturais da sociedade contemporânea somos levados a refletir sobre as modificações desencadeadas nas formas do discurso e nas narrativas a partir do desenvolvimento da técnica. A ênfase nas imagens mais do que nas palavras cria novas relações do homem com o desejo e com o conhecimento. A mídia protagonizada pela televisão representa um dos maiores difusores da "cultura da imagem". O barateamento dos aparelhos tecnológicos, principalmente a TV, é visto como um dos responsáveis pela democratização da informação. No Brasil, é cada vez maior o número de aparelhos de TV nas chamadas classes populares. Os moradores das periferias e principalmente os jovens encontram-se então totalmente familiarizados com a linguagem audiovisual. A televisão representa uma das maiores portas de entrada de acesso aos bens culturais e de entretenimento, gerando muitas vezes a massificação de gostos, desejos, costumes, valores, enfim de subjetividades. A tela de TV aparece como a nova janela para o mundo. Nesta dimensão alteritária contemporânea, muitas vezes o "outro" é a imagem/discurso da TV, com a qual o sujeito dialoga, concorda ou não, reconhece-se ou não.

Por outro lado, podemos dizer que a TV Comunitária, e mais precisamente o trabalho da TV Maxambomba também é consequência do barateamento de custos da tecnologia da imagem. Porém, o que se coloca em questão para o trabalho do *Protagonismo Juvenil* não é apenas a utilização de um aparato tecnológico, da linguagem audiovisual para discussão de temas relevantes para a comunidade, mas a própria discussão da linguagem midiática. O sujeito é chamado a se apropriar desta linguagem na reflexão de sua vida e do mundo. O objetivo do trabalho do *Protagonismo Juvenil* transcende a

¹³ A última capacitação ocorrida de julho a dezembro de 1999 foi financiada pelo "Comunidade Solidária": projeto social ligado à Secretaria de Ação Social do Governo Federal.

¹⁴ A TVE é pública e funciona como canal aberto. A TVFutura pertence às organizações Globo em parceria com o Governo Federal e é transmitida por antena parabólica e TV a cabo. Já a TV Facha e TV Pinel são comunitárias.

capacitação técnica para a profissionalização, pois visa sobretudo a produção de vídeo como instrumento para trabalhar a auto-imagem, o resgate da identidade, a auto-estima, a capacidade crítica na construção da cidadania destes jovens moradores da periferia.

Para a análise dos **processos dialógicos** e subjetivos implicados no *Projeto Protagonismo Juvenil* tomamos como pressupostos teóricos a Filosofia da Linguagem de Mikhail Bakhtin, bem como o conceito de subjetividade de Félix Guattari. Apoiados nesses autores, assumimos algumas indagações: É possível um trabalho crítico frente à massificação da mídia através da TV comunitária? Como se dá a produção de subjetividade na TV comunitária, visto que os sujeitos que criam e/ou assistem essa programação são também espectadores das imagens da mídia?

De acordo com depoimentos dos adolescentes no âmbito desta pesquisa pôde-se constatar uma crítica em relação ao tratamento que a mídia comercial dá a Baixada Fluminense. Isto se evidencia quando eles relatam que normalmente a televisão só dá visibilidade à *Baixada Fluminense* quando se trata de violência e miséria. Para estes jovens não se trata de negar esta realidade, já que a violência também é tema de seus vídeos, mas de abrir possibilidades de outros campos de existência: turismo, cultura, lazer, sexo também fazem parte de seus temas. Por outro lado, o conteúdo da televisão comercial é constantemente trazido para a TV comunitária, pois os sujeitos que produzem e assistem às TVs comunitárias são também espectadores, consumidores de imagens da mídia comercial. Em nossa discussão procuramos evidenciar que o cotidiano desses jovens encontra-se inevitavelmente atravessado pelas imagens da mídia comercial. Este "outro" - imagem/discurso da TV Comercial - que muitas vezes estes jovens procuram repelir, mas que ao mesmo tempo os fascina, está presente e é reproduzido em suas vozes/ imagens.

Constatamos também que o que está em jogo no trabalho do *Protagonismo Juvenil* não é o resultado técnico perfeito ou uma revolução estética acerca da linguagem do vídeo, mas a implicação daqueles sujeitos onde já não são apenas falados, filmados por um "outro", mas assumem o seu discurso e falam do seu mundo através de imagens produzidas por eles.



IMAGEM 6

Na ilha de edição, aliando o conhecimento da técnica à seleção de temáticas, os adolescentes constroem discursos sobre si mesmos e sua comunidade.

Como uma das vertentes dos resultados iniciais vale ressaltar, por exemplo, a produção de vídeo marcada pela circularidade de papéis. Ao invés de funções rígidas, adolescentes e equipe técnica se misturam assumindo as mais diversas funções. Os papéis anteriormente estabelecidos para o *eu* e para o *outro* assumem os mais diversos contornos. O coordenador da equipe vira ator. O aluno/repórter assume a direção. Muitas vezes alunos e equipe técnica se confundem no processo de criação, tornando explícita a dimensão alteritária e dialógica na produção do conhecimento e da subjetividade.

Desta forma, a análise e discussão do processo de trabalho do *Protagonismo Juvenil* junto a estes jovens moradores da "Baixada Fluminense" representa uma estratégia metodológica para a construção de uma crítica da nossa cultura pautada, em grande medida, no etnocentrismo dos valores das camadas médias urbanas e na homogeneização e no desaparecimento da diversidade e da riqueza de nossa cultura. Este trabalho portanto enfoca as narrativas audiovisuais produzidas por jovens da periferia como um elemento de análise e crítica de nossas experiências culturais mais amplas. Ao nosso ver, O projeto *Protagonismo Juvenil* possibilita uma postura ética que enfatiza a necessidade de se fortalecer as condições de acesso e utilização criativa dos bens materiais e culturais, que circulam de modo restrito em nossa sociedade às populações marginalizadas das periferias dos grandes centros urbanos.

* * *

Findo este breve relato, destacamos que os três eixos de trabalho mencionados, assim como o projeto de pesquisa que os sustenta, encontram-se em diversos momentos de desenvolvimento, restringindo a possibilidade de uma apresentação conclusiva mais geral dos resultados. Assim sendo, estas produções não têm a pretensão de esgotar o amplo espectro de temáticas que se impõem a cada um desses eixos da investigação. Entretanto, é nosso objetivo, ao discutir a questão central proposta para cada eixo, formular sempre novos questionamentos e, sobretudo, encaminhar propostas elucidativas de intervenção crítica no cotidiano das práticas sociais e culturais.

Nossa intenção é que os profissionais que atuam quer seja no campo da psicologia ou da educação, possam se beneficiar de uma práxis que incorpore a interdisciplinaridade. O conceito de interdisciplinaridade é aqui tomado a partir da idéia do mosaico, ou seja, o mosaico como estratégia metodológica de produção de conhecimento nas ciências humanas. Isto significa que cada campo do saber representa uma pequena parte de um todo maior visível no conjunto e em seus detalhes, porém, intercambiando possibilidades diversas de percepção e compreensão de um mesmo acontecimento.

Pensar as questões suscitadas pela imagem técnica sob o prisma do mosaico significa sobretudo a ruptura com a concepção de uma perspectiva única, assumindo que um mesmo objeto pode falar de maneiras diferentes a diferentes sujeitos e, sob a diversidade desse olhar, transformar-se num novo objeto. Isto nos leva a problematizar acerca da incompletude de cada um desses focos e da necessidade de um olhar alteritário, implicando conseqüentemente numa politização do conhecimento.

Essa perspectiva de construção de conhecimento assim formulada pretende que a intervenção no cotidiano das práticas sociais se faça a partir de um jogo de possibilidades que busca uma constante adequação às circunstâncias e às necessidades impostas por cada momento da nossa cultura. Buscamos, a partir da apresentação destes três projetos, ilustrar a idéia do mosaico e esclarecer que essa estratégia metodológica – que supõe a dialética do conjunto e das partes – está presente na produção de conhecimento gerada no âmbito desta linha de pesquisa.