

O audiovisual produzido por jovens de comunidades rurais no interior gaúcho: considerações sobre novos canais de expressão¹

Cláudia Herte de MORAES; Fabio SILVA²;

Gustavo MENEGUSSO; Laísa BISOL; Luara KRASNIEVICZ³

RESUMO: Ao entender o Brasil como um dos maiores mercados de televisão do mundo ocidental, parece pertinente o estabelecimento de ações que visem ao fortalecimento da desconstrução da produção cultural pelo meio audiovisual. O objetivo deste artigo é compartilhar a iniciativa do Projeto de Extensão “Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen” que, por sua vez, busca capacitar jovens da zona rural do município à produção audiovisual oportunizando a adoção de posições como as de autores e produtores e não mais, apenas, consumidores culturais. Com o projeto “Entre-Linhas” foi possível perceber a maneira peculiar como os jovens vêem a mídia audiovisual e, por ela, conseguem se expressar e contar suas histórias e histórias.

PALAVRAS-CHAVE: Produção audiovisual; Comunicação Comunitária; Educomunicação; Frederico Westphalen; Projeto Entre-Linhas.

1. O meio e a cultura audiovisual

A possibilidade da gravação, armazenamento, replicação, portabilidade, distribuição e compartilhamento de conteúdos audiovisuais por vias como a internet, recriou a relação tempo/espaço existente no acontecimento real (SCHWARTZ, 1985). Os meios de comunicação estimulam-nos a preferir cada vez mais a nova realidade, construída e reconstruída a partir da técnica de linguagem destes meios. Uma realidade que definimos como representada e, por conseguinte, fortemente construída pela mídia.

E quais as possíveis implicações dessa prática de representação para o cotidiano social? Todas as vezes que assistimos a uma produção audiovisual, estamos envolvidos com uma gravação: o noticiário da TV, por exemplo, não é uma “realidade natural”, mas uma realidade construída. Porém, nem sempre nos damos conta que nem todos compreendem esse processo de construção do real. Se voltamos nosso olhar às populações do interior dos estados, distantes das regiões metropolitanas e de grandes concentrações demográficas, essa noção de real construído parece ainda menos nítida ou é, até mesmo, ignorada por completo.

¹ Trabalho apresentado no Mutirão de Comunicação América Latina e Caribe, no Eito Temático: Novos processos de comunicação nos diferentes atores sociais.

² Professores do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. Cláudia é coordenadora do projeto, jornalista e mestre em Ciências da Comunicação. Fabio é supervisor do projeto, jornalista e mestre em Ciências da Linguagem. E-mails: chmoraes@hotmail.com; fasil@matrix.com.br.

³ Acadêmicos monitores do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mails: gmenegusso@yahoo.com.br; laisavb@yahoo.com.br; luara.k@hotmail.com. Monitor em 2008 e 2009.

Vale lembrar que, ao falarmos de TV, referimo-nos a uma significativa parcela da população como um todo:

O Brasil é considerado um dos maiores mercados de televisão do mundo ocidental. O país tinha, em 1994, mais de 45 milhões de aparelhos de TV em 29,7 milhões de domicílios. Em 1998, já eram 36 milhões de residências com, pelo menos, um aparelho, o que equivale a 90% dos lares brasileiros. Isso significa que, desde o lançamento do Plano Real, 6,3 milhões de domicílios adquiriram seu primeiro aparelho de TV nesse período, o que equivale a 28 milhões de aparelhos a mais no mercado (JAMBEIRO *apud* NATANSOHN, 1998, p. 77).

Todavia, se por um lado há popularização no acesso aos conteúdos disponibilizados por meios audiovisuais como a televisão, por outro lado também há uma assimetria no acesso aos meios e centros produtores desses conteúdos. Além disso, a visibilidade ocupada pelos materiais produzidos por regiões periféricas ou de interior é muito inferior se comparada a desses centros. Logo, com essa polarização de centros produtores que ofertam seus conteúdos às mais diversas regiões do país, talvez seja possível inferir a ocorrência de alguns fenômenos originais, tais como: a) as pessoas que moram fora desses centros urbanos sentem como seus os problemas da cidade maior, onde estão localizados os transmissores das redes de comunicação; b) por não tomarem contato direto com a realidade daquele centro, as pessoas tomam como verdadeira e única a realidade representada pelos meios; e, aquele que talvez seja o mais grave, c) essas pessoas tornam-se analfabetos funcionais acerca das formas e meios de expressão pelo suporte audiovisual e, por conseguinte, possivelmente incapazes de entender o processo de construção/representação da realidade.

Com a discussão dos temas associados à midiatização e à formação da cultura audiovisual entre jovens de uma cidade com pouco mais de 27 mil habitantes, aponta-se para a importância de entender a cultura como um espaço de vivência cotidiana. Uma vivência cultural é expressa de diferentes formas. Uma das mais presentes na atualidade é a chamada “cultura audiovisual”, da qual todos nós fazemos parte e partilhamos, na medida em que a sociedade contemporânea está balizada fundamentalmente no que é mostrado pela mídia.

Os meios de comunicação são vedetes no processo atual e tornam-se, a cada dia, uma poderosa força da sociedade. Através de sua publicização, motivam a construção de identidades que, ao lado de outros fenômenos sociais, acabam determinando lugares sociais e, por consequência, lugares culturais aos indivíduos.

O homem é incapaz de criar cultura sozinho. Todos os signos que partilha são advindos de um resultado do meio em que foi socializado. Um processo acumulativo de idéias, atos e sentimentos que são adquiridos e repassados para outras gerações.

Entretanto, a cultura não pode ser vista apenas como herança genética, mas a verdadeira determinação do comportamento do homem que está inserido em uma comunidade. Através disso os indivíduos se utilizam de formas criativas para adaptação de culturas, uma vez que estes não tentam modificar o ambiente, mas sim, modificar a sua própria visão de mundo, de forma a se adaptar em determinados costumes.

A cultura é um processo de acúmulo de signos que resulta de toda uma experiência histórica. É um processo em que através desta aprendizagem começa a surgir a socialização. Em sua essência, é um conjunto de ações adotadas pelos homens através da partilha de signos, pois todo fenômeno cultural é decorrente de relações comunicacionais. A cultura deriva justamente da escolha de determinadas relações que, através da comunicação, podem formar modos de vida (hábitos).

Pode-se dizer, portanto, que a cultura se resume em: relacionamento consigo mesmo, com o outro e com o mundo, modos de ser, fazer, sentir, pensar e crer. É um modo de vida de um grupo a partir de signos interpretáveis – práticas de um grupo social. Segundo Lévi-Strauss cultura pode ser compreendida como:

Toda cultura pode ser considerada como um conjunto de sistemas simbólicos. No primeiro plano destes sistemas colocam-se a linguagem, as regras matrimoniais, as relações econômicas, a arte, a ciência, a religião. Todos estes sistemas buscam exprimir certos aspectos da realidade física e da realidade social, e mais ainda, as relações que estes dois tipos de realidade estabelecem entre si e que os próprios sistemas simbólicos estabelecem uns com os outros. (LÉVI-STRAUSS apud CUCHE, 2002, p.95)

Através da afirmação é possível concluir que existem diversas maneiras de se expressar a vivência cultural dos indivíduos de um determinado lugar. Hoje, destaca-se a cultura audiovisual, mostrada e homogeneizada pela mídia, que exerce um grande papel na construção da identidade de cada um desses indivíduos.

O audiovisual está presente, mesmo que indiretamente, no cotidiano das pessoas. A mistura de som e imagens a que se remete é capaz de chamar a atenção de uma sociedade, conduzir a um determinado comportamento, gerando a condução de novas escolhas que se tornam justamente a cultura de um grupo ou local.

Esse meio de comunicação tem hoje no mercado mundial um poder de recepção muito elevado principalmente quando se fala de um público ávido a conhecer novas coisas e formar seus conceitos educacionais.

A cultura audiovisual se encontra em todos os tipos de programas que passam na televisão, desde as telenovelas ao cinema, sendo este, um sólido setor da economia cultural da atualidade.

O cinema teve grande evolução na década de 30, depois da crise de 1929, nos Estados Unidos (EUA). Nessa época, o país tinha mais cinemas do que bancos. Inicialmente o *boom* da indústria cinematográfica foi um fenômeno que ocorreu nos grandes estúdios de Hollywood. Após o final da Segunda Guerra Mundial, emergiram novos pólos cinematográficos, em diferentes países, que, apesar de apoiados por indústrias pouco sólidas, conseguiram um impacto cultural muito forte, vindo a redirecionar não apenas os caminhos da produção e da linguagem cinematográficas, mas também o papel do cinema enquanto produção cultural no mundo contemporâneo.

A midiaticização é um fenômeno de interação social. Ela representa a interação entre as relações sociais, no sentido em que vai se desenvolvendo a partir dela uma ordem de cotidiano diferenciada da normal, que ocorre entre as famílias, criando novos valores sociais, principalmente, em jovens que estão na fase na qual buscam identificação com outros, acabando por encontrar esta identificação na mídia. Sendo também uma nova forma de uso do poder e da interação midiática com a sociedade.

Observamos assim, o valor múltiplo da comunicação midiaticizada. Se, por um lado, ela é mediadora de um campo de informações, por outro, ela é um instrumento de alienação, sendo uma lógica de consumo, onde não há espaço para a singularidade, pois a estética do espetáculo se sobrepõe ao código de ética social, vindo assim a ser um consumo de massa.

A televisão se constitui em um dos meios de comunicação de maior penetração na sociedade, sendo que seus efeitos podem ser, em alguns casos, devastadores. Vista por um ângulo mais crítico, passa a ser um instrumento de alienação, onde todos vêem as mesmas coisas, vinculando a mesma ideologia dos seus fabricantes e patrocinadores, deformando a imaginação infantil e pior, empobrecendo a curiosidade dos adultos, que passam a ficar com sua inteligência adormecida. A TV acaba não mostrando mais a cultura e sim a impondo. Nesse contexto, surge a cultura de massa, vista por Coelho:

Não como instrumento de crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa. É produto feito de acordo com as normas gerais em vigor: produto padronizado, como uma espécie de kit para montar, um tipo de pré-confecção feito para atender necessidades e gostos médios de um público que não tem tempo de questionar o que consome. (COELHO, 1986, p.11 apud COELHO, D. 2002, p. 171)

Portanto, a cultura de massa tem como característica principal, impor ao público consumidor, muitas vezes, valores culturais contraditórios a sua realidade.

Assim como a TV, o cinema é considerado um instrumento pelo qual as crianças e jovens tendem a imitar as ousadas ações vistas na tela. Muitos estudiosos afirmam que é

necessário que haja um controle sobre os meios de comunicação audiovisuais, aos quais toda a sociedade tem acesso, sendo que esse controle tem que ser ainda maior no caso das crianças e dos jovens, por estes serem de uma faixa etária de fácil influência por parte da televisão e do cinema mundial.

As crianças tendem a imitar, não só as ações presentes nas cenas de filmes ou novelas, mas elas também seguem as atitudes tomadas pelos heróis, celebridades que são vistas como imagens perfeitas, sem erros e não mais como seres normais, mas com um diferencial, o de influir nas atitudes humanas.

Com o surgimento dessas mídias audiovisuais, muitas coisas foram alteradas na vida diária das pessoas, como seu comportamento familiar e suas crenças. Na medida em que uma cultura de massa avança sobre uma cultura local, ocorre o que Hall chama de “homogeneização das identidades culturais”. Assim, os meios de comunicação considerados de massa, tornam-se os responsáveis pela constituição das identidades nacionais, em caso de oposição e resistência a essa cultura, ou pela proliferação da mesma na formação de novas identidades. E em relação a isso, Hall ainda afirma:

A questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Assim a chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2002, p.7 apud SILVA, 2003, p. 192)

A cultura contemporânea é marcada essencialmente por produtos audiovisuais, especialmente os veiculados nas redes de televisão aberta. No entanto, o questionamento que se faz é até que ponto a cultura audiovisual das produções abrangentes e para um público massificado, podem ser recebidas, entendidas e vivenciadas em contextos singulares.

Mesmo entendendo, como Canclini, que “nas novas gerações, as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória-pátria, do que em torno dos de Hollywood, Televisa ou Benetton” (CANCLINI, 1996, p. 380), pode-se perceber que existem formas de apropriação cultural que fogem do padrão e que cada sociedade usa dos bens simbólicos de forma diferenciada.

Tais pressuposições levam a crer que educar para os meios, em especial o audiovisual, pode ser uma forma de reduzir essa assimetria anteriormente mencionada. O processo de inclusão pode ocorrer de diversas formas, entre as quais, a familiarização com equipamentos e

técnicas de narrativas e produção de peças em formato audiovisual. Essa prática viabilizaria a chance de grupos como os de cidades de interior e comunidades rurais dessas cidades, antes alheios aos métodos de produção, terem acesso não só a esses conceitos de representação e construção de realidade, mas também à execução de produtos audiovisuais. Produtos esses que materializem sua visão acerca dos mais diversos contextos sociais nos quais estão inseridos. Faz-se, aqui, necessário o estabelecimento de possíveis interfaces entre os meios de comunicação, suas práticas e técnicas e o meio educacional. Assim, de forma breve, trazemos à baila na próxima seção, a temática da Educomunicação.

2. O papel da Educomunicação

Dentre os princípios da Educomunicação, o mais importante é dar ao processo - e não ao produto – o verdadeiro papel formativo. Não se pode, então, separar a teoria e a prática de produção de mídia, encarnando, pois, o sentido de “mídia-processo”, que significa buscar uma metodologia de produção midiática baseada na experimentação coletiva. Assim, a Educomunicação é entendida como campo de ação prática, pois não se pretende evocar modelos ou testar as teorias.

Segundo Reyzabal (1999), o ensino e a aprendizagem dos códigos plurais desenvolvem o conhecimento crítico criativo, além de auxiliar a formação cultural e social. A utilização do meio audiovisual nas escolas como forma de ensino já vem sendo bastante estudada principalmente pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, com o nome de Educomunicação.

A Educomunicação trabalha com temas transversais, valoriza o conhecimento como um todo, e não apenas informações compartilhadas. Nesse processo, as tecnologias têm um papel essencial: elas não são meros instrumentos para melhorar a performance do professor; devem ser usadas para melhorar a performance de todos, sejam professores sejam alunos, seja a própria comunidade. (RODRIGUES, 2002, p.4)

O tema se mostra essencial na reflexão da prática das oficinas realizadas. Uma das questões levantadas está diretamente ligada ao pressuposto da interação dos jovens no processo educacional. Presenciou-se, nos espaços ocupados, o quanto o vídeo, a televisão ou o cinema estão distantes da escola. Isso é um sinal de uma ocupação clássica de seu modelo de ensino. É necessário que se rompam com estas barreiras ao audiovisual no ambiente escolar para que o protagonismo juvenil possa aflorar.



Ilustração 1 - Jovens buscam a expressão de um lugar social pelo uso do audiovisual

Conforme Cecília Peruzzo, a Educomunicação: “trata-se de uma linha de estudos em expansão e que tem trazido contribuições significativas para a compreensão de tais fenômenos, no entanto ainda não é suficiente compreendida e valorizada pelos educadores e comunicadores” (online).

Seria possível, ainda, dizer que há uma resistência no espaço pedagógico em aceitar a mídia, em especial em sua forma audiovisual. Napolitano, sugere três possíveis origens desse repúdio:

A nossa moderna televisão cresceu e se consolidou protegida pelo regime militar (vigente entre 1964 e 1985). [...] Esta característica histórica fez com que muitos professores, sobretudo de humanidades, vissem na escola uma trincheira de resistência política à (con)formação das consciências e à internacionalização da cultura e dos hábitos de consumo que a TV estimulava. O segundo ponto de afastamento entre TV e escola é a tendência ao sensacionalismo e ao conteúdo de baixo nível ético, estético e cultural que parece marcar os programas ditos populares. [...] Neste caso podem transformar a escola em um espaço de resistência cultural e educacional contra a tendência à massificação e o baixo nível veiculado pela TV. O terceiro ponto de conflito é que boa parte dos objetivos e dos papéis tradicionais da escola (ideológicos, culturais e até didático-pedagógicos) se transferiu para a TV, acirrando a crise da instituição escolar. Desde o século XIX e até meados do século XX, a escola foi hegemônica na formação e transmissão de valores, atitudes e conteúdos de conhecimentos. [...] A dinâmica deste processo vem se transferindo para a mídia, sobretudo a TV, mesclada a interesses ideológicos e comerciais dos grandes conglomerados econômicos em simbiose com parte das elites políticas (NAPOLITANO, 1999, p. 18).

Com o intuito de colaborar com a descentralização de centros produtores e, também, de fomentar a criação de espaços de expressão em audiovisual pelos jovens, propomos o projeto de extensão “Entre-Linhas”, conforme esclarecemos a seguir.

3. A experiência é ponto de partida

O projeto de extensão “Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen” é realizado em localidades rurais do município, pelo Curso de Jornalismo da UFSM, campus de Frederico Westphalen. As primeiras “linhas⁴” nas quais foram desenvolvidas oficinas de audiovisual foram: Linha São Cristóvão, Linha Pedras Brancas e Linha Castelinho no primeiro semestre de 2008. No segundo semestre foram trabalhadas as Linhas São João do Porto e Sete de Setembro, com cerca de 30 jovens e os dois vídeos estão em fase de captação e finalização.

Situado na Região do Médio Alto Uruguai, o município de Frederico Westphalen, noroeste do Rio Grande do Sul, foi criado em 15/12/1954 e instalado em 28/02/55. Está distante de Porto Alegre 430 km e possui uma área total de 264,5 km², sendo apenas 4,57 km² considerados área urbana e 259,93 km² destinados à área rural. Com dados do Censo 2000 (IBGE), são 20.394 habitantes na área urbana e 6.322 na área rural, totalizando 26.716 moradores.

O objetivo do projeto é capacitar jovens da zona rural do município à produção audiovisual oportunizando a adoção de posições como as de autores e produtores e não mais, apenas, consumidores culturais. Financiado pelo Programa de Apoio à Cultura/Proext Cultura 2007/MinC e pelo Fundo de Incentivo à Extensão/FIEX UFSM 2008, o trabalho começa a partir da sensibilização, nas redes pública e particular de ensino básico do município de Frederico Westphalen, buscando a participação de jovens residentes na zona rural. Em 2009, novamente contemplado pelo edital Proext Cultura, o projeto está atuando nos seguintes locais: Escola Municipal de Ensino Fundamental Irmã Odila Lehnen (Núcleo Habitacional São Francisco de Paula); Escola Municipal de Ensino Fundamental Francisco Cocco (Linha Alto Alegre); Escola Municipal de Ensino Fundamental Marechal Floriano (Linha São José) Escola Estadual de Ensino Fundamental Waldemar Sampaio Barros (Distrito Oswaldo Cruz).

As oficinas são ministradas por monitores acadêmicos do Curso de Jornalismo, que atuam como facilitadores⁵. As atividades incluíram teoria e prática, com orientação do planejamento e execução dos vídeos. Após a captação das imagens, monitores e jovens finalizaram os roteiros e editaram o material com o intuito de realizar mostras nas comunidades. Focado no público jovem, até o mês de agosto de 2008, o projeto atendeu 48

⁴ Localidade rural em torno da qual uma pequena comunidade se estabelece.

⁵ cf. JOHN, Connie. Estas são nossas histórias: a aventura da história do vídeo de adolescentes. IN: VON FEILITZEN, Cecília; CARLSSON, Ulla (orgs.). **A criança e a mídia**: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002. p. 337-341.

adolescentes, entre 11 e 17 anos, nas oficinas de audiovisual realizadas nos meses de março e abril de 2008 e produziu sete vídeos exibidos à comunidade em sessões públicas e abertas. Em 2009, são 59 jovens participando das oficinas e o projeto deve se encerrar em agosto de 2009.



Ilustração 2 – Um dos momentos mais aguardados, a mostra de vídeos

Para além da extensão, no entanto, cabe refletir sobre a importância do audiovisual no processo de inclusão social e na formação da identidade do jovem do interior, que tem a oportunidade de apropriar-se da narrativa e da linguagem do vídeo, sendo oportunizado que eles se tornem produtores e não apenas consumidores culturais “via parabólica”. As temáticas são trabalhadas e midiaticizadas a partir da sua própria lógica cultural, viabilizando uma produção que busque materializar, sob o meio audiovisual, a representação de realidade a partir visão dos jovens realizadores.

Assim, a partir do perfil dos jovens integrantes do projeto busca-se refletir como são vivenciados os novos espaços de comunicação, especialmente audiovisuais, priorizando e levando em conta o imaginário social construído em territórios próprios. Com o projeto, verifica-se o valor da formação cultural inclusiva, com a consolidação do papel extensionista da universidade, agregando ainda a visibilidade ao tema. Verifica-se, na prática, a efetivação de um verdadeiro espaço de inclusão social nos locais onde foi desenvolvido.

Já durante a sua realização, sobressai a significativa ampliação do processo de manifestação cultural dos participantes, o que resultou em mais de um vídeo por “Linha”, destacando assim o empenho dos monitores e principalmente a vontade de contar suas vivências e histórias através do audiovisual. As atividades desenvolvidas pelos alunos de Jornalismo junto aos jovens participantes compreenderam basicamente o estudo de técnicas audiovisuais. Porém, destaca-se que a própria interação entre jovens universitários na produção, edição e difusão de vídeos de temática livre e de escolha dos grupos participantes foi um grande “ganho” no processo de interação social e cultural de todos os envolvidos.

Houve, por parte dos monitores envolvidos, um aprendizado significativo no âmbito comunitário, fortalecendo no estudante de Jornalismo a dimensão do papel social da Comunicação e da Cultura e daqueles que são, infelizmente, uma minoria no Brasil, que acedem aos bancos universitários.

Por outro lado, as ações culturais desenvolvidas durante o projeto foram momentos de grande socialização de conhecimentos. Especialmente junto aos jovens participantes, mas também no ambiente escolar e comunitário destes jovens. As oficinas tiveram grande impacto na comunidade em geral, tendo sido solicitadas por outras escolas e instituições.

A mobilização dos alunos em torno de seus projetos de vídeo foi uma observação importante, demonstrando o quanto a oportunidade de conhecer novas linguagens e equipamentos pode acrescentar perspectivas diferenciadas no âmbito social. Aponta-se, aqui, a necessidade de um processo de inclusão social que seja, ao mesmo tempo, uma inclusão tecnológica que permita a reflexão do audiovisual no cotidiano de cada um.



Ilustração 3 - Jovens se apropriam das técnicas de audiovisual e gravam seu cotidiano

Ainda neste tópico fica evidente que, nos ambientes escolares, responsáveis pela maior carga de um possível “contraponto” ao que se vê nas emissões massificadas da grande mídia, ainda o audiovisual é pouco explorado. Isso denota a falta de intimidade dos próprios professores com a temática. Entre outras concepções, podem-se visualizar projetos de intensificação do uso do vídeo na escola, sempre acompanhado de um debate crítico do audiovisual, visto a sua fundamental importância na formação das identidades dos adolescentes.

4. Os ares da ruralidade

Os jovens que participaram são oriundos todos de famílias rurais e estudam/estudaram nas escolas que sediaram as oficinas. Os pressupostos teóricos abordam os desafios da manifestação cultural do jovem que busca sua identidade entre o rural e o urbano e mostra como ele se percebe através da apropriação dos dispositivos tecnológicos. É interessante refletir sobre a vivência de jovens da zona rural do município de Frederico Westphalen na utilização do audiovisual como instrumento de expressão cultural.

Partimos do pressuposto de que não existe, como há 30 anos, uma clara linha divisória entre o rural e o urbano, pois essa dicotomia é cada vez mais atravessada pelos meios de comunicação social e pelas novas tecnologias que interferem nos ambientes sociais. Assim, o ambiente rural é um *locus* que tem suas características específicas, porém isso não significa que há uma contraposição a tudo que se refere à cidade.

As inúmeras transformações sociais, econômicas, ambientais, assim como mutações decorrentes de novos reordenamentos espaço-temporais chegam a seu ápice no século XX e início deste século XXI. Esses fenômenos foram possíveis devido ao acelerado crescimento das redes de transporte e de comunicações que encurtam distâncias e aceleram o tempo entre os espaços.

No campo, apontam-se “novas ruralidades”, que se evidenciam neste contexto em que os espaços são modificados pelos dispositivos tecnológicos utilizados. No processo denominado de globalização, entretanto, a questão das culturais locais e da formação das identidades ganha terreno em estudos interdisciplinares da Comunicação e da Cultura.

O sentido do capitalismo é a própria idéia do progresso. Para Santos (1994, p.96): “[...] a racionalidade perversa se instala com mais força no campo, sobretudo essa racionalidade sutil que nos vem no bojo do trabalho e em forma de discurso cuja intenção nem sempre entendemos”. A modernização industrial chega aos espaços rurais, que operam em novo contexto. De acordo com Harvey (1989), é possível apontar que existe um processo de homogeneização em função destas prerrogativas de que a velocidade “produtiva” interfere nas relações sociais de um modo geral.

Concordamos com Silva (1997) para o uso do termo “novo rural” na caracterização atual deste espaço agrário no Brasil. Os desafios de controle do êxodo rural e de formação e capacitação profissional em diferentes ocupações caminham lado a lado com alterações no cotidiano e no imaginário de quem vive no campo. O rural não é mais essencialmente sinônimo de agrícola. Silva aponta que as atividades de agroindústrias, turismo, comércio, preservação ambiental e artesanato, entre outras, são fundamentais para o desenvolvimento local, a melhoria na qualidade de vida e a fixação das comunidades.

No projeto *Video Entre-Linhas*, utilizou-se a capacitação em audiovisual, na produção de vídeo especificamente, para atuar na área cultural, colaborando para uma visão mais abrangente da cultura do campo. Entre as questões emergentes tratadas por Collou (2000 a e b) destacamos uma que interessa ao nosso projeto: “as novas formas de sociabilidade engendradas pelas tecnologias (no lazer ou no trabalho), que alargam as possibilidades de consumo para além das necessidades imediatas (...); a idéia de um sujeito mais “flexível”, visualizado particularmente entre os “jovens rurais” que mesclam desejos de inserção na “cultura urbana”, tecnológica, mais individualizada, sem perder, necessariamente, os vínculos com a “cultura local”.

Collou (2000 b) aponta que “as estratégias governamentais e não governamentais de comunicação para o desenvolvimento rural no Brasil têm se voltado majoritariamente para o contato face a face com as populações rurais”. Ou seja, a utilização de vídeo e de televisão, bem como experiências de programas de rádio, entre outras formas, apesar de citados como instrumentos na chamada comunicação horizontal ou participativa, não são tão usuais no ambiente rural.

A definição de Castells (1996) diferencia muito bem a identidade (que organiza os significados) e os papéis (ligados às funções na sociedade). As identidades, sempre construídas, o são a partir de identificações simbólicas, portanto culturais.

A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos e poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espço. (CASTELLS: 1996, p. 23)

Conforme Giddens (1997, p. 100): “Seja pessoal ou coletiva, a identidade pressupõe significado; (...) A identidade é a criação da constância através do tempo, a verdadeira união do passado, com um futuro antecipado.” Portanto, a definição e constante redefinição de identidades está inserida na dinâmica dos processos, dispositivos e sistemas simbólicos que a todo o momento se relativizam num sistema amplo de valores culturais.

Assim, é preciso buscar o entendimento das construções simbólicas da identidade do jovem que oscila entre seus projetos individuais (normalmente associados à saída de seu ambiente original) a outros valores de tradição e de família. A intensificação através da comunicação entre os universos culturais distintos joga os termos “rural” e “urbano” para o alto, antes tidos pontos precisos e definidores de identidades socioculturais.

A partir das questões destacadas, vivenciam-se novos tempos na pesquisa da Comunicação e cabe associar este desafio a uma nova busca, que priorize e leve em conta o imaginário social construído em territórios próprios. Os jovens participantes do projeto encontram-se no dilema de ficar ou não em seu ambiente tradicional, que subsiste à luta entre o tradicional e o moderno, e de construir suas identidades em meio ao bombardeio tecnológico e audiovisual de nossa época.

Como assegura Machado (1996), por muito tempo os brasileiros foram retratados como objetos exóticos de um olhar voyeurista, com mistura de culpa e colonialismo, invadindo regiões miseráveis para filmar de forma folclórica ou para disputar teses políticas.

No entanto, a nova mentalidade do vídeo e do cinema está voltada a um respeito cultural forte, deixando que a veia documental siga seu curso e amparada no debate da diversidade cultural. “E o que agora se busca realmente é menos dizer a verdade sobre o outro, revelá-lo, ‘traduzi-lo’ aos nossos cânones de inteligibilidade, do que tentar construir uma ponte entre duas culturas, para que elas possam finalmente dialogar” (MACHADO, 1996, p.263).

A reflexão sobre a contribuição do vídeo independente, popular, comunitário ou simplesmente de realização fora do circuito profissional, e voltado à inclusão social, destaca ser essa uma arma poderosa para que os estereótipos culturais sejam desconstruídos.

De acordo com Carneiro (1998, p.19): “Os jovens são atores dessa reconstrução cultural a partir de uma releitura dos valores urbanos, onde papéis sociais são redefinidos e projetos são formulados sob novos paradigmas, partindo-se de uma ruptura (parcial) com os velhos moldes adotados tradicionalmente pela sociedade local.”. Depois de pesquisa realizada com jovens do campo, a autora conclui que:

[...] seria temerário e simplista falarmos da *urbanização* do campo como expressão que qualificaria a perda da especificidade de um desses dois pólos. [...] esse processo supõe também, como resultado da relação de alteridade, a reafirmação de valores e modos de vida locais – sobretudo os que são elaborados no interior do universo familiar. Disso resulta a afirmação da sociedade local a partir de definições e redefinições de identidades sustentadas não mais na homogeneidade de padrões culturais mas na diversidade e, principalmente, na maneira específica de combinar práticas e valores originários de universos culturais distintos, o que identificamos como *rurbanização*.” (CARNEIRO, 1998, p. 20)

No projeto *Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen*, os jovens do campo formularam seus próprios temas e vídeos, demonstrando que os temas de resgate da história, de valorização do ambiente escolar, de conservação ambiental são relevantes ao momento vivido nestas comunidades. São mostrados os aspectos que retratam as mudanças advindas da tecnologia, ao mesmo tempo em que surge um campo ainda inalcançável. Percebe-se, por outro lado, que a ambientação televisiva e as novas formas de trabalho, não apenas na atividade agrícola, são matrizes culturais que interagem no universo rural.

De acordo com as escolhas das temáticas, observa-se que os jovens participantes mostram-se ansiosos em “mostrar a sua cara”, pois todos os temas estão vinculados à vida em comunidade, ao histórico dos lugares e aos hábitos mais peculiares do interior. A partir disso, pode-se indicar a necessidade de incentivo maior à promoção de oportunidades a estes jovens, através de mobilização política vinda da cidadania local (da qual a universidade deve fazer

parte), bem como, principalmente, como política pública de incentivo a uma linha importante na atualidade, qual seja a educação para os meios.

Considerações finais

Na cidade, há poucos espaços culturais, nenhum cinema ou teatro. Os auditórios são de entidades públicas, associações ou de instituições de ensino particulares. Na área rural, a cultura e o entretenimento estão baseados fortemente na recepção de conteúdo da televisão brasileira aberta, através do sistema de parabólicas. Assim, é possível pensar na importância de novos projetos na cidade, que incentivem as áreas cultural e da comunicação. A partir das oficinas de audiovisual, do contato e da interação com meios, técnicas e práticas de produção, os jovens participantes passam também a ser receptores diferenciados da programação de televisão.

Nessa medida o audiovisual pode, ainda, passar a ser entendido como um complemento às atividades pedagógicas rotineiras. Pois assim como a alimentação que é dada às crianças vai condicionar sua saúde e seus hábitos alimentares como adultos, as posturas que lhes forem oferecidas acerca da forma como interagir com os meios de comunicação, nesse caso o audiovisual, podem modelar, mais tarde, não somente sua atitude como adultos diante desse meio, mas também diante da realidade.

Além disso, com a possibilidade da prática da narrativa audiovisual e da produção de vídeo em seus variados gêneros, os realizadores tornam-se aptos a construir seus próprios relatos e entender como é possível representar a realidade para si mesmos e para os demais que venham a tomar contato com suas produções. Nesse caso, em especial, o alvo das representações foi, basicamente, a história e o cotidiano das Linhas nas quais suas famílias habitavam.

Entre outros resultados, com o projeto “Entre-Linhas” é possível perceber a maneira peculiar como os jovens vêem a mídia audiovisual e, por ela, conseguem se expressar e contar suas histórias e histórias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGGS, A. & BURKE, P. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

CARNEIRO, Maria José. **O ideal rurbano: campo e cidade no imaginário de jovens rurais**. NEAD/MDA (1998). Disponível em: <http://www.nead.org.br/index.php?acao=biblioteca&publicacaoID=268> Acesso em: 10 jun 2007.

COELHO, D.O. A imposição da cultura global perante a cultura local: reflexões sobre um processo inacabado. *Ecos Revista*. Pelotas: EDUCAT, vol. 7, n. 2, p. 161-181, 2003.

COLLOU, Ângelo Bras Fernandes (org.). **Comunicação rural e era tecnológica**. Fractais, n.3, Recife, UFRPE, Imprensa Universitária, 2000 a.

_____. **Comunicação rural e educação na era das tecnologias do virtual: proposição para um debate**. V Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación (Alaic). Santiago/Chile: 2000 b. Disponível em: www.eca.usp.br/alaic/chile2000/1GT%202000Com%20Tecnologia%20e%20desarrollo/Angelobrasfernandez.doc Acesso em: 10 jun 2007.

SILVA, José Graziano. O novo rural brasileiro. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v. 7. p. 43-81, maio 1997.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U; GIDDENS, A; LASH, S. **Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo, Ed. UNESP, 1997.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**, 3. ed. São Paulo: Loyola: 1989.

LARAIA, B. R. **Cultura um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

MACHADO, Arlindo. A experiência do vídeo no Brasil. In: MACHADO, A. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. 2.ed. SP: Edusp, 1996.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar a televisão na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 1999.

NATANSOHN, Leonor Graciela. **Educação e meios de comunicação: recepção e usos da TV na escola**, 1998. Dissertação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

PERUZZO, Cicília M. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>> Acesso em: 20 jul 2008.

PLANO territorial de desenvolvimento rural sustentável – PTDRS: Território do Médio Alto Uruguai – RS: melhoria da matriz produtiva agrícola regional. Org. FLORES, A.J. & PRESTES, R. M. Frederico Westphalen: Ed. URI, 2006.

POPULAÇÃO Jovem do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/comentario1.pdf

REYZABAL, M. V. **A comunicação oral e sua didática**. Trad. Waldo Mermelstein, Ed. Universidade do Sagrado Coração, Bauru. São Paulo, 1999.

RODRIGUES, G. F. Disponível em:

<<http://www.usp.br/nce/educomunicação/saibamais/textos>> Acesso em: 20 jan. 2008.

SANTOS, Milton. **Metrópole: a força dos fracos é seu tempo lento**. In: SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. SP: Hucitec, 1994.

SCHWARTZ, Tony. **Mídia: o segundo Deus**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1985.

SILVA, S.R. Cidadania, identidade cultural e mídia na contemporaneidade. **Ecos Revista**. Pelotas: EDUCAT, vol. 7, n. 2, p. 187-201, 2003.

SISTEMA de Informações e Indicadores Culturais. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2003/indic_culturais2003.pdf. Acesso em: 10 jun 2007.