

Tópicos sobre o ensino de comunicação no Brasil[♦]

*Cicilia M. Krohling Peruzzo**

Resumo:

Este texto se desenvolve em torno de cinco proposições pensadas no âmbito do ensino de nível universitário de Comunicação Social no Brasil: educar é preparar o estudante para tornar-se sujeito; uso de meios de comunicação no processo ensino-aprendizagem; superação do pseudo-dilema entre formação teórica e formação profissional; formação colada à realidade; projeto pedagógico de curso em contraposição a simples currículo. A abordagem se referencia em princípios de uma educação libertadora centrada no estudante e na sua relação com o conhecimento e o ambiente onde vive. Na parte referente às especificidades do ensino da comunicação, a reflexão toma como base a experiência brasileira.

Educar é preparar o estudante para tornar-se sujeito, um sujeito ético

No contexto de nossas sociedades de histórias marcadas pelos traços característicos de colonizador e de colonizado, é bastante comum que haja a reprodução de relações baseadas na supremacia do professor no processo de aprendizado do aluno no ambiente educacional. Trata-se de uma relação que pode reforçar a condição de submissão daqueles que estão em posição de aprendiz. O caminho para superação desse tipo de educação nos é indicado por Paulo Freire ao propor uma relação dialógica entre educador e educando.

Na perspectiva de Paulo Freire, o educando não é aquele que não sabe e que se precisa encher de conteúdos. O professor não é aquele que tudo sabe e a quem cabe depositar esses conhecimentos na cabeça dos alunos. Ele propõe, em última instância, que a relação entre educador e educando seja dialógica, de modo a propiciar uma dinâmica educativa na qual o aluno passa a ser sujeito ativo do próprio processo de aprendizado. Nessas condições o aluno deixa de ser uma pessoa passiva que apenas recebe o conhecimento pronto, já acumulado por outros e transmitido pelo professor, e passa também a construí-lo com a cooperação do professor. Costuma-se chamar esse processo de “aprender a aprender”, ou “aprender fazendo”. Nessa perspectiva, a aquisição de conhecimento se torna algo prazeroso, já que envolve um processo de busca e descobertas. Ao invés de receber o conhecimento já pronto, manipulado e delimitado pelo professor, o próprio estudante é o sujeito principal no processo de aprendizagem. Na prática significa uma dinâmica educativa baseada em imersão na teoria, como também na não-separação

[♦] Versão ampliada do texto com o mesmo título apresentado no V LUSOCOM (Congresso de Comunicação de Países e Comunidades de Língua Portuguesa) em 17 de abril de 2002, Na universidade Eduardo Mondlane, Maputo-Moçambique, e publicado no livro “Retrato do Ensino de Comunicação no Brasil”, editado pela INTERCOM/UNITAU em 2003. p. 119-135.

* Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Ex-presidente da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (1999-2002). E-mail: kperuzzo@uol.com.br

entre teoria e prática. Ou uma forma de pensar a prática tendo por base as teorias e o pensar as teorias tendo como balizas as práticas sociais.

Embora a formação do “aluno-sujeito” não se limite ao ambiente da educação formal, a faculdade e a universidade têm um papel primordial nesse sentido. Sua missão vai além de ensinar habilidades e técnicas profissionais. Educar é contribuir para a formação de um cidadão que compreenda o todo e possa atuar ativamente no espaço da vida social onde vive. É ver o que está dado hoje, no contexto de nossas sociedades marcadas por desigualdades, exclusão, violência, desrespeito à coisa pública, apenas com um indicativo, um ponto de passagem e não um abrigo ou porto seguro de ancoragem. A responsabilidade da instituição universitária e do educador é preparar para o futuro, para uma sociedade mais humana, igualitária e livre. É contribuir para o estudante estar com o mundo e não no mundo. É facilitar para que ele possa participar, interferir e transformar a realidade, mas também usufruir das benesses e riquezas construídas socialmente. Em poucas palavras: tornar-se sujeito.

Segundo Paulo Freire (1981, p. 39-40), o homem, como

um ser de relações e não só de contatos, não apenas está *no mundo*, mas *com o mundo*. Estar com o mundo resulta de sua abertura à realidade, que o faz o ente de relações que é. (...) [Referindo-se a Jaspers, ele diz que estar com o mundo] incorpora ao existir o sentido de criticidade que não há no simples viver. Transcender, discernir, dialogar (comunicar e participar) são exclusivamente do existir.

Formar a pessoa enquanto sujeito, comprometido com o interesse público acima dos interesses particulares, é formar um sujeito ético. Os princípios éticos apreendidos na infância e na juventude perpassam toda a ação humana do decorrer na vida profissional. Se quisermos um cidadão que se preocupe não só em plantar para colher em proveito pessoal e momentâneo, há que se construir novos valores. Valores que neguem o individualismo¹, a idéia de supremacia de gênero², a concorrência pessoal e práticas de tirar vantagens pessoais em detrimento do outro ou do coletivo. Valores que não estimulem sentimentos de expropriação e desrespeito ao outro e ao ambiente, tão comuns na sociedade capitalista e grandemente reforçados tanto por mensagens publicitárias como por práticas cotidianas. Um sujeito ético é uma pessoa comprometida com o interesse público, na perspectiva do bem-estar coletivo. Uma pessoa preocupada em construir uma sociedade justa, em contribuir para a solução de problemas sociais e não apenas em conseguir um bom emprego e esconder-se num casulo confortável e isolado das aflições vividas cotidianamente pelas maiorias.

Ética é uma coisa muito séria. Ela diz respeito a um conjunto de princípios que se relacionam com a moral e formam o caráter de um povo. A palavra “ética”, do grego *ethos*, designa o caráter cultural e social de uma sociedade. Define a “maneira de ser”, o “espírito de uma época” ou o “espírito de um povo”. Seu sentido carrega um vínculo orgânico com o de “moral”, que provém do latim *moralis* e é relativo a “costumes”. Na essência, ética diz respeito ao estudo das fronteiras entre o que é considerado certo ou

¹ Falamos de individualismo no sentido de egoísmo pessoal, não de individualidade, que é desejável e tende a ser realçada nesse novo processo educativo.

² Trabalhar pela igualdade entre homem e mulher - na família, no trabalho e nos outros campos da vida em sociedade - e pela não-discriminação de raças e de prática de credos diferentes.

errado, entre o bem e o mal em uma dada época e em determinada sociedade. É a ciência que estuda os costumes e os atos humanos e que tem como objeto a moral³.

As várias éticas das quais se fala, como a dos jornalistas, dos médicos, das relações públicas etc., são de fato regras ou normas de conduta, que advêm dos princípios éticos mais amplos e formam a deontologia. A palavra deontologia, do grego *déontos*, significa “necessidade” ou “o que deve ser” e se constitui em parâmetros morais e éticos expressos em formas de princípios formais e normas jurídicas. Deontologia congrega o conjunto de regras e princípios de condutas morais para o exercício de uma dada profissão. A ética profissional é a aplicação prática, no campo profissional, dos princípios morais revelados como bons para a sociedade pela ética geral.

Portanto, a instituição de ensino superior divide as responsabilidades na construção de sujeitos éticos com toda a sociedade e não lhe cabe deixar de exercer o poder de auscultar os sentimentos e interesses coletivos em recolocar a ética como parâmetro nas práticas sociais e de abrir espaços para o protagonismo do jovem.

Uso de meios de comunicação no processo de ensino-aprendizagem e dele para além da sala de aula

As inter-relações entre comunicação e educação vêm se tornando objeto de estudo em ascensão no Brasil. Cada vez mais educadores e pesquisadores observam as profundas ligações entre os dois campos do conhecimento, mais precisamente quanto se trata de questões como a do processo de ensino-aprendizagem enquanto mediado pela comunicação; da educação a distância; da utilização de meios de comunicação na educação presencial ou nas instituições de ensino; da importância da imagem e da imagem em movimento no ensino; do papel da mídia no processo de formação da criança e do adolescente; da educação para a recepção crítica das mensagens transmitidas através dos meios massivos, especialmente a televisão; etc.

Trata-se da chamada *educomunicação* definida por Ismar de Oliveira Soares (2002, p. 24) como “um conjunto de ações inerentes ao planejamento, à implementação e à avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais e virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso de recursos da informação no processo de aprendizagem”.

Educação significa educar para a sociedade. É a socialização do patrimônio de conhecimento acumulado, o saber sobre os meios de obter o conhecimento e as formas de convivência social. É também educar para a convivência social e a cidadania, para a tomada de consciência e o exercício dos direitos e deveres do cidadão (PERUZZO, 2002). Todo esse processo é cada vez mais mediado pela comunicação e por correlação, por intermédio de meios tecnológicos que possibilitam a comunicação para além do alcance da voz humana e da necessidade da presença física no espaço e ao mesmo tempo de ocorrência dos fenômenos. No fundo todo ato de comunicação é educativo e todo ato educativo passa pela comunicação⁴.

Dentro dos limites deste texto não é possível nos determos em aspectos importantes, concernentes às relações entre comunicação e educação: por exemplo, como

³ No seu sentido estrito, ética é “ciência da moral pois questiona ao buscar *por que e em quais condições* determinada ação é considerada boa ou má, até que ponto ajuda a construir a identidade de uma nação, grupo ou pessoa” (RIBEIRO, 2000, p. 137).

⁴ Paulo Freire dizia: todo ato político é educativo e todo ato educativo é político. Que se agregue essa noção, pois o fato do ato ser também comunicativo não tinha o caráter político.

esse processo de educomunicação se realiza, partindo das teorias da aprendizagem; ou evidenciar os modos possíveis de a comunicação estar presente em sala de aula e discutir a questão da educação enquanto processo horizontal e dialógico em contraposição à verticalidade comum à escola tradicional. Contudo, é imprescindível ressaltar, que o uso de meios de comunicação na sala de aula extrapola a dimensão instrumental, quer dizer, de facilitadora de procedimentos de transmissão de informações ou propiciadores de aulas mais dinâmicas e interessantes. Como diz GUTIÉRREZ (1978, p. 34),

toda pedagogia deverá basear-se no processo de comunicação e não tanto nas técnicas audiovisuais. [Por exemplo], [...] pretender uma pedagogia impositiva, ainda que se valha de técnicas audiovisuais, é forçar a natureza humana e, portanto, é realizar um trabalho diametralmente oposto à comunicação.

O uso dos meios de comunicação em sala de aula faz parte de uma proposta pedagógica mais ampla que valoriza a participação do aluno no processo de aprendizagem e, portanto, se baseia num novo papel do professor. Um professor que nega o seu papel, enquanto mestre, de “único diretor de cena (ou de orquestra), a quem não importam os espectadores, porque são uns espectadores a quem não lhes cabe mais remédio do que suportá-lo, seja ele bom ou mau, agradável ou enfadonho” (Lauro Oliveira Lima, apud GUTIÉRREZ, 1978, p. 30-31). A missão do “professor não é tanto a de ensinar, mas a de mobilizar, comprometer, adaptar, motivar, animar. Saturar a aula de informações não é suficiente” (GUTIÉRREZ, 1978, p.39).

É nessa perspectiva que os meios de comunicação têm um potencial imenso de contribuir no processo de ensino-aprendizagem. Claro que a sua função não é a de substituir uma linguagem por outra – uma exposição oral do professor por uma mensagem num vídeo, por exemplo –, mas ajudar na dinâmica e no conteúdo da própria aula. Vídeo não substitui o professor, nem é auto-suficiente na transmissão de conteúdos. O uso de um vídeo e de outros recursos tecnológicos em sala de aula somente se concretiza de forma adequada se forem usados de tal forma que possam ajudar na compreensão de um fenômeno, contribuir na complementação de informações, possibilitar o desencadeamento do interesse pelo tema, se forem instrumentos passíveis de serem modificados e recriados.

Os meios de comunicação no ensino se inserem, portanto, no conjunto de uma nova pedagogia, que não se resume na transmissão de conhecimentos, mas em procedimentos que incentivem o compromisso pessoal de cada aluno com o próprio processo de aprendizado, valorizando a investigação e a criatividade e procurando fazer da sala de aula um ambiente mais dinâmico, rico em aprendizado e agradável, a fim de tornar todo o processo de aquisição de conhecimento algo prazeroso. Nessa perspectiva, um dos importantes diferenciais pedagógicos do professor será a sua capacidade de condução de grupos e de domínio das técnicas para utilização das várias linguagens, seja a impressa, em áudio e audiovisuais ou a *online*, mais do que a quantidade de informações que possa se deter sobre um assunto.

Os cursos de graduação em Comunicação Social no Brasil, salvo algumas exceções, têm revelado uma anomalia na prática didático-pedagógica no que se refere ao uso dos instrumentos de comunicação da própria área – também chamados de meios, recursos ou tecnologias de comunicação – em sala de aula⁵. Há uso inapropriado e/ou uma subutilização de recursos como o rádio, vídeo, jornal e cartaz, isto é, dos recursos mais comuns nos dias atuais. Para o uso de projetor de *slides*, *data show* e internet aumenta a

⁵ Poderíamos dizer, como no ditado popular: em casa de ferreiro, o espeto é de pau.

complexidade, já que se depende de sua disponibilização pelas instituições e do domínio dos procedimentos técnicos para processamento de fotografias ou manipulação do computador e da internet. No entanto, vídeo, jornal, cartaz e rádio são de uso mais facilitado no País, além de, na ausência de equipamentos ou recursos financeiros, serem passíveis de improvisação, como, por exemplo, com o uso de gravadores comuns ou a realização de atividades ao “ao vivo” (noticiário, programete para rádio ou tevê etc).

A sub-utilização de tais recursos é algo um tanto inusitado, uma vez que são instrumentos que os professores da área já dominam, até por se constituírem em seus próprios objetos de estudo ou de trabalho. Provavelmente tal situação decorra de vários fatores, entre os quais a falta de preparação didático-pedagógica de muitos professores que vêm de uma atuação em jornal, televisão, agências de publicidade e de outras empresas e instituições públicas em geral e/ou com graduação em cursos – como o próprio curso de Comunicação – que não preparam o estudante para o magistério. Em geral esses professores são colocados em sala e aula sem receber treinamentos para o aperfeiçoamento didático, muito menos para o uso de meios de comunicação na sala de aula, e acabam se espelhando em experiências anteriores vivenciadas em sua vida estudantil para a condução das atividades de ensino. Outro fator pode ser a falta de tempo para a preparação de recursos didáticos porque, em geral, não encontram apoio das instituições de ensino para tal fim. Numa situação de sobrecarga de atividades profissionais, acabam “se virando” com os esquemas de aulas tradicionais – leia-se: voz e giz. Ressalvam-se, é claro, as disciplinas específicas com conteúdos voltados para a elaboração e produção de jornais, programas em audiovisual, peças publicitárias, projetos de comunicação etc., que necessariamente relacionam prática e teoria.

Ao falarmos de inadequação no uso de instrumentos de comunicação na sala de aula, temos em mente situações como aquelas apontadas por José Manuel Moran no texto sobre o “vídeo na sala de aula”⁶ (2003, p.3-4), referindo-se ao vídeo: vídeo-tapa buraco (exibir vídeo quando há algum problema inesperado, como ausência do professor); vídeo-enrolação (exibir vídeo sem muita ligação com a matéria); vídeo-deslumbramento (uso do vídeo em todas as aulas, esquecendo-se outras dinâmicas que podem ser mais pertinentes); vídeo-perfeição (a crítica a todo e qualquer vídeo por defeitos de informação ou estéticos). Tais tipo de uso do vídeo são comuns nos cursos de Comunicação, mas também em outros, até no de Pedagogia. Certamente isso se deve à precariedade das condições de ensino, incluindo a carência de uma melhor preparação didático-pedagógica dos professores.

No dia-a-dia da vida universitária, no Brasil, observa-se que o “vídeo-enrolação” às vezes é usado para suprir uma aula não preparada ou para amenizar o problema de se ter que dar uma aula expositiva – sem microfone – para turmas de sessenta ou oitenta alunos, muitos dos quais com grande “necessidade” de falar simultaneamente uns com os outros e sem demonstrar interesse pelo conteúdos das matérias. Correlato a isso surge outro tipo de uso inadequado dos recursos audiovisuais: a exibição de vídeos demasiadamente longos (quarenta minutos ou uma hora) ou até de filmes de duas horas de duração que não raramente carecem de ligação estreita com a matéria e favorecem a dispersão na apreensão dos eixos temáticos pretendidos pelo programa. Em geral, exhibe-se um vídeo, discute-se o mesmo superficialmente e pronto.

O uso adequado do vídeo e de outros recursos da comunicação seria o seu emprego como sensibilização, ilustração, produção⁷ etc., ou seja, para introduzir um assunto, para complementar o conteúdo e para praticar formatos e linguagens passíveis de trabalhar

⁶ Publicado originalmente na revista *Comunicação e Educação* (São Paulo, Editora Moderna, n. 2, jan./abr. 1995).

⁷ Ver o texto “O vídeo na sala de aula”, de José M. Moran, disponível em <www.eca.usp.br/prof/moran/vidsal.htm>.

conteúdos de qualquer disciplina (registro de experiências, elaboração e discussão de mensagens, entrevistas, depoimentos etc.), além do seu uso apenas como treinamento no manuseio de equipamentos e técnicas de produção e edição de mensagens de disciplinas eminentemente de técnicas jornalísticas, radiofônicas ou televisivas. Sabe-se que o material audiovisual contribui para despertar o interesse espontâneo do estudante, para aumentar o tempo de atenção e estimular a busca de conhecimento.

Por outro lado, salvo em situações excepcionais, é básico que se usem vídeos de curta duração – cinco ou dez minutos – ou apenas cenas de programas editadas ou gravadas, em vez de filmes e vídeos longos nos quais os pontos essenciais possam ficar dispersos para grande parte dos estudantes.

Outra distorção no uso de recursos audiovisuais na sala de aula é tomá-los preferencialmente para “passar” os conteúdos de disciplinas como produtos prontos, sob o ponto de vista de sua concepção. Apesar de os vídeos serem, em geral, “bombardeados” com críticas de professores e alunos, dentro da idéia do “vídeo-perfeição” acima referido, tais críticas costumam se fechar em si mesmas, tendo por base apenas os elementos presentes no material exibido. No entanto, a intocabilidade de um vídeo pode ser quebrada se o seu uso em sala de aula for consciente e planejado. O instrumento audiovisual pode ser modificado através de técnicas especiais de acordo com os objetivos de uma aula.

Nas propostas de utilização do vídeo feitas por MORAN (2003, p. 7-8), aparecem duas técnicas que permitem desmistificar a intocabilidade de um audiovisual. Uma, chamada de “completar o vídeo”, consiste na exibição de um vídeo até um determinado ponto. Depois os alunos são orientados a desenvolver, em grupos, um outro final, mostram-no através de um teatrinho e justificam o porquê da escolha. Em seguida exhibe-se o final original, comparando os vários finais e analisando o conteúdo. Nesse momento o professor também expressa sua opinião e contribui para que os alunos percebam todo o processo e as múltiplas possibilidades de tratamento de certas temáticas. Ou seja, “modifica-se” o vídeo sem necessidade de dispor de recursos técnicos para gravação e edição. A outra técnica consiste em “modificar o vídeo”⁸, no sentido exato do termo. Os alunos levantam outras imagens e sons sobre o assunto em foco; introduzem cortes e novos textos, sons e imagens e criam um novo material adaptado à sua realidade e a seus modos de ver o mundo. Nesse caso há necessidade de acesso a laboratórios de rádio e televisão, o que por vezes pode dificultar o uso da técnica, principalmente por disciplinas que não sejam da ala das chamadas “disciplinas práticas”, geralmente com o acesso aos laboratórios dificultado.

Há uma infinidade de técnicas para uso de outros meios de comunicação em sala de aula, que muito podem ajudar a despertar a motivação, a curiosidade e na apreensão e geração de conhecimentos, se usados de forma apropriada. O jornal impresso e o rádio, por exemplo, têm um potencial elevado para dinamizar as aulas, tornando-as mais produtivas e prazerosas. Alguns podem alegar a falta de acesso a laboratórios como impedimento para o uso do rádio e da televisão, mas, a nosso ver, pequenos programas de rádio e de televisão podem ser feitos e exibidos na classe como se fossem “ao vivo”, apenas com objetivo didático. Jornal pode ser falado, pode se transformar num jornal mural e assim por diante.

A manipulação de meios de comunicação na sala de aula ajuda a preparar os alunos também para o seu uso nas comunidades onde vivem, porque contribui para desmistificar os meios e estimular o exercício da cidadania. Ao elaborarem um programinha de rádio ou

⁸ No texto já mencionado, Moran indica várias dinâmicas de análise e de uso do vídeo em sala de aula. Ver em <www.eca.usp.br/prof/moran/vidsal.htm>.

matérias para um jornal mural, os alunos trazem para dentro da faculdade os temas relacionados à sua vida cotidiana. Portanto, são estimulados a observar os acontecimentos que ocorrem ao seu redor e pensar sobre eles.

Sem falar que um meio de comunicação, seja o rádio ou o jornal, não precisa ficar restrito à sala de aula ou a faculdade. Ele se presta muito bem a atividades integradas com as comunidades onde a instituição se situa ou de procedência dos alunos. Através desses veículos é possível envolver estudantes, professores e pais na discussão de temas, tanto do mundo universitário como do comunitário, tornando-os partes ativas de um “que-fazer” comunicacional que contribui para o desenvolvimento da cidadania.

A educomunicação, ou seja a efetivação da inter-relação entre comunicação e educação em todos os níveis do ensino e em qualquer tipo de curso, depende de dois fatores essenciais. O primeiro é que implica decisão política da instituição educacional e do professor em incorporar os meios de comunicação no plano de ensino. O segundo é propiciar o treinamento do corpo docente para o uso de tais recursos em sala de aula. Salvo as exceções que sempre existem, somos um tanto analfabetos no uso das linguagens do rádio, da televisão, do jornal e da internet como recursos didáticos e, portanto, há que se passar por um processo de nova “alfabetização” para que os professores possam desenvolver melhor suas funções de educadores na sociedade contemporânea.

Em São Paulo, há um programa denominado Educom.rádio – Educação pelas Ondas do Rádio, destinado a treinar professores da rede municipal para o uso do rádio e da televisão na sala de aula. A previsão é de capacitar em quatro anos “aproximadamente nove mil docentes e membros das comunidades escolares de suas 455 escolas de nível fundamental, para o uso do rádio e de outros meios de informação nas atividades escolas” (SOARES, 2002, p.16). O projeto é desenvolvido pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, em parceria com a Secretaria de Educação do Município de São Paulo. A estratégia metodológica está baseada no envolvimento dos professores, alunos, funcionários e pais como protagonistas do processo de produção e apresentação de programas.

Há outras experiências de rádio-escola na Grande São Paulo e em municípios do interior do Estado. Uma delas, a de Vargem Grande Paulista, na região sudoeste da Grande São Paulo, foi objeto de estudo de uma recente tese de doutorado. Sua autora, Adriana Azevedo, analisando a questão da inserção da rádio na comunidade e a participação da criança na produção dos programas, concluiu que

a promoção da participação de alunos, professores, pais, funcionários e comunidade de forma democrática, através do Projeto Rádio-Escola, inseriu humor, esperança e alegria na escola, (...) a busca de solução para os problemas da comunidade em sua vida cotidiana, (...) a cobrança ao poder público do cumprimento de suas responsabilidades, (...) pontos marcantes na ação das rádios-escolares (...). As vivências ensinam que a construção da cidadania começa pelo respeito à diversidade de opiniões [e pelo] saber ouvir e saber decidir coletivamente. (...) As práticas radiofônicas na escola renovam e reestruturam o sentido e a história de vida de cada participante da comunidade escolar, pois, ao reproduzir simbolicamente as manifestações culturais e ao considerar igualmente importantes as diversas culturas que compõem o ecossistema educativo, a criança, envolvida no processo de produção radiofônico-escolar, estabelece constante relação com o ambiente sócio cultural que a circunda. Isso faz com que seu movimento produtivo a transforme não apenas em consumidora passiva de produtos culturais elaborados pelo mercado massivo, como também sua inclusão social passa, igualmente, a ser marcada pelo seu potencial produtivo. Certamente, esses são sujeitos que pensam, refletem, interferem, vivenciam através de suas próprias produções o contexto social em que estão inseridos (AZEVEDO, 2002, p. 144-145).

Apesar de se referirem a experiências em nível de ensino fundamental, os resultados de uma rádio em cursos de graduação certamente não se distanciariam em seu potencial de envolvimento, criatividade e conexão com a realidade. Nos cursos de Comunicação a experiência seria ainda mais enriquecida no sentido do aprofundamento do aprendizado das técnicas radiofônicas mediante uma relação direta entre prática e teoria. Significaria sair da produção laboratorial intra-paredes da instituição para uma produção radiofônica dirigida a comunidades reais, preferencialmente contando com a co-realização por parte delas.

Cabe ainda uma breve explicação do porquê dessa nossa preocupação com o uso de meios de comunicação no ambiente da educação formal.

Pierre BABIN já mostrou, em livro publicado no Brasil há mais de uma década (1989, p.7-15), que os “alunos estão em outra”, que há uma “ascensão de um novo modo de ser e de pensar” e que na sociedade contemporânea há uma “passagem da cultura do livro à cultura audiovisual”. Esses são indicativos da necessidade de a escola e a universidade se atualizarem e propiciarem processos de ensino condizentes com as novas linguagens comunicacionais com as quais os estudantes estão convivendo – menos ou mais –, de acordo com sua condição sócio-econômica, mas que de alguma maneira afetam a todos. Há que se superar o descompasso entre o mundo da educação muito preso ao discurso verbal e ao texto impresso e aquele vivenciado pelos estudantes, grandemente marcado pelas linguagens audiovisuais, mais dinâmicas e atraentes.

Como diz MORAN (1998, p. 157),

a escola está atrasada em relação aos avanços da ciência, pois ensina-se o que já está aceito, cristalizado. Está atrasada na adoção das novas tecnologias, porque são vistas com desconfiança. Também são muito caras, principalmente nos primeiros tempos e há, ainda, medo de que venham ocupar o lugar do professor. Uns as adotam de forma acrítica, pensando que vão resolver muitos problemas. Servem mais como marketing do que como meios de avançar no ensino-aprendizado.

Superação do pseudo-dilema entre formação teórica e formação profissional

O percurso histórico dos cursos universitários de Comunicação Social no Brasil foi marcado por um modelo curricular formatado em dois blocos de disciplinas: um, denominado ciclo básico, constituído de disciplinas de fundamentação geral e humanística, dado na primeira etapa do curso; e o outro, chamado de ciclo profissionalizante, composto por disciplinas técnicas da área profissional de cada habilitação (publicidade, relações públicas, jornalismo, rádio e televisão, editoração etc.), ministrado nos dois últimos anos do curso de graduação. Esse tipo de orientação do Ministério da Educação, que durou vários anos, contribuiu para gerar uma série de distorções e motivar a criação de toda uma celeuma em torno da necessidade ou não de os cursos de Comunicação se voltarem preferencialmente para uma formação prático-profissional e para o mercado, em detrimento da formação teórica.

Embora ainda haja adeptos da antiga proposta, já se torna comum a montagem dos currículos sem se estabelecer a separação entre um bloco de disciplinas teóricas e outro de profissionalizantes ministradas em períodos distintos do curso. As novas propostas curriculares procuram mesclar disciplinas teóricas e práticas ao longo do curso, além de colocarem disciplinas específicas da área da habilitação desde o primeiro semestre.

Parece-nos que o problema da dicotomia básico-profissionalizante já foi superada nos cursos que optaram pela flexibilização da antiga estrutura, ou pelo menos já se sabe

como superá-la, no que diz respeito a currículo, em qualquer curso de comunicação. Contudo, a prática inicial baseada na separação básico-profissionalizante, aliada a uma tendência ao teorismo acadêmico e a outros fatores, tais como a carência e/ou inadequação de laboratórios, dificuldades de aproximação das condições de ensino numa Universidade às práticas profissionais nas empresas de comunicação e as deficiências na formação do corpo docente favoreceram a constituição de uma visão que procurou se opor ao chamado teorismo, vendo como saída uma formação que priorizasse uma formação das habilidades técnicas e condizentes com as necessidades do mercado.

Uma formação que dê ênfase à profissionalização do estudante, segundo o nosso ponto de vista, não significa negar as necessidades da formação teórica do aluno, como por vezes parece estar implícito no discurso de alguns educadores. Consideramos que há que se ter um equilíbrio entre teoria e prática, um equilíbrio entre formação global e formação técnico-profissional. Não é possível esquecer que a formação teórica é imprescindível à formação global do estudante, inclusive a profissional. Com ela o aluno poderá desenvolver melhor as habilidades e técnicas da área profissional. Sendo assim, parece-nos um pseudo-dilema, ou um falso problema, opor formação teórica e técnico-prática. Ambas são complementares e imprescindíveis à formação integral do profissional da comunicação.

Não restam dúvidas de que um curso de graduação nas áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade etc. requer a preparação para o exercício profissional. Afinal, o estudante entra numa universidade esperando se habilitar para trabalhar, ter um bom emprego e ganhar muito dinheiro... O que seria de um médico se, depois de cinco ou seis anos numa universidade, não soubesse diagnosticar doenças e indicar os meios de cura-las? Porém, não basta que o médico conheça doenças e saiba prescrever medicamentos. É preciso também que ele compreenda a realidade social do paciente⁹, entenda de gente e respeite o organismo da pessoa como um todo¹⁰.

O mesmo se espera do graduado em Comunicação: do jornalista, que saiba apurar fatos, redigir matérias e assim por diante; do relações-públicas, que consiga desenvolver projetos de comunicação eficientes nas instituições etc; do publicitário, que possa criar peças e campanhas promocionais de valor, entre outras atividades. No entanto, para que haja uma boa matéria sobre eleições, um programa adequado de comunicação empresarial ou uma campanha publicitária eficaz, se pressupõe que estejam fundamentados em teorias e em conhecimentos científicos já disponíveis na sociedade. Para fazer uma boa matéria sobre eleições, por exemplo, há que se conhecer a histórica política do país, compreender o jogo de interesses entre as classes sociais, saber de ciência política etc. Para levar a bom termo um programa de comunicação de uma instituição, é necessário compreender as teorias da administração, do planeamento e dos processos de comunicação etc. Uma boa campanha publicitária vai estar alicerçada nos princípios do marketing, nos conhecimentos da psicologia social, nos elementos da cultura dos receptores, nas artes e assim por diante.

Os conhecimentos técnicos na área da comunicação não são auto-suficientes nem ocorrem por acaso. Sempre implicam algum tipo de reflexão e serão consistentes se estiverem embasados nos fundamentos históricos, sociológicos e psicológicos, das culturas, da economia, dos processos da comunicação etc. A boa formação profissional está na conjugação entre formação técnica e formação global.

Por outro lado, o papel da universidade não é apenas formar mão-de-obra para o mercado, não é formar o indivíduo para que se enquadre nas regras da concorrência ou da

⁹ De que adiantaria prescrever uma lista de medicamentos a um paciente que não teria como adquiri-los?

¹⁰ Não poderia fazer uma cirurgia de cataratas com anestesia geral sem o cuidado com as condições cardiológicas do paciente, por exemplo.

empresa, independentemente de sua desenvoltura. O domínio das técnicas, obviamente requeridas, não pode conduzir a uma ação robótica dos futuros profissionais, nem a uma preparação restrita ao interesse imediato de certas empresas. A formação técnica específica será dada pela própria empresa, de maneira muito bem feita e em pouco tempo. A responsabilidade da universidade é formar o profissional, sim, mas também o cidadão. Um profissional competente, com profundo conhecimento de teorias e técnicas, mas também preparado para a vida, que possa contribuir para a superação de relações anti-éticas não raramente instituídas no mercado, ao invés de simplesmente se adaptar a elas.

Formação colada à realidade

O campo de trabalho de hoje não abarca somente o mercado tradicional, baseado no emprego formal e limitado às empresas privadas (segundo setor) e ao setor público (primeiro setor). Atualmente convive-se com uma situação em que o *trabalho* pode prescindir do emprego, além de haver a redução do número de postos de trabalho. Crescem o trabalho informal, o empreendedorismo e o terceiro setor; uma nova realidade que os cursos de graduação em comunicação tem dificuldade de corresponder. Com algumas exceções, os cursos continuam preparando, preferencialmente, profissionais para atuar apenas nas grandes empresas.

Há necessidade da formação do estudante de comunicação dar conta de outras possibilidades de trabalho. Preparar-se também para a atuação nas pequenas cidades do interior, no meio rural e nas organizações do terceiro setor, por exemplo. O terceiro setor é composto por organizações privadas sem fins lucrativos, mas que desempenham uma função pública, tais como associações comunitárias, organizações não-governamentais, fundações etc.

Trata-se de um espaço que se abre ao profissional, mas que a formação tradicional que as faculdades de comunicação propiciam não se adequa completamente. A preocupação maior é preparar pessoas para atuarem na grande mídia, nas empresas de grande porte e em famosas agências de publicidade, um campo que absorve apenas uma quantidade pequena de profissionais em relação ao número total de formados anualmente pelos mais de quinhentos cursos de comunicação existentes no País.

Quando o aluno ou o recém formado vai atuar numa rádio comunitária, por exemplo, dificilmente dá certo. Por que? Porque chega querendo “colocar ordem na casa”, ou seja vai logo dizendo que o que se faz ali é errado e tenta mostrar “toda sua sabedoria” corrigindo o que considera estar incorreto. O problema é que ele se baseia nos parâmetros das rádios comerciais, no jornalismo da grande imprensa, da locução radiofônica tradicional e assim por diante. Em geral, não está preparado para respeitar o processo comunicativo num meio de comunicação comunitária, nem tem informações suficientes sobre as formas alternativas de comunicação, sua história, seus propósitos e a metodologia de atuação.

Há necessidade de um novo aprendizado. Exemplo: como se inserir num processo de organização comunitária; a quebra da lógica da atuação do profissional de relações públicas como um mero porta voz da empresa para convencer comunidades das “boas intenções” da mesma; rompimento da idéia de que a única via para a publicidade é vender produtos e serviços comercialmente e de que para dar certo tem que apelar, não importando se torna-se desrespeitosa e ofensiva a segmentos da população; abrir o leque do jornalismo, incluindo a possibilidade do *jornalismo público* (sintonizado no cidadão) e do jornalismo comunitário. No jornalismo comunitário, os critérios de seleção das notícias, por exemplo, são diferentes. A publicidade pode muito bem promover produtos sem

afrontar valores da pessoa humana, pode também oferecer seus préstimos a organizações sociais sem fins lucrativos e a campanhas de interesse social. Da mesma forma o relações públicas, que pode se engajar em organizações do terceiro setor e se posicionar de modo não invasor ao atuar em comunidades a serviços de empresas etc.

O campo de trabalho se diversifica. São mais de 250 mil organizações sem fins lucrativos e mais de 2 milhões de pessoas empregadas no terceiro setor no Brasil. Existem aproximadamente 20 mil rádios comunitárias, das quais a maior parte nem possa contratar profissionais de comunicação, mas o quadro pode mudar. São três dezenas de TVs comunitárias em funcionamento no sistema cabo de televisão, número que tende a aumentar acompanhando a expansão do sistema cabo de televisão no País. As TVs universitárias, também no sistema cabo, estão sendo constituídas nas capitais e outras cidades. Da mesma forma as TVs legislativas, que além da TV Senado e da TV Câmara, vêm se formando nos estados e nos municípios ligadas às Assembleias Legislativas e às Câmaras de Vereadores. Há ainda a TV Justiça, TV Senac, Canal Futura, home pages de entidades comunitárias na internet, jornais sindicais e alternativos etc. No conjunto, são espaços de atuação que demandam novas formas de tratamento da informação, nova metodologia de atuação e, principalmente, novos conhecimentos. Como fazer jornal sindical sem saber de sindicalismo? Como fazer televisão comunitária com a cabeça na TV comercial? Como atuar numa organização comunitária concebendo seus públicos como sendo “clientes”, “fornecedores”, “funcionários”?

Em termos de meios de comunicação social, a tendência é aumentar regionalização da produção de conteúdos, o que vai demandar mais mão-de-obra, criatividade e sensibilidade para captar as manifestações locais e comunitárias.

Construir projetos pedagógicos e não simplesmente currículos com elencos de disciplinas

Durante muito tempo vários cursos de Comunicação, no Brasil, justificaram seus problemas ou deixaram de avançar porque ficaram presos a currículos rigidamente construídos, sem as devidas atualizações ao longo do tempo e diante das mudanças ocorridas na sociedade. Uma resolução¹¹ do Ministério da Educação, de 1984, serviu de base para a constituição dos currículos de cursos de Comunicação – jornalismo, relações públicas, rádio e televisão, cinema, editoração e publicidade e propaganda – por cerca de duas décadas. Aliás, ela ainda subsidia muitos dos cursos existentes, mas já estamos numa fase de mais abertura e possibilidade de elaborar currículos com autonomia e levando em conta as diferenças regionais do País.

Currículo de curso tende a se cristalizar. Depois de pronto e instituído, a tendência é reproduzi-lo por anos e anos. Porém, ele pode se tornar obsoleto rapidamente, até pela própria característica da comunicação em se transformar de modo contínuo. As mudanças motivadas pelo avanço tecnológico, por exemplo, tornaram arcaicos currículos, procedimentos, técnicas e laboratórios que têm deixado muitos cursos em grande defasagem quanto às demandas da sociedade. Quando um currículo é concebido sem permitir certas doses de flexibilidade, ele pode se tornar um entrave para o avanço do ensino.

Mexer com comunicação social é situar-se num terreno movediço. Tudo muda muito rapidamente e às vezes ficamos presos a disciplinas e ementas atrasadas no tempo e no espaço. Por outro lado, em geral os currículos não propiciam outras atividades que não sejam aulas em sala, com chamadas, provas, leituras e trabalhos em formatos tradicionais.

¹¹ Resolução 02/84.

Para fazer frente a esse tipo de situação, dois aspectos, entre outros, são muito importantes. 1. O currículo: é aconselhável que ele tenha espaços flexíveis para atividades diferenciadas – para além das ações formais em sala de aula – e complementares às aulas expositivas e livros didáticos. Quanto à flexibilidade, é recomendável que uma parte das atividades curriculares possa ser desenvolvida na forma de projetos especiais de extensão e de pesquisa, possibilitando ultrapassar os muros do espaço universitário. Atividades complementares seriam, por exemplo: uso do rádio na escola e/ou na comunidade, engajamento em projetos de pesquisa de iniciação científica e em projetos de leitura, assessoria de comunicação a entidades sociais sem fins lucrativos etc. 2. Projeto pedagógico: a estrutura curricular é apenas uma parte de uma proposta mais ampla de curso que é expressa no projeto pedagógico, o qual contempla os princípios pedagógico-filosóficos, traça o perfil almejado do graduado, levanta as características do contexto onde a instituição se localiza, elenca as características requeridas do corpo docente e traça parâmetros didático-pedagógicos e de infra-estrutura (laboratórios, biblioteca etc.).

Nessa perspectiva, a montagem da estrutura curricular, até recentemente o primeiro e às vezes o único instrumento organizativo de um curso de Comunicação no País, passa a ser apenas uma parte e – por que não? – a última parte a ser feita. As disciplinas são escolhidas para atender a uma proposta pedagógica e uma estratégia de formação em nível superior previamente discutida e sistematizada.

No Brasil, vive-se um momento de crise na qualidade do ensino em Comunicação Social. Essa crise é provocada, por um lado, pelo modelo curricular que engessou os cursos¹², além da falta de atualização dos currículos da maioria das instituições, como já falamos. Por outro lado, pelo crescimento rápido, nem sempre em condições adequadas, do número de cursos de Comunicação Social. Atualmente existem cerca de 540 cursos de graduação, em aproximadamente 300 instituições de nível superior. Em nível de pós-graduação, são 20 programas, que oferecem 20 cursos de mestrado e 11 de doutorado¹³.

O crescimento de cursos de graduação em Comunicação significou a criação de cursos nem sempre adequadamente estruturados: ênfase em matérias teóricas, às vezes ministradas por docentes sem a devida conexão com a área da Comunicação; separação entre ciclo básico e ciclo profissionalizante; inadequação ou inexistência de laboratórios de qualidade e em quantidade requeridas; deficiências na preparação de uma parte dos professores para o exercício da docência em comunicação etc. Ao mesmo tempo se recebe um aluno cada vez menos preparado, em decorrência dos problemas de qualidade do ensino na escola fundamental e média e de um processo pouco rigoroso de seleção para o ensino superior, pelo menos em muitas das instituições particulares.

Paralelamente, ocorre a mudança na LDB - Lei de Diretrizes de Base da Educação do País, que permitiu mais flexibilidade nas estruturas curriculares e estabeleceu parâmetros exigindo titulação do corpo docente nas instituições de nível superior.

A situação de crise e as mudanças em curso na sociedade contribuíram para provocar a discussão sobre a qualidade do ensino e a necessidade de melhoria dos cursos de Comunicação. Foi fortalecido o INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais e criaram-se instâncias institucionalizadas como a Comissão de Especialistas e Comissões Verificadoras das Condições de Oferta de Cursos de Comunicação Social por

¹² O primeiro currículo mínimo foi instituído pelo Ministério da Educação em 1962 e vigorou até 1978, quando foi substituído por outro, o da Resolução 02/84, que era imposto para todo o território nacional e permitia pouca flexibilidade na estrutura curricular.

¹³ Em fevereiro de 2003, dos 20 programas de mestrado, apenas 19 são recomendados pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

todo o País, entre outras iniciativas. Instituiu-se uma prova em nível nacional, logo chamada de “provão”, que já na sua primeira fase englobou os cursos de jornalismo e provocou grande movimentação na academia. Enfim, no conjunto de coisas em ebulição, sob o respaldo do Ministério da Educação, a área conseguiu discutir e elaborar um documento denominado “Diretrizes curriculares” e outro chamado de “Padrões de qualidade”, visando melhorar a qualidade do ensino em Comunicação do País. Tais documentos muito têm contribuído para avaliar e reformular os cursos já existentes, analisar as condições para reconhecimento de cursos pelo MEC e autorizar ou não o funcionamento de cursos novos.

“Diretrizes curriculares”¹⁴ traça o perfil almejado e as habilidades requeridas dos formandos em todas as habilitações da Comunicação Social. “Padrões de qualidade” especifica as condições necessárias no que diz respeito a laboratórios, instalações, corpo docente, estrutura curricular e projeto pedagógico. São documentos importantes, que servem de guia para a organização de novos cursos e a melhoria dos já existentes. Neste sentido, não se recomenda uma simples transposição do conteúdo de “Diretrizes curriculares”, já que cada curso precisa ser planejado de acordo com as condições do contexto onde se situa. Ressalve-se o caso de “Padrões de qualidade”, que estipula parâmetros mínimos a serem obedecidos por todas as instituições de ensino superior.

Considerações finais

As conseqüências do conjunto de distorções comentadas ao longo do texto se refletem na baixa qualidade do ensino, na existência de alunos sem interesse pelo conteúdo de disciplinas, de egressos despreparados para o exercício de suas profissões e de professores desmotivados para o exercício da docência. No entanto, a clareza de que práticas arcaicas na montagem de cursos podem ser superadas; o debate em torno das condições de ensino realizado durante anos em fóruns acadêmicos; os documentos do MEC, elaborados e recebidos nos cursos de comunicação de forma quase consensual; a pressão estudantil pela melhoria na qualidade do ensino; a maior e mais criteriosa avaliação das condições de oferta dos cursos pelo MEC; as mudanças curriculares que são levadas a efeito; o esforço desencadeado pela melhoria do ensino por parte de professores, alunos e instituições (em parte em função do “provão”); o crescimento da produção científica brasileira sobre todas as áreas da comunicação; a realização de congressos, simpósios, seminários, reuniões de grupos de pesquisa e o incentivo à pesquisa de iniciação científica na graduação, que vêm sendo assegurados por entidades como a Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; a crescente titulação dos professores em cursos de pós-graduação (mestrado e doutorado) – tudo isso evidencia que o quadro no ensino de Comunicação no País está em processo de mudança e de melhoria constante.

Nessa perspectiva, a flexibilização da estrutura curricular dos cursos de Comunicação Social no Brasil foi um dos ganhos mais importantes na história recente do ensino na área. O antigo “currículo mínimo obrigatório” – que na prática se transformava em “máximo”, porque, prevendo um grande número de disciplinas obrigatórias, restava pouca margem de manobra por parte das instituições – apesar de ter sido válido por um certo tempo, não permitia a adequação dos cursos às diferentes realidades e regiões do Brasil, entre outras distorções. Assim, o currículo de um curso de Comunicação Social em Manaus (AM), uma cidade da Amazônia banhada por águas e florestas, era praticamente o

¹⁴ Ver documento completo em <www.mec.gov.br/sesu/diretriz.shtm>.

mesmo de outro de uma cidade como São Paulo, uma metrópole urbana de vocação industrial.

Referências bibliográficas

AZEVEDO, Adriana. **O projeto rádio-escola: a rádio comunitária irradiando cidadania.** São Bernardo do Campo, 2002. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Umesp.

BABIN, Pierre; KOULOUMDJIAN, Marie-France. **Os novos modos de compreender.** São Paulo: Paulinas, 1989.

GUTIERREZ, Francisco. **Linguagem total: uma pedagogia dos meios de comunicação.** São Paulo: Summus, 1978.

DIRETRIZES curriculares para os cursos de graduação. Ministério da Educação. Disponível em <www.mec.gov.br/Sesu/diretrizes.shtm>. Acessado em 15.02.2003.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade.** 12a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1981.

KAPLÚN, Mário. Processos educativos e canais de comunicação. **Comunicação & Educação.** São Paulo: Moderna/ECA-USP, v.14, p 68-75, jan./abr. 1999.

MORAN, José Manuel. **Mudanças na comunicação pessoal.** São Paulo: Paulinas, 1998.

_____. **O vídeo na sala de aula.** Disponível em <www.eca.usp.br/prof/moran/vidsal.htm> . Acessado em 31.01.2003.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. A ética como fator de resistência no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação.** São Paulo: Intercom, v. XXIII, n. 2, p.137-141, jul./dez. 2000.

PERUZZO, Cicilia M.K. Comunicação comunitária e educação para cidadania. **Revista PCLA.** São Paulo: Metodista/Cátedra Unesco, 2002. v.4. Disponível em: www.metodista.br/catedra . Acesso em: 23.02.2003.

SAVIANI, Dermeval. **Escola e democracia.** 30a. ed. Campinas: Autores Associados, 1995.

SOARES, Ismar de Oliveira Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação.** São Paulo: Moderna/ECA-USP, v. 23, p. 16-25, jan./abr. 2002.