

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
CURSO DE LICENCIATURA EM EDUCOMUNICAÇÃO**

**NURIA NOGUEIRA**

**10741451**

**Videoclipe e Educomunicação: novos horizontes**

**São Paulo  
2022**

**NURIA NOGUEIRA**

**10741451**

**Videoclipe e Educomunicação:  
novos horizontes**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Escola de Comunicações e Artes da  
Universidade de São Paulo no Curso de  
Licenciatura em Educomunicação.

Orientador: Prof. Dr. Marciel A. Consani

**São Paulo  
2022**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na publicação Biblioteca Escola de Artes, Ciências e Humanidades

NOGUEIRA, Nuria. *Videoclipe e Educomunicação: novos horizontes*. 2022. 102 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educomunicação) — Departamento de Comunicações e Artes, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022

.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Profa. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, sempre, por tudo. Apoio, amor, carinho, estrutura, “aquele empurrão”.

Ao meu pai, Gustavo S. Nogueira, por me aproximar do mundo da música, criando assim a sensibilidade artística que tenho e busco sempre ampliar.

À minha mãe, Barbara S. Nogueira, que por ser minha mãe já bastaria, mas me influiu que eu busque sempre mais.

À minha irmã, Amina Nogueira, pelas conversas, ideias, apoio e carinho. E por ter ficado tão empolgada com o trabalho.

À minha família toda que ama, apoia e troca, torce e vibra. Amo todos vocês.

Ao meu amor amado, Renato Lellis, por tudo, sempre. Meu parceiro a todo momento.

Aos meus amigos todos, pois, "quem tem um amigo tem tudo". E no caso deste TCC mais especificamente, um agradecimento especial à minha amiga Antonia Bara pelo 'help' com o inglês.

Ao meu orientador, Marciel Consani, pela parceria e tempo ao mostrar possíveis caminhos para com esta pesquisa, além das trocas de ideia sobre diversos temas, sendo extremamente generoso.

Ao Raphael Alario, por todas as conversas e pela ajuda na orientação do meu trabalho.

Aos professores e professoras que me acompanharam ao longo da vida e me deram ferramentas para que pudesse enxergar o mundo de diferentes formas.

Aos colegas do curso que estiveram sempre ao meu lado para que pudesse chegar até aqui.

A cada pesquisador e pesquisadora que se dedica a compreender os funcionamentos do mundo e ampliar nossa forma de ver as coisas.

A cada artista brasileiro que não deixa de fazer sua arte, de comunicar sua mensagem, de compartilhar visões sensíveis. Trabalhos que expandem nossos sentidos nesse mundo sem respostas, que ampliam um pouco nossa pequenez nessa trajetória.

“A gente não quer só comida  
A gente quer comida, diversão e arte  
A gente não quer só comida  
A gente quer saída para qualquer parte”  
(FROMER; ANTUNES; BRITO, 1987).

“Ontem de manhã quando acordei  
Olhei a vida e me espantei  
Eu tenho mais de vinte anos  
E eu tenho mais de mil perguntas sem  
respostas” (COSTA; MARTINS, 1972).

“Não é possível a pronúncia do mundo, que é  
um ato de criação e recriação, se não há amor  
que a infunda. (...) Porque o amor é um ato de  
coragem, não de medo, amor é compromisso  
com os outros”. (FREIRE, 2019 p. 51).

NOGUEIRA, Nuria. **Videoclipe e Educomunicação:** novos horizontes. 2022. 102 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educomunicação) — Departamento de Comunicações e Artes, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo relacionar o campo teórico-prático da Educomunicação com a mídia audiovisual e musical Videoclipe. Aqui, esses dois campos são explorados com o objetivo de conhecer com maior profundidade essa relação, pensando nas diferentes possibilidades de cruzamento que existem ou que podem ser criadas entre eles. Buscando, então, uma visão geral a respeito do tema escolhido. Sendo assim, esta pesquisa se dá de forma exploratória, por meio de levantamento bibliográfico em que ilustramos as discussões com meus relatos pessoais de prática de estágio e uso, como análise dos poucos projetos já realizados que uniram o videoclipe e a educomunicação. Os principais autores utilizados para tanto foram Soares (2002, 2011, 2012 e 2016); Mogadouro; Moletta (2014); Freire (1996, 1997, 2003, 2013); Kaplún (1985); Setton (2010); Barbero (2014); Benjamin (2018); Corrêa (2006 e 2008); Soares T. (2009, 2010, 2011) e as pesquisas de Dulce e Coruja (2015); Silveira e Lago (2013) e Oliveira (2010, 2011, 2018), além de artigos e sites oficiais que abrangem os assuntos acima citados. Ao final do trabalho proponho alguns passos do que seria um processo usando o Videoclipe de forma e a partir dos preceitos educacionais. Essa sugestão se deu através da minha vivência e do que foi pesquisado ao longo do trabalho, compreendendo que essa sequência não foi posta em prática e por isso não há como indicar um resultado efetivo ou coisa semelhante. Posto isso, pudemos concluir que vale a sistematização da união entre os campos Educomunicação e Videoclipe, pois apenas ideias e projetos soltos não irão suprir as imensas possibilidades ainda inexploradas do uso do Videoclipe com a Educomunicação na educação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educomunicação, Videoclipe, Música, Cultura midiática, Juventude.

## **ABSTRACT**

This research aims to relate the theoretical-practical field of Educommunication with the Music Video Medium. This research explores with the intention of getting to know this relationship in a deeper way, considering the different possibilities of combining that which already exists or that can be created between these two fields. Seeking, then, an overview of the chosen topic. Therefore, this research takes form in an exploratory way, made through a bibliographic survey, which illustrates discussions with my personal experience of internship practice and use, as an analysis, of the few carried out projects that brought together the Music Video Medium and Educommunication. The main authors that were consulted in this paper were Soares (2002, 2011, 2012 and 2016); ; Mogadouro; Moletta (2014); Freire (1996, 1997, 2003, 2013); Kaplún (1985); Setton (2010); Barbero (2014); Benjamin (2018); Correa (2006 and 2008); Soares T.(2009, 2010, 2011) and research by Dulce e Coruja (2015); Silveira e Lago (2013) and Oliveira (2010, 2011, 2018), in addition to articles and official websites covering the previously mentioned subjects. At the end of the work we proposed steps of what would be considered a process that utilizes Music Video Medium in an educommunicative way and from educommunicative precepts. This proposal came from my own experience and what was studied throughout the work in question, considering that this sequence of steps has not been practiced yet and therefore there is no way of indicating an effective result or something of the sort. Therefore, we were able to conclude that the systematization of the union between the fields of Educommunication and Music Video Medium is worthwhile because ideas and loose projects will not make up for the immense possibilities that were not yet explored of the use of Music Video Medium with Educommunication in education.

**KEYWORDS:** Educommunication, Videoclips, Music, Media Culture, Youth.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>1. EDUCOMUNICAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
1.1 As Origens do conceito de Educomunicação .....	13
1.2 Leitura crítica da mídia .....	16
1.3 Cultura audiovisual e produção midiática.....	25
<b>2. VIDEOCLIPE .....</b>	<b>39</b>
2.1 Som e imagem - união para a comunicação .....	48
2.2. Videoclipe como Linguagem (Tudo a partir da Música).....	55
<b>3. RELAÇÃO ENTRE VIDEOCLIPE E EDUCOMUNICAÇÃO .....</b>	<b>63</b>
3.1 Construção do problema.....	65
3.2 Caminhos entre Videoclipe e Educomunicação.....	71
3.3 Sugestão de trabalho edocomunicativo com Videoclipe .....	84
3.3.1 Sequência de passos .....	86
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>100</b>

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa busca, a partir de conceitos e pressupostos do campo teórico-prático Educomunicação, contextualizar a mídia videoclipe no âmbito da educação formal e não-formal, trazendo para dentro do contexto educativo o universo da música popular/pop, visando a aproximação entre educandos, educadores, conteúdos educativos e escolares e a sociedade. A forma de escrita desta pesquisa é pensada para um público geral, por isso algumas questões básicas serão retomadas com o intuito de ampliar o público leitor deste trabalho para além do ambiente acadêmico.

O trabalho surge a partir da minha experiência como estagiária na produtora Brazucah Produções Ltda., em 2020, como graduanda em Licenciatura em Educomunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 2018 e por meio da minha atuação enquanto artista e cantora, tendo vivido uma formação em contexto de liberdade criativa e de atuação, no qual desenvolvi uma ligação direta com a música, principal dentre as outras formas de arte presentes na minha vida, desde a infância. Durante o período escolar vivenciei e pratiquei diversas experiências extracurriculares, como produção e realização de festivais de música, cineclubes, saraus, movimentos políticos e sociais, entre outros eventos que compuseram minha forma de ver e entender o mundo. Ao ter o privilégio de experienciar na prática diferentes formas de trabalho, pude ver e acreditar na potência do *fazer* unido ao *pensar*, a chamada práxis. Durante a graduação em Educomunicação percebi como isso era estudado, e busco hoje agregar os aprendizados do curso a minha pesquisa pessoal, no âmbito direto ou indireto de atuação, objetivando integrar a arte, comunicação e educação. Além da música, sempre pratiquei e exercei meu olhar estético visual, expressão corporal e outras formas de expressão artística. Durante o período da pandemia de Covid-19, em 2020, aprendi a editar vídeos e desenvolvi meus próprios videoclipes a partir de bancos de imagens livres na internet, com o intuito de conversar as imagens com a música, criando assim uma outra e mais ampliada forma de comunicar a mensagem. Ainda em 2020 participei da disciplina “Produção sonora-midiática e a construção de sentidos”, ministrada por Guilherme Weffort, que ampliou minha visão sobre as possibilidades de união entre esses dois campos, som e imagem, e, mais especificamente, entre música e imagem. Levando então a ideia de como o videoclipe pode também ser uma ferramenta comunicacional e educomunicativa ainda pouco estudada do campo da Educomunicação. Direcionei, então, meu olhar às conexões entre os dois campos (Educomunicação e Videoclipe) e como isso poderia ser utilizado na educação de forma geral,

qual seria a potencialidade educacional e educomunicativa do videoclipe, com o intuito de abrir debates contemporâneos, dinâmicos, horizontais e democráticos.

O videoclipe é um produto midiático extremamente consumido nos dias atuais e esta pesquisa acredita que, como para todas as outras mídias, é importante que sejam feitas a leitura crítica e a conscientização sobre suas formas de produção, para que, a partir da integração com a juventude<sup>1</sup>, os educadores possam se aproximar da realidade dos jovens com base em seus gostos musicais e consumo na internet. A música tem como característica importante sua forma sedutora: uma facilidade de entendimento direto ou indireto, pois alcança as pessoas independentemente do idioma. Além disso, a música faz parte do nosso dia a dia e é usada para expressar ou intensificar sentimentos. Uma das características do videoclipe é sua potência criativa e muitas relações possíveis com diferentes conteúdos. Ademais, o audiovisual carrega variadas funções — dizem ser a arte mais generosa em termos de equipes de trabalho — pois necessita de todas “as artes” trabalhando em conjunto.

A pesquisa será dividida em três eixos principais de discussão. O primeiro capítulo apresentará os conceitos e definições sobre educomunicação, abordando o conceito de Leitura crítica da mídia a partir da ideia Freiriana da Leitura de Mundo, e a Cultura e Produção Audiovisual, usando em alternância para a discussão minha experiência de estágio e o relato de Moletta (2014).

No segundo capítulo, será apresentado o formato Videoclipe, abordando rapidamente seu contexto histórico, pontuando suas características, apontando a construção de sentido que se dá pela junção entre som e imagem e o videoclipe como uma expressão de linguagem artística.

Na terceira parte da pesquisa será trabalhada, a partir dos levantamentos nos capítulos um e dois, a relação entre videoclipe e educomunicação pensando o videoclipe enquanto

---

<sup>1</sup> O conceito de juventude diz respeito à fase de vida localizada entre a infância e a idade adulta. Trata-se, então, de um momento em que se obtêm mais das habilidades sociais, atribuições de deveres e responsabilidades e afirmação da identidade. Os caminhos e escolhas feitos nesse momento de vida acabam tendo forte influência no futuro do indivíduo em questão, podendo ampliar ou limitar mais ou menos a vida adulta. Apesar de se definir por questões biológicas e de idade, a definição do que seria juventude é inseparável do contexto sociocultural, político e econômico. Podendo assim apontar que há na existência de adolescências e juventudes, uma série de comportamentos, hábitos e condutas característicos dessa etapa de vida conectados ao momento histórico, político, econômico e geográfico em que se encontra. (UNFPA, 2010). Para abordar esse conceito usaremos nessa pesquisa a definição de juventude da Organização das Nações Unidas (ONU) que classifica a “juventude” como a faixa etária que abrange pessoas entre os 15 e os 24 anos de idade. Mas é de extrema importância destacar que a experiência de ser jovem e o conceito de juventude pode variar significativamente ao redor do mundo, e que a juventude é uma categoria fluida e oscilante.

produto educomunicativo, ferramenta de transformação social/protagonismo e discurso social. Serão usados quatro projetos (OLIVEIRA, 2010, 2011, 2018 e SILVEIRA; LAGO, 2013). Trazendo, então, as possibilidades e as problemáticas da conexão entre os dois assuntos e analisando quais resultados podem ser obtidos dessa união, observando como esse gênero pode ser usado como ferramenta de transformação, protagonismo e discurso social com base na capacidade da música de difundir mensagens. A proposição procura dar visibilidade aos temas transversais e diferentes possibilidades de estudo, indicando a potencialidade educacional e educomunicativa do videoclipe a fim de abrir alguns debates.

A pesquisa se encerra no quarto capítulo com os principais apontamentos da discussão e conclusão do trabalho.

Durante o curso de Licenciatura em Educomunicação pela Escola de Comunicação e Artes da USP não encontrei elementos suficientes para orientar essa vertente, assim, este trabalho busca contribuir também para a formação dos educomunicadores que ainda não encontram muito material relacionando estes assuntos ou como referência para outros trabalhos que sigam nesta linha. A pesquisa traz em sua proposta a possibilidade de aprofundar trabalhos com uso de audiovisual no campo teórico-prático Educomunicação, destacando a importância de se investir em um modelo de trabalho com audiovisual dentro da escola e outros contextos educativos. Destacando aqui o marco legal que ampara o uso de conteúdos audiovisuais dentro da sala de aula. Pode-se dizer que o processo de aprendizagem se estabelece em práticas sociais que favorecem as experiências individuais para que se tornem práticas coletivas, assim os estudantes, praticando o olhar crítico, teórico e prático a partir do audiovisual, podem desenvolver-se de forma mais completa e ampla.

Foram feitas análises de documentos por meio de recursos primários, secundários e terciários e a pesquisa se dará de forma qualitativa e método dedutivo e a escolha do tema se deu por conta da experiência pessoal da pesquisadora com música e videoclipes e de sua graduação em Educomunicação pela Escola de Comunicação e Artes da USP.

## **1. EDUCOMUNICAÇÃO**

### **1.1 As Origens do conceito de Educomunicação**

O conceito orientador do campo teórico-prático da educomunicação tem caráter sociopolítico e educacional a partir da interface entre Comunicação e Educação.

Com bases fortes no pensamento Freiriano, a educomunicação sugere a capacidade de mobilização das consciências acerca de objetivos coletivos na leitura e construção de mundo. O pesquisador Ismar Soares<sup>2</sup>, professor que coordenou a implementação da Licenciatura em Educomunicação junto à Escola de Comunicações e Artes da USP (2011) discorre sobre o tema.

Partimos da premissa de que a educomunicação, conceito que – no entendimento do Núcleo de Comunicação e Educação da USP – designa um campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação, apresenta-se, hoje, como um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os segmentos humanos, especialmente da infância e da juventude. (SOARES, 2011, p. 15).

A educomunicação é uma área que nasceu motivada por um quadro histórico das ditaduras latino-americanas dos anos 1960 em reação ao autoritarismo marcado na época. Em uma conjuntura violenta e antidemocrática exigiu-se dos grupos populares, artistas, professores, jornalistas e todo e qualquer defensor da democracia e da liberdade de expressão novas estratégias para a circulação de informação e conhecimento, dada a censura que vigorava. A educomunicação, na sua base, reconhece o direito à expressão por meio da mídia, do emissor e do receptor com o objetivo de potencializar a comunicação no contexto educacional e escolar, entre educandos, educadores e a comunidade, com consciência crítica tanto do que se consome quanto do que se produz.

O conceito de ecossistema<sup>3</sup> comunicativo foi articulado por Jesús Martín-Barbero. Esse campo de estudo propõe uma reflexão no que diz respeito à mediação da comunicação e das

---

<sup>2</sup> Ismar de Oliveira Soares é Filósofo, geógrafo, historiador, jornalista e doutor em Comunicação, dedicou-se primeiramente à carreira de seminarista, na qual teve contato com a área de comunicação e movimentos sociais, transformando-se então em importante pesquisador do campo da Educomunicação na América Latina e um dos fundadores do curso de Licenciatura em Educomunicação na Universidade de São Paulo.

<sup>3</sup> A partir do conceito de ecossistema desenvolvido pelo campo de estudo Biologia, ressalta-se aqui no termo: a relação de trocas, de interdependência entre seres diferentes e do entendimento que ecossistemas maiores e gerais podem abranger outros ecossistemas de menor tamanho. Ismar Soares destaca que "entendemos, assim, metaforicamente, que – como no meio geofísico-biológico – também no meio social existem sistemas áridos e fechados de interconexões, tanto quanto sistemas ricos e intensos de expressão vital. No caso, pessoas em relação, na família, numa escola, num centro de cultura, ou mesmo no espaço cibernético, se deparam com modelos de

mídias nos variados contextos e processos de ensino e aprendizagem, com panorama de trabalho colaborativo fundamentado em grande parte pelos processos de comunicação oferecidos pelas TICs<sup>4</sup>. Segundo o autor, o ecossistema comunicativo é caracterizado como “difuso” e “descentralizado”, envolvendo o ser por todos os lados. Se diz difuso pois é feito por meio de uma mistura de linguagens e saberes que atravessam múltiplos dispositivos midiáticos intrinsecamente interconectados; e é descentralizado visto que os dispositivos midiáticos que o correspondem vão além dos meios que tradicionalmente são usados na educação, como a escola e os livros. (SOARES, 2012)

(...) para Martín-Barbero, o desafio que o ecossistema comunicativo coloca para a educação não se resume apenas à apropriação de um conjunto de dispositivos tecnológicos (tecnologias da educação), mas aponta para a emergência de uma nova ambiença cultural. Chega mesmo a afirmar que “a escola deve pensar menos nos efeitos ideológicos e morais dos meios e mais nos ecossistemas comunicativos, que são formados pelo conjunto de linguagens, escritas, representações e narrativas que alteram a percepção”. (SOARES, 2012, p. 60).

Segundo Baccega, o ecossistema comunicativo “nos impregna a todos e o carregamos conosco em nossas atitudes, em nossos comportamentos, em nossos valores, em nossas decisões” (BACCEGA, 2002, p. 1). Soares (2002) destaca que a construção de ecossistemas comunicacionais gera oportunidade de mais e novas possibilidades de desenvolvimento cidadão e afirma que a educomunicação define-se como “um conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos” (SOARES, 2002, p. 61). E que o educador deve trabalhar para criar e desenvolver esses ecossistemas comunicativos, considerando que suas atuações devam ser:

- a) inclusivas (nenhum membro da comunidade pode sentir-se fora do processo); b) democráticas (reconhecendo fundamentalmente a igualdade radical entre as pessoas envolvidas); c) midiáticas (valorizando as mediações possibilitadas pelos recursos da informação); d) criativas (sintonizadas com toda forma de manifestação da cultura local). A educomunicação – enquanto teia de relações (ecossistema) inclusivas, democráticas, midiáticas e criativas – não emerge espontaneamente num dado ambiente. Precisa ser construída intencionalmente. (SOARES, 2012, p. 51)

---

ecossistemas, convivendo a partir de regras que se estabelecem conformando determinada cultura comunicativa.” (SOARES, 2012, p. 62).

<sup>4</sup> Conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que possibilitam por meio de funções de hardware, software a comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem e telecomunicações.

Pelo objetivo de se construir os ecossistemas, foram então sistematizadas as áreas de intervenção da educomunicação partindo de práticas estimuladas na população e introduzindo-as no campo educação/comunicação. Segundo Soares (2017), podemos separar em 7 áreas de intervenção social o campo da inter-relação comunicação/educação: 1) A Área da Gestão da Comunicação nos Espaços Educativos; 2) A Área da Educação para a Comunicação; 3) A Área da Mediação Tecnológica na Educação; 4) A Área da Pedagogia da Comunicação; 5) A Área da Expressão Comunicativa por Meio das Artes; 6) A Área (em estudo) sobre Educomunicação Socioambiental; e 7) A Área da Reflexão Epistemológica sobre a inter-relação Comunicação/Educação. (SOARES, 2017).

Na área da Expressão Comunicativa por meio da Arte, é proposto, a partir de um letramento estético na Arte e semântico na Comunicação, dar autonomia aos sujeitos educandos objetivando a transformação social dos grupos minoritários, característica comum entre a Educomunicação e Arte Educação<sup>5</sup>.

Há pelo menos três ordens de convergências que, em princípio, aproximam a Educomunicação da Arte Educação: a práxis em constante construção, demandas sociais e compatibilidade programática.

Os campos Arte, Educação e Comunicação se relacionam de formas multidisciplinares, pluridisciplinares, interdisciplinares e transdisciplinares a partir de uma abordagem triangular, focando a práxis em três ações primordiais: Ler, Fazer e Contextualizar.

A educomunicação propõe que processos educativos das áreas Arte/Educação e Comunicação/Educação necessitam de construção de conhecimento artístico, alfabetização para os meios de comunicação, leitura crítica, contexto histórico-sócio-cultural e relações entre a produção artística e vivências do indivíduo a partir de uma gestão da comunicação em espaços e projetos educativos, objetivando o desenvolvimento de Ecossistemas Comunicativos.

Posto isso, a Arte então se tornaria o meio do processo comunicativo, mas não o fim, sendo ela a comunicação por si só. Soares (2016) destaca que a Arte dispõe de potencial criativo passível de gerar diferentes formas de expressão comunicativa.

---

<sup>5</sup>A arte-educação é o campo que estuda como utilizar da arte no processo educativo de formação humana, com o objetivo de dar sentido ao sentir e à percepção de mundo do indivíduo, utilizando-se das emoções e referências simbólicas (cultura, memória, criatividade). A Wikipédia define Arte-educação por uma disciplina educativa que oportuniza ao indivíduo o acesso à arte como linguagem expressiva e forma de conhecimento.

Nesta reflexão sobre o papel da Arte utilizaremos como base as ideias de Arte-Educação de Ana Mae Barbosa, que a entende, no contexto educacional, tanto como produção quanto como consumo, capaz de despertar e estimular uma construção de identidade pessoal e coletiva, e ajuda a ampliar as formas de ver e entender o mundo, expandir conceitos da forma como algo é visto e se comunica com e para o outro. A arte como objeto de estudo teórico disponibiliza aos alunos a chance de entender o trabalho humano parcialmente livre da opressão. Essa abordagem, seja em qualquer espaço educacional, como a escola, universidade, museu, entre outros, beneficia a característica emancipatória de educação popular que Freire propõe.

Paulo Freire traz a noção de liberdade como eixo orientador da sua obra. As teorias e práticas pedagógicas do autor são direcionadas na ideia da educação como um processo de libertação do ser humano. A Educação então seria um ato de busca constante em que o próprio indivíduo é o sujeito que trabalha e transforma o mundo por uma compreensão do mesmo, apenas sendo possível com a consciência da realidade concreta.

Com a Lei nº9.394/96, a Arte passou a ser considerada obrigatória na educação básica: “O ensino da arte constituirá componente curricular obrigatório, nos diversos níveis da educação básica, de forma a promover o desenvolvimento cultural dos alunos” (Brasil, 1996).<sup>6</sup>

Barbosa destaca que dentre os complexos aspectos da cultura, a arte confere um papel específico na função da formação e construção de uma identidade. A Identificação “é sempre a produção de uma imagem de identidade e transformação do sujeito ao assumir ou rejeitar aquela imagem reconhecida pelo outro” (BARBOSA, 2015, p. 5).

Para encontrar a identificação do que se é, é preciso estar em alteridade com o sujeito “Outro”, ou seja, nas diferenças entre o eu e o outro é que encontramos, consequentemente, nossa identidade.

## 1.2 Leitura crítica da mídia

A era atual traz como característica o excesso de informação, que acaba por exercer, de maneira determinante, forte influência em aspectos da vida cotidiana como o comportamento, o universo profissional e até comercial. O conceito de Infoxicação foi criado por Alfons Cornella (1996) para explicar o processo da dificuldade de absorver e digerir a overdose de informações que há no meio digital, além de apontar para o processo de distinguir a qualidade,

---

<sup>6</sup> Saiba mais em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm).

veracidade e relevância das informações a serem absorvidas. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020). Esse excesso de informação e essas influências podem gerar inseguranças diante das questões do mundo, acarretando uma busca por referências confiáveis nesse meio, sendo assim, muitos jovens se comportam de determinada forma para se sentirem pertencentes a um grupo, podendo seguir uma série de regras e modismos que se estabelecem conforme o padrão midiático e que influenciam seus comportamentos. O excesso de uso dessas ferramentas informacionais pode causar

ansiedade, sensação de desinformação e desatualização em curto período de tempo, nervosismo, dependência e predisposição aos transtornos de ansiedade. Esse medo patológico de permanecer sem contato com as tecnologias, chamado nomofobia, elucida o grande descontrole e desorientação dos jovens frente à utilização das ferramentas digitais de informação no cotidiano (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 10).

Os autores apontam que algumas das consequências do uso impróprio e descontrolado das tecnologias de comunicação e informação digitais são a “nomofobia e a ansiedade informacional, que seria a necessidade constante de estar utilizando o computador ou estar com o celular em mãos, recebendo informações, comunicando-se, tornando-se estas tecnologias um amuleto na vida dos nativos digitais” (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 7).

A Leitura Crítica da Mídia seria então o processo de compreensão dos mecanismos de produção de informação incentivando paralelamente o processo de leitura — a participação qualificada de novos agentes na produção informativa —, uma capacidade cada vez mais essencial para a cidadania, uma vez que a infoxicação acaba por atingir a escola, espaço em que são usadas plataformas digitais em grande parte do tempo para aprender, conviver e transformar as informações que recebem em aprendizagens significativas. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020).

Há uma urgência na atualidade em ampliar um debate que reconheça que, no mundo globalizado, o papel da mídia é fundamental para a democracia de países e nações. No Brasil e na América Latina as últimas décadas acentuaram o traço histórico de concentração expressiva dos meios de comunicação pertencentes a um número reduzido de megagrupos. Segundo o jornal *Carta Capital* (2017),

cinco famílias controlam metade dos 50 veículos de comunicação com maior audiência no Brasil. A conclusão é da pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia (Media Ownership Monitor ou MOM), financiada pelo governo da Alemanha

e realizada em conjunto pela ONG brasileira Intervozes e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF), situada na França.

Os setores midiáticos e de telecomunicações garantem as condições objetivas para o desenvolvimento e crescimento desmedido da oferta de canais, serviços, conteúdos e produtos. Mas essa tendência expansiva se estabelece e firma perante controle, influência e lucratividade de algumas poucas organizações, quase sempre globais, ou também nacionais e/ou regionais em acordos e parcerias estratégicas com transnacionais. Por meio do processo de monopolização, países e suas corporações transnacionais concorrem no espaço público global pelos meios de comunicação de massa e, principalmente, os eletrônicos, que fazem parte de um mecanismo de produção capitalista, com o objetivo de impedir o olhar de visão externa crítica. Segundo Bagdikian (2018) o poder da mídia é político. Essa ideia se baseia na ligação que há entre duas experiências sociais contemporâneas principais: a que define os assuntos que têm importância a difundir-se nos e entre os grupos e a que sucede as tomadas de decisão e rumos na comunidade. Bagdikian (2018) relaciona o aumento do conservadorismo dos últimos tempos com a submissão de jornalistas e empresas perante pressões comerciais, políticas, corporativas etc. A ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF) explicou que “O Brasil apresenta um nível de concentração de mídia que contrasta totalmente com o potencial de seu território e a extrema diversidade de sua sociedade civil”<sup>7</sup> (*Carta Capital*, 2013).

Uma das principais formas de se obter informação e também da formação do olhar do sujeito na atualidade é a mídia, sendo que quem acessava internet apenas com computadores (desktop) há um tempo atrás, hoje já usa da mobilidade com notebooks, celulares e smartphones, o que faz estarmos sempre conectados à rede em qualquer local e a qualquer momento. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020).

Sendo assim, diversas ações que um sujeito realiza pautam-se pelo conhecimento e conteúdo apreendido pela mídia, que se traduz e se realiza nas tomadas de opinião e posicionamentos ideológicos.

Há uma nova organização econômica, social, política e cultural, identificada como Sociedade da Informação (SI), que com todas suas peculiaridades, apresenta características que impõem novos desafios em relação ao papel da educação em uma sociedade tecnológica. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 8).

<sup>7</sup> ONG denuncia monopólio da mídia no Brasil. *Carta Capital*, 24.01.2013. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/ong-denuncia-monopolio-da-midia-no-brasil/>.

Podemos pensar que o fenômeno Internet poderia gerar uma maior democratização do espaço midiático e narrativo das informações, mas para isso é preciso entender a necessidade de leitura crítica, em que é fundamental um entendimento maior do que a informação massiva geral, da não parcialidade, buscando evitar os perigos que conteúdos podem trazer a partir de perspectivas errôneas ou se forem consumidos de forma exacerbada. A primeira questão então seria “do que, como e de onde se consome” para depois “o que e como eu posso produzir”. Pois,

(...) se por um lado é fantástico o acesso a tantos conteúdos em apenas um clique, por outro, o bombardeamento por uma quantidade excessiva de informações pode deixar as pessoas menos informadas, por mais paradoxal que pareça. Com a rapidez dos processos digitais, o excesso de informações e a escassez de espaços/tempo para abstração e reflexão, acaba-se por intensificar a produção de uma enorme quantidade de lixo digital e dados falsos. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 6).

Segundo o relatório *Inter-relações Comunicação e Educação no Contexto do Ensino Básico*<sup>8</sup>, que apresentou dados sobre a relação dos professores com as novas tecnologias digitais, por volta de 72% dos professores participantes da pesquisa revelaram que, durante a sua formação, não tiveram contato com esses meios de comunicação, principalmente no que se refere ao seu uso enquanto ferramenta educacional. E por mais que os chamados nativos digitais tenham maior contato e fluência com as tecnologias em relação a seus professores, estes são necessários e importantes para a mediação entre a busca, a utilização de dados adquiridos virtualmente e os conhecimentos que possam ser relevantes ao aluno. O que significa que a escola é o espaço em que os alunos devem aprender a ter pensamento crítico, a fim de poderem dar significados às informações, conteúdos e mensagens recebidas através das mídias, multimídias e outros espaços digitais. Em meio a este mosaico de informações fragmentadas entre verdades e mentiras, deve ser função da escola auxiliar os estudantes na reestruturação, reordenação e criação de filtros para a absorção de informações com qualidade e procedência garantida, promovendo formas de conhecimento real ao aluno. (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020).

O grupo de pesquisa *Mediações Educomunicativas* (MECOM) da *Escola de Comunicação e Artes* (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) apontou em uma pesquisa sobre tendências dos hábitos de consumo de mídia entre jovens, realizada com 3.708 estudantes de escolas públicas e privadas de ensino fundamental e médio, que 86% usam o smartphone

---

<sup>8</sup> Acesse o relatório em: <http://www2.eea.usp.br/mecom/>.

para acessar a internet, a maioria dos estudantes afirmam passar mais de 5 horas diárias na internet e 76% usam o YouTube para assistir aos seus programas favoritos, sendo os principais usos redes sociais e consumo de vídeos<sup>9</sup>, é importante apontar então que “quanto maior o contato, maior a necessidade de reflexão acerca da forma em que está sendo usada” (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 13).

A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) determina que o aluno ou aluna deve ser apto a se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos e resolver problemas fazendo o uso das tecnologias digitais de forma crítica, ética e autônoma. Segundo o documento, mesmo sendo o espaço digital um lugar livre e familiar para crianças e adolescentes, a instituição escolar deve levá-lo em conta, porque ter familiaridade e contato não significa ter a capacidade de lidar de forma crítica com os conteúdos recebidos e produzidos no espaço virtual e tecnológico.

O processo de assimilação e compreensão da informação abarcada em um suporte e transmitida através de certos códigos recebe o nome de leitura. Esse código pode ser visual, auditivo ou tátil. A leitura é um processo que implica passos, como a visualização, a fonação (articulação oral, consciente ou inconsciente), a audição (informação sonora que passa para o ouvido) e a atividade intelectual em que se realiza a compreensão da mensagem. A crítica é uma avaliação que se realiza sobre algo. O conceito de leitura crítica faz referência ao procedimento que possibilita perceber as ideias e a informação implícita dentro de um texto. Requer, assim, uma leitura analítica, reflexiva e ativa, sendo ela o passo anterior ao desenvolvimento de um pensamento crítico. Conseguimos avaliar as afirmações ou ideias de uma mensagem e formar um raciocínio com fundamento para além da mensagem literal apenas através da compreensão de um texto na sua completude, descobrindo os sentidos implícitos do seu conteúdo. A leitura crítica está ligada à compreensão aprofundada da informação e mensagem, a partir disto o leitor se torna, com responsabilidade sobre a sua decisão, capaz de aceitar ou rejeitar aquele pensamento ou ideia.

A linguagem está dialeticamente ligada à sociedade que a constrói. De acordo com Maingueneau (2002), é possível analisar uma sociedade pelos seus discursos produzidos, levando em consideração que a ação comunicativa é produto da representação da realidade de

---

<sup>9</sup> Os dados foram retirados do relatório Inter-relações Comunicação e Educação no contexto do ensino básico. Acesse na íntegra: <http://www2.eca.usp.br/mecom/>.

sujeitos dentro de um contexto de espaço e tempo, determinados social e historicamente. Por conta disso, entende-se como fundamental identificar os discursos presentes nas sociedades e, principalmente, nas mídias, sendo elas responsáveis por criar uma grande gama das representações de ideias presentes nos grandes centros, irradiando suas ideologias ao senso comum. Carvalho (2008) aponta para o fato de que a

(...) democracia precisa evoluir da democracia ditada pela mídia para a mídia a serviço da democracia. Pois, se na democracia da mídia o poder está associado à comunicação massiva (marketing), na mídia a serviço da democracia, a comunicação proporciona maior poder de decisão à sociedade. (CARVALHO, 2008, p. 218)

É importante destacar que a realidade, assim como a verdade, é uma ideia ou teoria construída a partir de elementos conceituais ou subjetivos — não baseados em evidências empíricas —, é uma estruturação que se fundamenta de acordo com ideologias defendidas e materializadas por meio de discursos. A educação para os meios tem a incumbência de estabelecer o debate e a construção de um saber e não uma transmissão unilateral ou um depósito de conhecimentos, como diria Paulo Freire. A liberdade de expressão tão benquista pela mídia deve ser acessível aos dois lados. Carvalho diz em seu texto que

Ao educar a sociedade no acesso às redes de informação, os governos evitarão que a globalização — até agora veículo da concentração do conhecimento e do desenvolvimento científico — acentue ainda mais as desigualdades sociais (...) (CARVALHO, 2008, p. 224).

O sujeito cidadão deve ter o direito de aprender a conhecer os mecanismos que sustentam as produções midiáticas e, assim, poder se posicionar diante do processo de forma democrática. Entender os processos é um dos primeiros passos da ação, se não o primeiro.

A educação para os meios deve ter o objetivo de superar a tendência de olhar e entender a mídia como apenas um entretenimento. Há a necessidade de investir em ações participativas e na conscientização para a visão crítica, tendo que a grande maioria das mensagens midiáticas são construídas por meio de discursos que defendem ideologias favoráveis a determinados grupos de interesse. Soares aponta, então, que nesse contexto o conceito de educomunicação coloca como missão própria facilitar o entendimento dos mecanismos base da produção dos meios, tornando possível que o conhecimento dos padrões, características e natureza de suas mensagens resultem “no poder de uso (capacidade de produção midiática alternativa), em

função dos projetos de interesse da comunidade educativa, da disseminação da ciência, assim como do tratamento dos diferentes conteúdos curriculares". (SOARES, 2012, p. 69).

Segundo Santaella (1996, p. 330), não há linguagem pura, livre de viés ideológico, "toda linguagem é ideológica porque, ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata". Toda mensagem que recebemos é intermediada por camadas de interpretação e, por conta disso, não há como acessar a ideia do real de forma pura. Sendo esse processo singular de cada indivíduo, mas que também exibe sinais de reconhecimento social, possibilitando então a formação de acordos e pactos que compartilham dos mesmos critérios de organização.

A linguagem que falamos, o sistema de sinais que emitimos, a miríade de traços, escolhas, omissões e partilhas de que somos compostos, falam de nós. São indicadores de nossa posição peculiar na rede tensa das tendências políticas. Não há linguagem possível, consequentemente, que não seja um feixe indicial de tensões políticas. (SANTAEILLA, 1996, p.331).

A linguagem é um campo de luta que trabalha entre diferentes tensões geradas pelas diferentes ideologias defendidas. No campo midiático, esse sistema se intensifica e, por conta disso, apenas entendendo os processos de produção, veiculação e formas de atingir o público é possível construir conhecimento e agir de forma efetiva.

A ideia de uma prática Educomunicativa ideal seria buscar contribuir para uma nova forma de ensino que faça os indivíduos refletirem sobre a cultura dos meios de comunicação, entendendo como buscar informação em várias fontes, diferentes das habituais, buscando seus contextos e também, dentro de si, como aquilo repercute a partir da própria história. A educomunicação propõe uma modificação de comportamentos que tenha efeito duradouro e em constante progresso, pretende estimular os diferentes olhares às diferentes formas de mídia. Compreende-se, então, a educomunicação como uma base educacional para o desenvolvimento de uma leitura crítica dos meios pelos indivíduos. Mogadouro (2011) aponta que a educomunicação surge, entre outras influências, exatamente da corrente que se chamava "leitura crítica dos meios", hoje sendo nomeada de "leitura crítica da mídia", em que se defende a existência de um papel de auxiliar os estudantes a conhecer a linguagem e a gramática audiovisual, para formar sujeitos críticos diante das mensagens midiáticas, além de também compreender o receptor como sujeito ativo, que trabalha e negocia os sentidos em suas experiências pedagógicas e culturais.

Para pensar em análise de discurso precisa-se, primeiramente, entender que as palavras são frutos da história e suas convenções sociais. Assim sendo, é imprescindível entender os valores que os signos trazem dentro da subjetividade humana, perceber o que Freire (2003) nomeou de palavra-mundo<sup>10</sup>.

A leitura da palavra é sempre precedida da leitura do mundo. E aprender a ler, a escrever, alfabetizar-se é, antes de mais nada, aprender a ler o mundo, compreender o seu contexto, não numa manipulação mecânica de palavras, mas numa relação dinâmica que vincula linguagem e realidade. (FREIRE, 2003, p. 7).

A palavra-mundo engloba o mundo externo com o que é o mundo interno do ser humano. Por isso, nenhuma forma de interpretação de qualquer categoria de leitura, seja visual, auditiva ou audiovisual é igual para ninguém, pois cada um tem uma experiência interna e externa que é somada ao consumo daquele produto. Freire afirma que a “leitura do mundo precede a leitura da palavra” (FREIRE, 1997, p. 8), ou seja, o apoio na realidade vivida é a base para qualquer construção de conhecimento.

Seguindo esse pensamento, é factível, a partir das ideias de Vygotsky (2004), compreender como o pensamento é formado dentro de um processo social, considerando que linguagem e pensamento possuem uma relação de construção mútua da subjetividade. “A realidade só tem existência para os homens quando é nomeada. Os signos são, assim, uma forma de apreender a realidade. Só percebemos o mundo que a nossa língua nomeia” (FIORIN, 2007, p. 56). Vygotsky (2004) entende que há uma interdependência entre pensamento e linguagem. Alega que não há conceito abstrato sem a palavra, visto que ela é o signo mediador. Sendo assim, o desenvolvimento do pensamento é estabelecido pela linguagem, isto é, pelos instrumentos linguísticos do pensamento e pela experiência sociocultural. Pensando no caso da música, a percepção se desenvolve em iminente relação a outros processos psicológicos e emocionais, como a memória, as sensações, o físico, o humor, as experiências pessoais, além também do pensamento e da linguagem. As características diferenciadoras que aparecem na percepção, ao longo de seu desenvolvimento, podem ser explicadas apenas pelo que o autor

---

<sup>10</sup> A Palavra-mundo refere-se a uma prática alfabetizadora fundada no treino da curiosidade e na assimilação do significado e sentido existencial da palavra, no mundo e na vida cotidiana de cada pessoa, mais especificamente no contexto escolar com o educando.

denomina “sistemas psicológicos”, que seriam novas formações complexas das funções mentais.<sup>11</sup>

Compreende-se então que linguagem e realidade se prendem dinamicamente. “O entendimento de qualquer tipo de texto a ser alcançado pela leitura crítica exige a percepção das relações entre o contexto do sujeito e o texto”. (FREIRE, 2003, p. 9). Para Vygotsky (2004), o processo de aprendizagem parte da troca que há entre o indivíduo e seu meio, assim, o indivíduo ganha conhecimento com base nessa relação de troca, e mesmo as características pessoais de cada um são fruto da construção da sua relação com o outro/outros. Para tanto, ele ressalta a linguagem como fator fundamental no processo de aprendizagem, já que é ela que faz a mediação do indivíduo com a cultura.

A escola é um espaço provedor de informação, em meio à sociedade digital na qual estamos inseridos. Cabe a ela auxiliar na atribuição de significados às informações, já que as tecnologias informáticas não substituem a relação docente-aluno, a qual possibilita o desenvolvimento de capacidades intelectuais e afetivas ao aluno, tornando-o mais reflexivo quanto ao que recebe e o que irá utilizar a partir disso (KWIECINSKI, BERTAGNOLLI, VILLARROEL, 2020, p. 14).

Assim, destaca-se a ideia da importância de uma educação voltada à leitura crítica da mídia como estímulo a uma geração que seja apta a pensar de forma coletiva, consciente do seu papel na sociedade e com visão crítica.

Para tal, faz-se indispensável exercitar o olhar crítico por meio da exposição às diferenças, percebendo o todo como construção de partes individuais, sendo cada uma necessária para a estruturação deste todo.

---

<sup>11</sup> No caso do videoclipe, é preciso considerar que ele carrega, e é, uma construção própria, tem uma lógica de filme, enquanto o filme tem um discurso próprio que usa elementos entre todas as combinações possíveis de música e imagem ao longo da história do audiovisual, mas ressaltando que no fim ele está a serviço de uma mensagem, é um produto comunicativo. O videoclipe tem como objetivo trabalhar e funcionar com a música, para que se destaque, que dialogue e que seja interessante para o público. É importante destacar que a letra da música está ligada e enfatiza o uso da cognição, a parte mais intelectual da música, mas a mesma não é feita apenas de “parte intelectual”. Posto isso, se o videoclipe é resumido apenas pela perspectiva da letra da canção para explicar o formato, perdem-se outros elementos tanto musicais (como desenho melódico, vozes, harmonia, ritmo etc.), como também ligados à fisicalidade (como a performance, a dança, expressão corporal etc.) e emocionais e psicológicos. Focando na ideia de um trabalho educativo com videoclipe seria possível então exercitar não apenas a parte cognitiva e racional, pois há uma interface para trabalhar fisicalidade, o movimento, o corpo, o sentir, mas também aspectos mais sensoriais a partir do que o videoclipe propõe, sem necessariamente seguir a letra expressivamente como elemento principal, colocando-a no mesmo patamar que os outros elementos, pensando na multimodalidade do videoclipe. Em um contexto de um grupo de trabalho que não sabe ler e escrever, por exemplo, ainda existem possibilidades de trabalho com o videoclipe partindo de uma perspectiva Educomunicativa.

### **1.3 Cultura audiovisual e produção midiática**

Segundo Geertz (1989), a cultura é a própria condição de existência do ser humano, consequência que parte de um processo contínuo em que os sujeitos dão sentido à sua atuação. Acontece na mediação feita entre os indivíduos e suas relações, na criação de significados e sentidos. Há a incorporação de símbolos que se materializam em comportamentos através dessas trocas, melhor dizendo, essa coleção de significados é criada nas relações e são passadas ao longo da história. Assim, podemos apontar que sem a humanidade não haveria cultura, da mesma forma que não haveria cultura sem a humanidade.

(...) essas relações não são percebidas exatamente como tais; elas só são apreendidas através da mediação de formulações culturais sobre elas. Sendo formuladas culturalmente, seu caráter preciso difere de uma sociedade para outra, como difere o inventário dos padrões culturais existentes; ele difere também de situação para situação dentro de uma única sociedade, como padrões diferentes entre a pluralidade dos padrões existentes que são considerados suficientemente satisfatórios para serem aplicados. (GEERTZ, 1989, p.154).

Geertz (1989) propõe olhar e pensar as culturas como se fossem textos. Essa ideia veio de sua desilusão com a ciência, já que a seu ver as leis da ciência ajudam a entender o movimento dos planetas, mas não as culturas. Ele define por símbolo qualquer acontecimento, objeto, ato ou relação que traz significado e que para entender o homem e a cultura é necessário interpretar essa teia de significados, sendo a Arte uma parte dessa teia. Para tal, é necessário relacioná-la a experiências que já são familiares.

Cultura é, então, uma existência com potência, ação e medidas a partir de si mesma. Ou seja, a cultura faz o homem, e não o homem faz a cultura. Segundo esse raciocínio, comprehende-se que a cultura coordena a mente humana.

[...] a cultura que é mais bem vista não como complexos de padrões concretos de comportamento- costumes, usos, tradições, feixes de hábitos, como tem sido agora. Mas como um conjunto de mecanismos de controle- planos, receitas, regras, instruções (o que os engenheiros de computação chamam (“programas”). (GEERTZ, 1989, p.56.).

O homem é incapaz de criar cultura sozinho, os signos compartilhados são provenientes de um resultado do meio em que foi socializado. Seria um encadeamento acumulativo de ideias, atos e sentimentos que são adquiridos e repassados para as gerações seguintes. Logo, a cultura

não deve ser analisada apenas como herança genética, mas como a real determinação de comportamento do homem inserido em uma comunidade. A cultura é um processo feito por meio da aprendizagem ocorrida na socialização, em que se dá o acúmulo de signos e significados, logo, o fenômeno cultural é decorrente de relações comunicacionais.

Segundo Lévi-Strauss, a cultura pode ser compreendida 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 e 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). A cultura da mídia performa então a união entre produtos e processos, textos e contextos identificando e problematizando as formas de uso dos produtos midiáticos.

A vivência cultural é expressa de diferentes formas, sendo uma bastante presente na atualidade a “cultura audiovisual”, da qual todos fazemos parte e partilhamos na medida em que a sociedade contemporânea está definida fundamentalmente a partir do que é mostrado pela mídia.

Será usada como base para esta discussão, minha experiência de estágio no projeto Rede Brazucah da produtora Brazucah Produções Ltda.<sup>12</sup>, que se trata de uma formação para aprendizado e olhar crítico de ferramentas audiovisuais e midiáticas para estudantes e educadores, unindo cinema e educação. A Formação de Audiovisual e Mídias Sociais da Rede Brazucah 2021 consiste em um curso formativo de 80 horas com emissão de certificado para alunos, a priori, do nono ano e do Ensino Médio e uma mostra de cinema online com os trabalhos produzidos pelos alunos no final do curso. A formação se dá na gestão das mídias sociais e na produção de conteúdo audiovisual a partir do empoderamento das ferramentas de comunicação e informação dos participantes, com o objetivo de possibilitar o protagonismo social. O curso contou com oitenta vagas, sessenta delas destinadas a alunos da rede pública de ensino de São Gonçalo do Amarante (CE) por meio da Lei de incentivo à cultura<sup>13</sup> (Brasil,

---

<sup>12</sup> A Brazucah Produções surge inicialmente como marketing de guerrilha de filmes nacionais. O trabalho era feito por jovens que saíam às ruas para divulgar os filmes escolhidos da vez, trabalho que hoje é feito através das redes sociais. A produtora Brazucah Produções Ltda. tem como objetivo o desenvolvimento de projetos culturais com foco em cinema brasileiro e sua democratização, funcionando a partir de parcerias com organizações, empresas e marcas privadas.

<sup>13</sup> As leis podem ser vistas na íntegra em: <http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br> e [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm).

1991) com patrocínio da EDP<sup>14</sup>, em que as escolas participantes do projeto foram selecionadas pela prefeitura da cidade, além de mais 20 vagas para alunos da Etec de Artes (SP)<sup>15</sup>, selecionados pela diretoria da escola. A meta era formar, no mínimo, quarenta participantes, uma vez que a modalidade de educação a distância, em geral, registra uma grande evasão. Durante todo o período de estágio foram realizadas atividades como: participação em reuniões com patrocinadores e Prefeitura de São Gonçalo do Amarante; contato com os alunos selecionados, organizando assim as inscrições dos participantes no curso; apoio na organização geral do semestre e plano de aulas; contato com os diretores e coordenadores de cada escola selecionada pela prefeitura; disponibilidade para esclarecer eventuais dúvidas dos alunos (apoio constante); organização e controle interno de participação dos alunos e apoio ao professor durante as aulas.

Também usaremos o livro de Moletta (2014), no qual é descrito um projeto ocorrido na escola do próprio autor, com o objetivo de inserir o Cinema no processo de ensino-aprendizagem de forma interdisciplinar e aproximar o público estudantil do universo audiovisual, buscando estimular o protagonismo. Moletta (2014) traz a ideia de simplificar o processo de aprendizado audiovisual acadêmico indicando a viabilidade de se produzir curtas-metragens de uma forma acessível, se utilizando de aparelhos tecnológicos que a maioria dos jovens usava regularmente, como celulares, câmeras e notebooks.

Por mais que o projeto não se autoproclame educomunicativo, ele conversa muito com o que este trabalho tem a discutir e propor, e servirá como exemplo de possibilidades práticas. Ainda há a necessidade de se investigar e construir uma metodologia específica sobre uma área que não está totalmente estudada pela perspectiva educomunicativa, para depois focar especificamente na cultura audiovisual do formato videoclipe. A relação audiovisual/educação será vista a partir de um olhar educomunicativo, observando as vivências mencionadas, em

---

<sup>14</sup> A EDP é uma subsidiária da empresa portuguesa EDP Portugal, de produção, distribuição e comercialização de electricidade e comercialização de gás.

<sup>15</sup> A Escola Técnica Estadual (Etec) é um programa governamental que objetiva a formação de profissões de nível técnico, no caso da Etec de Artes os cursos disponibilizados são Canto; Dança; Design de Interiores; Habilitação Profissional de Técnico em Eventos; Paisagismo, Processos Fotográficos e Teatro. Segundo o site da Etec, a unidade tem como objetivo: “Promover a educação por meio das linguagens artísticas para formar profissionais com amplos conhecimentos científicos, tecnológicos, humanísticos e especialmente artísticos. Desenvolver habilidades e adquirir competências de modo a atender às necessidades da sociedade e do mundo do trabalho dentro do universo das Artes de modo sistemático e permanente. Buscar o aperfeiçoamento dos processos de ensino-aprendizagem que garantam a competência profissional e o exercício efetivo da cidadania dos educandos das áreas artística e cultural.”.

busca de indicações para construir a relação entre os dois campos em um caminho mais igualitário e interdisciplinar.

A questão importante a ser ressaltada aqui é entender qual é realmente o espaço que o audiovisual, mais especificamente o formato videoclipe, entendido como cultura e linguagem artística, pode ocupar na educação formal. Segundo o MEC (Ministério da Educação), a educação formal é aquela que ocorre nos sistemas de ensino tradicionais, desenvolvida nas escolas; o ensino não formal corresponde às iniciativas organizadas de aprendizagem que acontecem fora dos sistemas de ensino; enquanto a informal e a incidental são aquelas que ocorrem ao longo da vida, desenvolvida fora dos estabelecimentos de ensino ou que acontece sem planejamento. Normalmente, é uma forma de educação que ocorre em lugares de atividades culturais, com a família, amigos ou grupos de interesse comum. Essa é uma longa conversa, e há diversas opiniões e teorias entre os autores que discutem este campo. Para tanto, usaremos o debate entre Ghanem (2008) e Trilla (2008), em que os autores discorrem sobre os diferentes aspectos que contemplam essas duas perspectivas de práticas educativas (educação formal e não formal), investigando e examinando aspectos históricos, sociais e políticos. Estes pontos e contrapontos criados pelos autores demonstram a importância da colaboração e da complementaridade entre a educação formal e a não formal, na busca de uma educação mais justa e democrática. Para Trilla (2008), a educação não escolar sempre existiu. Mas a partir do século XX, quando a escolarização foi se espalhando, a predicação pedagógica se concentrou progressivamente na escola. O autor também aponta que

“Essa instituição foi alcançada a paradigma de ação educativa a tal ponto que o objeto da reflexão pedagógica (tanto teórica quanto metodológica e instrumental) se foi limitando mais e mais a ela, até produzir uma espécie de identificação entre ‘educação’ e ‘escolarização’” (TRILLA, 2008, p. 17).

Para ele existem cinco pontos a serem considerados em relação à perspectiva pedagógica polarizada em torno da escola: 1) a escola é uma instituição histórica, e foi e é funcional em certas sociedades, mas o que é mais importante em qualquer sociedade é a educação; 2) A escola é um momento do processo educacional, mesmo em sociedades escolarizadas, no qual coexistem diversos mecanismos; 3) Os processos educativos globais do sujeito e os efeitos produzidos pela escola não podem ser analisados de forma independente das questões e intervenções educativas não escolares, e inclusive processos educativos realizados fora do espaço escolar podem contribuir em sua melhoria; 4) O marco institucional e

metodológico da escola não é sempre o melhor para atender a todas as demandas educacionais, sendo que a estrutura escolar coloca limites que devem ser reconhecidos; e 5) Da questão quatro surge a necessidade de criar, paralelamente à escola, outros meios e espaços educacionais.

Em relação à educação formal, Ghanem (2008) aponta que ela ainda é muito recente na história humana, porque o caráter formal de educação acontece principalmente por “um conjunto de mecanismos de certificação que formaliza a seleção (e a exclusão) de pessoas diante de um mercado de profissões estabelecido, que só começou a se configurar há cerca de 250 anos” (GHANEM, 2008, p. 60). Se acentuou a aproximação da escolarização e da economia na Europa na segunda metade do século XIX e intensamente, cem anos depois, em outros continentes. A educação formal atrelada à “instituição” escolar foi então reconhecida, promovida e financiada formalmente pelo Estado, passando a estar no centro das ideias educacionais, no espaço público, atendendo como modelo a outros processos educacionais, acarretando então em se tornar quase que exclusivamente objeto da formulação e implementação de políticas educacionais. Para o autor, “o Brasil é um exemplo, dentre os muitos países nos quais a separação entre educação formal e não-formal é estanque e nítida” (GHANEM, 2008, p.61), devido não apenas à acurada regulamentação legal da educação formal em contraste com a não-formal, como também pelo acentuado alheamento das duas. Ghanem (2008) aponta que a educação não-formal, por sua vez, supõe que “a intenção de estender a educação e, por isso, a maioria da população que atinge é de pessoas menos incluídas no sistema escolar convencional, ainda que não esteja dirigida a determinados grupos de idade, sexo, classe social, habitar urbano ou rural etc.” (GHANEM, 2008, p.71). Para Trilla (2008), o conceito mais totalizante para interpretar os contemporâneos e possíveis atributos da educação não-formal seria a de 'educação permanente'. Ele entende que os motivos e o marco ideológico da educação permanente são os mesmos que fundamentam o surgimento do discurso sobre a educação não-formal, que desenvolve e potencializa meios e é apenas resultado necessário da pretensão de pôr em prática o significado da educação permanente, entendendo que tal significado é proveitoso para amparar também a educação formal, e mais ainda, para fundamentar a importante combinação entre educação não-formal e formal. Em relação à união entre as duas formas educacionais, Ghanem (2008) ressalta que

Se o sistema escolar convencional e a educação não-formal se contrapõe ou no máximo chegam a reforçar-se ou se complementar, sua combinação em um sistema que ultrapasse a educação escolar e o integre proveitosamente com as demais práticas educacionais requer alterar os dois campos na medida mesma em que se busque que cooperem energeticamente. Vale dizer que esse caminho só poderá ser percorrido pela

luta por política educacional de grande amplitude, na qual se elabore a própria política educacional, instalando-se relações democráticas dentro e fora do Estado, e entre este e a sociedade civil. (GHANEM, 2008 p. 87)

Voltando a discussão sobre audiovisual na educação, baseado na pesquisa de Mogadouro (2011), entende-se que, em geral, o cinema é usado como forma de “ilustração” dos conteúdos da sala de aula, desperdiçando a dimensão artística e criativa da produção cultural, que tem potencial para práticas educativas, humanistas e dialógicas. Para a autora, o cinema e a educação se relacionam há muito tempo, mas nem sempre é uma relação afável ou igualitária. Setton (2010), ao tratar do fenômeno midiático na educação, define “mídias” por “todo o aparato simbólico e material relativo à produção de mercadorias de caráter cultural. Como aparato simbólico, considero o universo das mensagens que são difundidas com a ajuda de um suporte material como livros, CDs, etc.” (SETTON, 2010, p. 7). Ou seja, alguma produção cultural feita de forma industrial, sistematicamente veiculada pelas organizações dos campos fonográfico, televisivo, editorial, radiofônico, cinematográfico, publicitário etc., pelos quais ocorre a maior circulação de referências de ideias e referências de comportamento.

Discutir leitura e leitores é um desafio permanente dos educadores, mas também dos comunicadores. Numa sociedade imagética, tecnológica, em que os estímulos da mídia e do mundo audiovisual dominam o cotidiano da escola e da sociedade, mais do que nunca é essencial a atuação conjunta de tais profissionais para uma leitura crítica do mundo. As mídias sociais possibilitam e ampliam o acesso à informação, mas o simples acesso, sem apropriação e cognição, não gera sentido, aprendizado e reflexão.

Segundo Martín-Barbero (2014, p. 121), “Estamos passando de uma sociedade com sistema educativo para uma sociedade do conhecimento e aprendizagem contínua”. A ideia do autor é necessária para apontar a reflexão sobre a prática educomunicativa no auxílio para a escola enfrentar seus problemas. O autor adverte que o modelo tradicional de educação, em que a escola se dá como detentora única do conhecimento, já não faz mais sentido, pois atualmente destaca-se um formato educativo do aprender que amplia a forma de ver o mundo por diversos ângulos. Antigamente a informação era entendida como “posse” da escola, mas hoje o paradigma mudou, as informações se multiplicaram e tornaram-se acessíveis a quase todos. No que diz respeito a essas mudanças de distribuição da informação, Pereira (2007) compartilha desse ponto de vista ao afirmar que tais mudanças envolvem as formas de produção de consumo, ideias, imagens e representações sociais, propaganda e mídia, influenciando o modo

como os jovens se relacionam, entendem, consomem e criam hipóteses sobre si próprios e os fenômenos sociais que acontecem, incorporando-os. “Ser jovem em um mundo conectado é viver uma experiência historicamente inédita” (PORTES; GONÇALVES, 2008, p. 8).

Sendo assim, o papel central da escola seria preparar estes indivíduos para lidar com os múltiplos discursos e informações bombardeadas diariamente, pois, segundo Barbero (2014), “as tecnologias não são neutras, mas constituem hoje enclaves de condensação e interação de mediações sociais, conflitos simbólicos e interesses econômicos e políticos, pelo que elas fazem decisivamente parte das novas condições de narrar.” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 111).

A capacidade para lidar com diversas narrativas sobre um mesmo fato também deve ser uma preocupação da escola contemporânea, uma vez que a evolução das mídias trouxe a aceleração e fragmentação das narrativas e uma experiência de fluxo transborda os limites dos gêneros. (MARTÍN-BARBERO, 2014).

Hoje os jovens têm uma maior facilidade para o uso de ferramentas de produção audiovisual do que se teria há apenas cinco anos. Como, por exemplo, hoje a rede social Tik Tok<sup>16</sup>, que se trata de um aplicativo estritamente voltado para vídeos em que se edita o conteúdo audiovisual na própria plataforma, está entre as dez redes sociais mais usadas no Brasil, principalmente por uma camada jovem da população. O que esta rede é e como é usada hoje está longe de conversar com produções educomunicativas, mas pensar que se editam vídeos como nunca antes é um ponto simultaneamente interessante e preocupante. Poderíamos então pensar numa possível ressignificação da rede a partir do que ela pode nos oferecer, já que o Tik Tok em si não representa uma desconstrução ligada à leitura crítica, pelo contrário. Mas há a possibilidade de transformá-lo em um vetor de discussão, como partir dele para fazer algo educativo, tornando-se educomunicativo. Pode-se observar este exemplo e pensar um modelo alternativo, gerando, assim, novas formas de lidar com a mídia criada com intuições mercadológicas. Como todas as outras mídias, o modo de uso pode ser muito criativo ou pode

---

<sup>16</sup> O aplicativo TikTok foi criado em 2016 pela startup chinesa ByteDance e tornou-se, em 2020, o aplicativo mais baixado na App Store estando entre as dez mídias sociais mais acessadas no mundo, com mais de 800 milhões de usuários ativos. Segundo o jornal *Exame*, o Brasil é o segundo país que mais usa TikTok no mundo, atrás da China que está em primeiro lugar (Lucas Agrela, 2021). De acordo com dados da mais recente da pesquisa TIC Domicílios, mostra-se que 46% dos adolescentes brasileiros de 10 a 17 anos já possuem uma conta na rede TikTok. Os especialistas concordam que vídeos de poucos segundos são a tendência entre os mais jovens e que ainda não se sabe dos efeitos futuros na saúde e na educação devido a esta forma de consumo audiovisual. (TERRA, 2022). A plataforma anunciou em outubro de 2021 que alcançou a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês ao redor do mundo. Esta soma não inclui os números do Douyin, versão do aplicativo na China que é “completamente separada” do app ocidental, segundo a empresa. A empresa Insider Intelligence, apontou que o TikTok pode se tornar a terceira maior rede social do mundo em 2022. A revista *Forbes* aponta em seu artigo sobre a rede que o TikTok toma o lugar do Google e é o site mais visitado em 2021.

cair apenas no uso ilustrativo e/ou comercial, sendo este o ponto de entrada da educomunicação. Podemos então pensar através deste prisma e da ideia de Mogadouro (2011) de que o cinema é parte da cultura da humanidade, além de ser uma linguagem, e por isso faz parte da cultura simbólica, devendo então ser abordado e incluído pela escola em seu currículo. A propriedade sobre a linguagem audiovisual enquanto comunicação e negociação de sentidos faz parte da formação do sujeito social.

O “fazer“ cinema é um cenário que está ganhando cada vez mais espaço na educação formal e hoje o fator equipamento apresenta outra condição, diferente daquela de dez anos atrás, em que escolas possuindo aparelhos ligados ao audiovisual como TV, DVD, câmeras digitais de fotografia, softwares de edição eram consideradas uma revolução e um privilégio. Atualmente a conjuntura que se dá é a de uma geração que nasceu com o fenômeno da disseminação da Internet já existente e que usa aplicativos como o Tik Tok, consumindo e produzindo vídeos diariamente, seja nas redes sociais, seja no YouTube, seja para fazer o dever de casa.

O mencionado projeto Rede Brazucah se dá a partir de parcerias entre entidades do terceiro setor com empresas e marcas privadas e organizações públicas como o Centro Paula Souza<sup>17</sup>, e a própria prefeitura de São Gonçalo do Amarante (CE), com o objetivo de oferecer aos alunos da rede pública oficinas audiovisuais no contraturno das aulas. Naquele contexto, foram trabalhadas ferramentas práticas e passados aos alunos conceitos sobre audiovisual e os diferentes desdobramentos da comunicação na sociedade a partir da construção de um ambiente seguro, em que os alunos pudessem se sentir à vontade tanto com suas dúvidas, quanto com suas ideias sobre diferentes assuntos. Havia um cuidado para que todos os comentários fossem acolhidos e colocados em panorama, criando um ecossistema comunicativo, fator que acabava levando o percurso da aula para caminhos diferentes daqueles pensados inicialmente, havendo, assim, uma fluidez entre os alunos, professor e percurso pedagógico.

---

<sup>17</sup> O Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza é uma autarquia do governo do estado de São Paulo vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo, que administra as 220 Escolas Técnicas e as 66 Faculdades de Tecnologia do estado.

As atividades propostas pela Rede Brazucah têm em sua base o intuito de contribuir com o cumprimento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável<sup>18</sup>, abordando questões relacionadas à

- saúde e alimentação;
- uso da Tecnologia da comunicação e informação;
- proporção igualitária entre os gêneros na participação do projeto, sensibilizando e conscientizando os participantes para a importância da igualdade de gênero;
- capacidade de geração de energia renovável por meio das sessões de cinema realizadas pelo Cinesolar<sup>19</sup>;
- o objetivo de estimular os participantes a desenvolverem empreendimentos gerando renda local a partir dos conhecimentos adquiridos;
- fomentar a inovação através da formação dos jovens no uso dos equipamentos de comunicação e informação;
- promover a inclusão digital, social, econômica e política de todos os participantes através do estímulo às práticas democráticas;
- abordar de forma temática o consumo consciente no decorrer das oficinas;
- trabalhar com a temática do desenvolvimento sustentável, entre eles a conscientização para questões relacionadas às mudanças climáticas;
- estimular a redução da violência local através da criação de ecossistemas comunicativos que possibilitarão à comunidade gerir os conflitos a partir de redes comunicacionais propiciadas pelo projeto, partindo dos princípios da cultura de paz.

Durante o curso de Formação de audiovisual e mídias sociais na Rede Brazucah foram trabalhadas com os jovens as seguintes temáticas:

- Princípios comunicacionais a processos culturais e cultura local;
- Comunicação não violenta e cultura de paz;
- Democratização dos meios de comunicação;

---

<sup>18</sup> Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são um conjunto de 17 metas globais estabelecidas pela ONU (Assembleia Geral das Nações Unidas). Eles representam um plano de ação global para eliminar a pobreza extrema e a fome, oferecer educação de qualidade ao longo da vida para todos, proteger o planeta e promover sociedades pacíficas e inclusivas até 2030.

<sup>19</sup> O Cinesolar é um cinema itinerante que utiliza de energia solar para realizar exibições de filmes ao redor do Brasil, unindo arte e sustentabilidade. O projeto foi criado em 2013 e já percorreu o país. O projeto conta com um furgão equipado com placas solares capazes de gerar a energia responsável pela estrutura de exibição, desde projetor a sistema de som.

- Protagonismo juvenil;
- Reconhecimento do território;
- Introdução à linguagem audiovisual;
- Introdução ao micro documentário;
- Técnicas de captação, montagem e finalização;
- Fundamentos do documentário e do jornalismo;
- Produção do audiovisual na era da internet;
- Princípios das Mídias sociais;
- Fundamentos da sustentabilidade;
- Introdução aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ONU);
- Diferentes dimensões do desenvolvimento (ambiental, econômico, social, político, tecnológico e cultural).

A escolha das temáticas trabalhadas e desenvolvidas não se referirem apenas à prática audiovisual, se dava exatamente para compor a complexidade da mensagem, que pode ser criada a partir de um produto comunicacional audiovisual, como o videoclipe, por exemplo. Tais aspectos edocomunicativos que o curso carregava geraram para os alunos, ao fim do curso, uma ampliação de visão geral sobre comunicação, não apenas sobre ferramentas práticas, comerciais ou afins.

Entende-se nesta pesquisa que a produção audiovisual é fundamental para ampliar a capacidade de expressão das crianças e jovens e, por conta disso, há também a necessidade de ensinar as consequências que se pode ter com mensagens transmitidas. Dentre as áreas de intervenção das práticas edocomunicativas definidas pelo Núcleo de Comunicação e Educação da USP (NCE-USP) encontra-se a “A Área da Mediação Tecnológica na Educação”, que, segundo Soares, é a área voltada para:

[...] (os) procedimentos e as reflexões sobre a presença das tecnologias da informação e seus múltiplos usos pela comunidade educativa, garantindo, além da acessibilidade, às formas democráticas de sua gestão. Trata-se de um espaço de vivência pedagógica muito próximo ao imaginário da criança e do adolescente, propiciando que não apenas dominem o manejo de novos aparelhos, mas que criem projetos para o uso social das invenções que caracterizam a Era da Informação. Esta área aproxima-se das práticas relacionadas ao uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), sempre que entendidas como uma forma solidária e democrática de apropriação dos recursos técnicos (SOARES, 2011, p. 48).

Pensando então na importância de ensinar não apenas as ferramentas práticas, sem entendimento de contextos e procedimentos mais profundos, podemos comparar à ideia de uma escola que ensina um vocabulário mínimo e, assim, passa-se a dominar o código, mas não a linguagem, a qual inclui o aspecto cultural.

A partir dos dados coletados durante a inscrição dos estudantes no curso de formação audiovisual Rede Brazucah, destacou-se que todos eles possuíam, pelo menos, um celular dentro de casa, fosse próprio ou não. Já computadores ou notebooks eram muito poucos, enquanto apenas um aluno não tinha televisão em casa. De 39 estudantes participantes, 35 já haviam realizado edição de fotos e 28 edições de vídeo. Esse é um número bastante surpreendente, que nos mostra um aspecto já notado anteriormente: hoje o acesso e a prática da juventude atual com as tecnologias está muito mais avançado e presente em suas vivências do dia a dia. Havendo crianças e jovens já imersos nesse fluxo constante de aprendizagem, criação e compartilhamento audiovisual, não haveria porque não utilizar tais recursos e orientar olhares para as consequências do que se consome e se produz no mundo.

Observei ao longo do curso que a cada aula e exercício proposto aos alunos seus sentidos e entendimentos se expandiram para novas compreensões de leitura crítica e mensagem. Como quando trabalhamos o curta *Ilha das Flores*<sup>20</sup> de Jorge Furtado, em que os alunos assistiram ao curta documentário e fizeram uma análise do que havia sido compreendido e chamado mais sua atenção. Os alunos então relataram e opinaram estabelecendo uma discussão sobre a pobreza e o sistema, além de também ressaltarem a forma como havia sido pensada a narrativa, roteiro e cortes. Após a discussão, foi exibido o filme *Ilha das Flores: depois que a sessão acabou*<sup>21</sup>. Os alunos demonstraram choque e preocupação. Naquele momento eles compreenderam que mesmo com intenções positivas, pode haver resultados negativos. O cuidado que se deve ter com o que se transmite é grande. Também perceberam a importância de colocar como foco e em protagonismo quem realmente vive e pode contar a própria história, sendo muito delicado

---

<sup>20</sup> O curta apresenta a trajetória de um tomate, desde a colheita ao descarte por uma dona de casa, até a chegada ao lixão de uma ilha, onde crianças supostamente disputavam alimentos que não eram nem comidos pelos porcos. Tem o objetivo de discutir sistema capitalista, pobreza, fome, ausência de políticas públicas, entre outros.

<sup>21</sup> O curta-metragem *Ilha das flores: depois que a sessão acabou*, produzido pelo O Editorial J, buscou investigar o legado da produção que ganhou prêmios nacionais e internacionais pela linguagem inovadora e a crítica social indo até local onde o curta-metragem *Ilha das Flores* ocorreu, a Ilha dos Marinheiros (RS), sendo feito através de entrevistas e conversas com os moradores que foram personagens do filme há 22 anos. O documentário apresenta um aspecto diferente daquele gerado pelo documentário de Jorge Furtado na população da Ilha, em que pessoas comuns trabalhadoras foram solicitadas a participar do filme gravando a cena comendo resto de comida no lixão e após tanta repercussão foram vistas e colocadas como pessoas sem higiene, o que acarretou na perda de seus empregos nas cidades vizinhas.

e necessário ter o dobro do cuidado ao se criar narrativas, principalmente no gênero documental, sobre os outros.

Todos os exercícios propostos tinham como ponto de partida transformar o aprendizado audiovisual acadêmico em um processo mais lúdico, simples e direto, observando e usando a relação que os jovens já haviam estabelecido com a tecnologia e a comunicação e o uso que já fazem dos recursos midiáticos disponíveis. Observar os exercícios dos alunos foi muito interessante e percebemos pelos resultados e relatos que os alunos não imaginavam tamanha dificuldade em construir narrativas bem consolidadas e éticas, por exemplo. Quando foi dada a aula em que falamos sobre planos, cortes e cena sugerimos um exercício em que construíssem apenas com fotos o processo de preparação de um café, como um passo a passo. E quando trabalhamos ângulos, elipse, figuras de linguagem, o exercício proposto se chamava “Objeto de faces”, em que precisavam escolher um objeto qualquer e tirar no mínimo 6 fotos diferentes desse mesmo objeto, mudando seu ângulo e o plano para buscar diferentes perspectivas. Os alunos ficaram maravilhados e assustados com a complexidade e o poder de visão de se criar usando apenas fotos ou como tornar mais interessante um mesmo objeto parado. Houve um aluno, por exemplo, que escolheu como objeto um carrinho de brinquedo pequeno, em que ele criou um cenário e fez suas fotos de tal maneira, se aproximando do objeto e brincando com as angulações, que acabou parecendo um carro de verdade, todos os alunos ficaram em “choque” com as possibilidades criativas. O educador destaca o processo de aprendizagem como uma forma de ressignificar o mundo, no qual os indivíduos vão ampliando a sua compreensão crítica da realidade à medida que a transformam. Dessa forma, a educação não está restrita ao campo teórico, mas é necessariamente um ato criador, de intervenção direta na realidade, em que educandos e educadores exercem plenamente a sua humanidade. Desse processo, resulta a criação da cultura no seu sentido mais amplo.

(...) a partir das relações do homem com a realidade, resultantes de estar com ela e de estar nela, pelos atos de criação, recriação e decisão, vai ele dinamizando o seu mundo. Vai dominando a realidade. Vai humanizando-a. Vai acrescentando a ela algo de que ele mesmo é o fazedor. Vai temporalizando os espaços geográficos. Faz cultura. (FREIRE, 1981, p. 43).

Pude perceber como essas atividades de práticas educativas livres, desenvolvidas em espaço não-formal, fortaleceram a eficácia da aprendizagem dos alunos, destacando aqui o fator da liberdade de aprendizagem e do comprometimento que cada aluno deveria ter consigo

mesmo, pois não haveria cobrança e estavam ali por vontade própria. Uma característica semelhante ao que é relatado no livro de Moletta (2014), em que há a descrição de como os alunos se empolgaram ao trabalhar, usando o tempo livre para a produção audiovisual, por serem protagonistas do próprio conhecimento e atuação, a partir do que haviam aprendido e o que estavam aprendendo na prática, buscando assim o melhor resultado. No livro, o autor narra que os alunos apresentaram seminários antes de escolherem o gênero do curta que iriam produzir, e que “depois da exibição do Sérgio, a turma começou a ficar ansiosa pelas outras apresentações, e o interesse pelo audiovisual só aumentou”, demonstrando como a própria pesquisa sobre cinema e suas possibilidades comunicativas gerou interessou nos alunos, pois no fundo tudo o que se quer, é comunicar. Ele conta no livro que “No intervalo das aulas, fomos até a biblioteca da escola para discutir o que cada um faria na equipe” demonstrando como o protagonismo gerou tamanho interessante a ponto de os alunos usarem o recreio para trabalhar.

No curso da Rede Brazucah os alunos foram colocados como protagonistas do trabalho, principalmente para com a produção do trabalho final, um curta-documentário no qual cada grupo<sup>22</sup> produziu, com apoio do professor e monitora, um documentário inteiro<sup>23</sup>, desde sua concepção, pré-produção, roteiro, entrevista, filmagem até exibição e apresentação ao público.

O produto da filmagem em uma oficina audiovisual é o vídeo, que pode ser de um minuto, de 20 minutos ou de uma hora: trata-se de uma narrativa audiovisual, feita com base em um roteiro, direção de fotografia, noção de enquadramento, edição, montagem, enfim, é um produto audiovisual que, para ser realizado, mobilizou uma equipe e desenvolveu algum domínio da linguagem audiovisual (MOGADOURO, 2011, p. 24).

Além de cada curta ser exibido na aula final para todos assistirem juntos e interagirem entre si, os documentários também tiveram espaço em mostra pública produzida pela produtora, na qual os filmes foram exibidos a um público aberto. Durante a experiência da exibição ao público, em que os estudantes deveriam rapidamente apresentar suas ideias e seus trabalhos, pudemos presenciar a importância do espaço de protagonismo para aqueles indivíduos em sua construção como seres e cidadãos autônomos, construindo suas identidades e ideias, se posicionando frente ao mundo. A cada fala feita pode-se observar a construção e propriedade

---

<sup>22</sup> A partir do levantamento de temas a serem abordados nos curtas por toda a sala, os grupos se uniram por interesses em comum.

<sup>23</sup> A escolha de gênero audiovisual partiu da própria organização do curso e os curtas foram todos produzidos de forma remota devido a pandemia do Covid-19.

interna criada ao longo do curso. No livro de Moletta (2014) descreve-se algo semelhante, no momento que os estudantes apresentam em uma exibição o curta à comunidade escolar, o professor da sala destaca em sua fala de apresentação sobre

a ideia de trabalhar o audiovisual na escola como forma de protagonizar o aluno em seu aprendizado e fomentar o desenvolvimento de suas habilidades técnicas e artísticas. Ele nos parabenizou pelo trabalho e disse que o público ia se surpreender com o resultado. Sendo assim, quando o curta acabou, os créditos começaram a subir e o silêncio nos causou um frio no estômago. Até que alguém começou a aplaudir e os aplausos logo se espalharam por toda a plateia. O alívio foi imediato. Nesse momento, a felicidade foi tanta (...). (MOLETTA, 2014, p.97).

Moletta conta, no final do livro, sobre a importância da oportunidade dada pelo professor, em que os estudantes receberam estímulo para criar uma obra audiovisual de forma autônoma, para buscar informações, aprender, pesquisar, experimentar, errar e acertar. “Essa experiência marcou nossa passagem pelo ensino médio”, diz ele. Demonstra-se assim o estímulo criado nos estudantes e a possibilidade de experimentar vivências práticas e criativas antes de partir para o universo do “mundo adulto”.

No caso dos estudantes da Rede Brazucah pude observar o amadurecimento da consciência crítica de todos os jovens, em que se plantou uma semente de olhares críticos, atentos para o que recebiam em seus celulares, televisores, ou qualquer outra mídia. No desenvolver das oficinas, presenciamos muitos abraços, choros, declarações e carinho pela construção horizontal do curso. Além de tudo, percebi como indicar diferentes perspectivas do mundo e da cultura acarretou em escolhas temáticas para os curtas de caráter extremamente social, político e inclusivo, sendo eles seis web-documentários produzidos sobre Intolerância religiosa, Demarcação de terras indígenas, Fake news, Isolamento de pessoas com deficiência física, Pessoas transexuais no mercado de trabalho e sobre A Importância da música para o Auditório Ibirapuera.

Os estudantes saíram do curso com mais vontade de pesquisar e produzir audiovisual, querendo entender a raiz dos problemas que haviam percebido ser “a ponta do iceberg”. Fato que o relato de Moletta (2014) mostra como os alunos mais engajados no projeto acabaram curiosamente seguindo rumos específicos, provavelmente por conta dessa experiência proporcionada pela vivência prática.

Diaulas Ulysses prestou vestibular e se formou em Comunicação (Rádio e TV). Realizou seus próprios curtas e documentários. (...) André Okuma também foi estudar cinema. Dirige e produz curtas e videoclipes para músicos e bandas independentes. (...) Cardoso continuou estudando fotografia e buscou formação na área de design gráfico. (...) Sérgio Pires estudou teatro, roteiro cinematográfico e filosofia. Tornou-se ator e dramaturgo. (...). Chegou a coordenar a escola de cinema na qual foi aluno da primeira turma. Alex Moletta e Simone Alessandra (...) atuam em projetos de iniciação cinematográfica. Ter a oportunidade de fazer arte não o tornará necessariamente um artista, mas por certo o transformará em uma pessoa melhor. Faça arte! (MOLETTA, 2014, p. 99)

Em relação ao processo de ensino-aprendizagem dos jovens, a ampliação da visão crítica e artística sobre o mundo e o espaço de protagonismo gerado ao estabelecer projetos como esses são dois dos pontos mais importantes a serem destacados. Ao serem responsabilizados a criar e produzir um produto audiovisual basicamente sozinhos, os estudantes, em ambos os casos, acabaram por “agarrar” as incumbências e tarefas relacionadas ao trabalho de forma amena, pois estavam fazendo aquilo por eles próprios e o resultado seria consequência de seus atos, sendo assim, a doação ao trabalho se deu de forma significativa.

## 2. VIDEOCLIQUE

Depois desta introdução trataremos a seguir dos aspectos históricos e técnicos da origem do videoclipe, contextualizando o gênero, abrangendo brevemente seu contexto histórico e como isso se reflete nos dias atuais, com foco em como os jovens consomem produtos referenciados nessa linguagem. Em seguida, falaremos sobre a temática “Som e Imagem”, em que discutiremos como estes dois fenômenos se unem no advento audiovisual e criam um novo sistema de comunicação, visualização, e compreensão de mundo. Muitos dos dados e informações vieram a partir do que foi discutido e trabalhado dentro da disciplina “Produção sonora-midiática e a construção de sentidos”<sup>24</sup>. Também será abordada a característica intrínseca ligada ao gênero videoclipe: a gama de possibilidades criativas. Que parte necessariamente do objeto música/canção e sua mensagem.

A juventude se transforma conforme os recortes de tempo e espaço se dão dentro do contexto cultural, pois as vivências mudam a cada momento e, consequentemente, as culturas se transformam, gerando hábitos, aspectos e condicionamentos novos que se estabelecem

---

<sup>24</sup> Na disciplina de ensino Superior “Produção sonora-midiática e a construção de sentidos”, do departamento de Relações públicas, propaganda e Turismo da Universidade de São Paulo (USP), ministrada por Guilherme Weffort, foram apresentadas as possibilidades de composição entre os campos do audiovisual, demonstrando a capacidade de mudança ou reafirmação de sentidos das imagens e som. As aulas foram cursadas no primeiro semestre de 2021, por seis meses, tendo carga horária de 90 horas totais.

dentro da cultura. Seguindo essa linha, pode-se pensar nas mudanças que as tecnologias da informação e comunicação operam no comportamento social atualmente, pois, conforme o uso das tecnologias se torna cotidiano, a experiência referente a elas se torna costumeira. Hoje vivemos um momento nunca visto antes, em que a tecnologia digital é quase inerente ao homem. Os meios de comunicação e as tecnologias atingem a sociedade como um todo, mas a vida dos jovens especificamente se transforma de maneira mais intensa, principalmente com o acesso à Internet.

Além do intenso consumo de vídeos hoje, a prática de ouvir música também exerce um espaço central no cotidiano dos jovens e, segundo uma pesquisa realizada pelo DeltaFolha, do Jornal *Folha De S.Paulo*, a partir das faixas mais tocadas no aplicativo de streaming Spotify (sendo hoje o streaming de música mais popular que há), o brasileiro é o povo que mais consome a própria música (nacional) no mundo, mesmo com os processos de globalização e maior acesso à internet.<sup>25</sup>

A música pop se desenvolve a partir da popularização de gêneros como o Rock, relacionada ao fenômeno da televisão e à popularização do cinema (JANOTTI JR., 2006). Foi por intermédio da televisão, cinema, rádio, internet, entre outros, que a música pop se propagou. Seguindo esta linha, a música popular de massa está ligada de forma direta com a cultura popular e os elementos midiáticos.

Envolvida por tecnologias, a música tem, nos dias atuais, a possibilidade de ser consumida em qualquer lugar, a qualquer momento, por um grande percentual de brasileiros, pois, além do consumo próprio, ela também é utilizada de forma intensa nos meios de publicidade e propaganda. O desenvolvimento tecnológico e as novas mídias criaram, cada vez mais, espaços de acesso à música, desde o aparelho celular<sup>26</sup> até novas e múltiplas plataformas digitais para consumo de música em streaming (Youtube, Spotify, Deezer, Soundcloud, entre outros) e até redes sociais como Tik Tok e Instagram, que se utilizam da música como estratégia

---

<sup>25</sup> Dados retirados do site <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/10/brasileiros-sao-os-que-mais-ouvem-a-propria-musica-entre-todos-os-paises.shtml>.

<sup>26</sup> Segundo o IBGE, a parcela das residências em que havia aparelho celular alcançou 94%. Da população com 10 anos ou mais de idade, 81% tinham telefone móvel celular para uso pessoal. (Só no Brasil, segundo a Nielsen Ibope, ao final de 2015 o número de usuários de smartphones cresceu 48% em um trimestre, chegando a 76,1 milhões de pessoas). Mais informações podem ser encontradas em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-television-e-celular-no-brasil.html>.

de divulgação entre usuários. Sendo assim, cada vez mais os jovens buscam ou recebem indiretamente suas músicas preferidas sem muito trabalho.

Reforçando então: a música é consumida constantemente, pois a tecnologia assim o permite, já que estão disponíveis em dispositivos que são, em grande parte do tempo, carregados junto ao corpo, ficando assim a distância de um "click" do objeto musical. Ao contrário do século passado, em que a juventude se reunia para ouvir música, hoje ela é uma atividade quase que individual, ainda que as significações desse conteúdo musical sejam compartilhadas em outros ambientes, físicos ou não (SELIGMAN, 2018). Dulce e Coruja (2015) trazem a ideia do antropólogo Canclini (2010) de que o consumo é um espaço de habilidade cognitiva e que serve para pensar e atuar na vida social de forma renovada e significativa, sendo então "essencial nas formas juvenis de apreender, ressignificar o mundo e se expressar. Enquanto consome música, o jovem comprehende o espaço ao seu redor e toma dele elementos que o definem subjetivamente, uma importante mediação para a construção de identidades" (DULCE; CORUJA, 2015, p. 3-4).

As práticas socioculturais de escuta e reprodução musical criam, a partir de aspectos e padrões socializadores exercidos pela juventude, um meio social em que os jovens se identificam e se distinguem de forma simbólica. Enquanto consome música, o jovem entende o espaço ao seu redor e toma dele os elementos que vão definir sua identidade, seu lugar no mundo e na cultura. Como consumidores, os jovens constroem e ressignificam suas identidades por meio da música. Enquanto consomem, apropriam-se e dão sentido a conteúdos musicais, encontrando no consumo a condição de construir suas experiências de resistência e consciência.

Além disso, o fenômeno de disseminação da Internet apresenta novas possibilidades relacionadas à música que não apenas o consumo, tais como produzir gravações, "mashups", modificações e brincadeiras com programas específicos, como também, cantar, mixar, rearranjar etc.

Essas novas formas de produção e consumo musical, como também de acesso, distribuição, diversificação de estilos e tendências que estão atrelados ao desenvolvimento tecnológico, permitem que a música possa ser desenvolvida de modos variados, tanto com a produção e divulgação musical, quanto com a ampliação de formas de entretenimento e apropriação da música pela e na sociedade.

Definir os modos como a juventude de hoje vive sua vida passa então pelos processos comunicacionais. Esses processos não são mais os mesmos de quando só dispúnhamos de acesso aos meios massivos – permitem hoje, em princípio, que a audiência exerça com mais propriedade seu direito a selecionar o que vê e ainda a interferir no conteúdo e em sua visibilidade. São tempos em que a convergência midiática permite mais intensas interações. Dessa forma, definir as culturas juvenis passaria, partindo desse pressuposto, por conhecer os bens culturais a que essas pessoas têm acesso pelos meios de comunicação. (SELIGMAN, 2018, p.1)

Pode-se dizer que a hibridização entre produção e consumo nas áreas cultural e midiática, uma nova categoria, viabilizada gerada pelo advento da internet se deu em grande parte pelo surgimento do YouTube (...) “a diferença entre o autor e o público está a ponto de perder o seu caráter fundamental” (BENJAMIN, 2018, p. 82). Seligman traz que é possível perceber que os jovens procuram, paulatinamente mais, “marcar presença” na sociedade por meio de manifestações culturais, como a música ou dança, que também estão ligadas a outros produtos e comportamentos. “É por meio dessas manifestações que se demarcam as identidades juvenis – a música representa um papel central nesse aspecto” (SELIGMAN, 2018, p. 4).

Muito do que se consome hoje no universo musical são os videoclipes. O videoclipe se trata de uma sequência filmada, de curta duração, destinada a apresentar, promover e divulgar um material musical, carregando consigo, consequentemente, uma característica mercadológica. Porém, para além de ser uma peça de estratégia de venda da indústria cultural com fins comerciais, o videoclipe também apresenta uma dimensão importante no campo artístico audiovisual. Esse termo começou a ser utilizado por volta da década de 1980 e a palavra “clipe” deriva de “clipping”, que em inglês significa recorte, referindo-se à técnica midiática de recortar imagens e fazer colagens.

A colagem de imagens enfocaria a tendência contemporânea do videoclipe como gênero do audiovisual de se fazer composições a partir de outros trabalhos e imagens (...). A característica marcante do videoclipe eram, então, as imagens em velocidade frenética, sem obrigação de contar uma história linear com início, meio e fim. Podia ser somente uma justaposição de imagens para se vender a música. (CORRÊA, 2002, p. 2).

Ainda na década de 1960, os Beatles<sup>27</sup> foram o primeiro grupo musical a investir em algo que se parecesse com um videoclipe, pois pela necessidade de estarem em muitos

---

<sup>27</sup> Os Beatles foi uma banda de rock britânica formada em 1960 na cidade de Liverpool. Composta por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr e é considerada uma das ou a banda mais influente de todos os tempos.

programas ao mesmo tempo, com as gravações audiovisuais do grupo, eles poderiam aparecer em mais canais de Televisão, sem precisar estar presentes nos estúdios.

Houve um grande marco com o lançamento de “Bohemian Rhapsody”, do grupo de rock britânico Queen, considerado o primeiro videoclipe produzido com o objetivo de lançar e divulgar um disco. Entretanto, o auge do gênero videoclipe se deu com a estreia da emissora de televisão americana especializada em vídeos musicais MTV (Music Television), em 1981. Sendo assim, a década de 80 ficou conhecida como a década do videoclipe, em que se exploraram muitas das possibilidades criativas e narrativas do novo gênero. O primeiro videoclipe produzido no Brasil foi “América do Sul”<sup>28</sup>, uma música interpretada por Ney Matogrosso, com a direção de Nilton Travesso, que foi ao ar no programa *Fantástico*, da Rede Globo, em 1975. O programa era o único canal brasileiro a produzir videoclipes até o início da década de 80, e não apenas reproduzia videoclipes dos artistas e bandas, como também produzia novas obras. Em 1990 surge a MTV Brasil, emissora que tinha como concepção original focar em um público jovem. Assistindo à MTV tinha-se a impressão de um videoclipe sem fim, pois toda a programação era pensada para criar a atmosfera musical de forma intensa. E para contextualizar a história do videoclipe, a emissora carrega função fundamental, pois foi na MTV que o formato videoclipe conseguiu prestígio e destaque. Macedo diz que “esses programas foram importantes no sentido de construir e formar uma imagética do movimento a partir dos videoclipes veiculados, que mantinham o público brasileiro informado sobre lançamentos e novas tendências vigentes na cena (... )” (MACEDO, 2016, P. 35). O jornalista Leão Serva faz uma importante observação sobre a MTV:

Tudo começou com uma revolução no modo de ouvir música. Ou melhor, de sentir a música que deixou de ser apenas um apelo sonoro para estimular todos os sentidos a partir da visão. O videoclipe passou a ser obrigatório em qualquer lançamento de CD. A forma de fazer clipes, os cortes rápidos, o dinamismo e a criatividade tomaram a publicidade, o cinema e a televisão em geral (...). Isso criou um impacto na estética da música, da publicidade e do cinema (CORRÊA, 2002, p. 11).

No início, eram exibidos diversos videoclipes de rock e música pop, a maioria internacionais. Em 2013 a MTV Brasil acabou, devido à digitalização e à conexão em rede, já que o público jovem, maiores consumidores da indústria do videoclipe, passaram a usar, em vez da televisão, a internet como espaço de entretenimento, fonte de informação e socialização.

---

<sup>28</sup> Composição de Paulo Machado.

Assim, os videoclipes passaram a priorizar a Internet como principal veículo de divulgação. De acordo com Zico Góes, então diretor de programação do canal, a audiência jovem migra da televisão para a internet, logo, se tornando desnecessário um canal de televisão que apresentasse e influenciasse a estética, os gostos e comportamentos do jovem. Ele afirmou ao jornal *Folha de S.Paulo*: “o videoclipe não é tão televisivo quanto ele já foi. Apostar em clipe na TV é um atraso”<sup>29</sup>, já que se fala hoje em números de visualização e não em índice de ibope.

O videoclipe que nasceu no universo cinematográfico e televisivo foi capaz de se reconduzir e migrar para as características das novas mídias e internet, reinventando-se no ambiente online. Estando ainda mais perto de seus públicos, além de divertir e entreter, também auxilia na construção de identidades. Assim, seria uma vantagem usar as possibilidades criativas e as ferramentas que a internet gera, estando a par da nova cultura do compartilhamento por meio das redes sociais, pois, quanto mais inovadora e criativa a ideia do produto, maior a tendência de gerar mais e maiores compartilhamentos.

Corrêa aponta que o videoclipe surgiu com o intuito de vender um pacote completo: música e imagem do artista. “(...) na composição do clipe, as imagens se relacionam em maior ou menor intensidade com a letra. A dimensão imagética é criada nesta tensão entre o sonoro e as possíveis traduções em forma de imagem que cada música suscita”. (CORRÊA, 2006, p.2). Também há a questão de, por se caracterizar como um produto de exibição e circulação gratuitas na web, o videoclipe, como peça promocional, permite hoje a coexistência de uma maior diversidade de gêneros musicais e de origens distintas, desde as grandes gravadoras e o "mainstream" até os artistas independentes. Esta nova forma de divulgação, dada pelo advento do binômio Internet/YouTube tem incentivado e contribuído para uma mudança radical na forma de consumo desses produtos. Essas novas práticas culturais estão ligadas diretamente aos meios de comunicação e é no espaço midiático que se dão as construções identitárias, principalmente da juventude. Seja pela criação e autenticação do perfil do artista, pela divulgação de novos padrões de comportamento, engajamento e experiência. Na era digital as novas formas de criação do videoclipe procuram não conquistar apenas os “espectadores”, mas sim os “usuários”.

---

<sup>29</sup> Leia a entrevista completa em: [MTV “mata” clipe no horário nobre e anuncia novidades para ...](https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/)  
[https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada...](https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/)

Hoje o sentimento pode ser compartilhado por meio de músicas e videoclipes, possibilitando que o jovem compartilhe como se sente com os amigos ou outra pessoa qualquer sem sequer conhecê-la pessoalmente, assim, esses pares encontram entre si correspondência ao identificar nas "timelines"<sup>30</sup> alheias os mesmos gostos, vontades, emoções e vivências. De certa maneira, o videoclipe pode ser e é usado para representar o que os jovens sentem, sendo uma característica forte atual de se expor ao mundo virtual.

Segundo o artigo de Dulce (2015) e Coruja (2015), em que apresentam dados e inferências sobre o consumo midiático de música no Facebook e no YouTube a partir da pesquisa Jovem e consumo cultural em tempos de convergência<sup>31</sup>, há uma preferência pelo gênero nos conteúdos compartilhados pelos jovens. A pesquisa aponta os jovens brasileiros como grandes consumidores de videoclipes compartilhados no YouTube e outras redes também. As autoras apontam o YouTube como uma rede social que “possibilita a formação de redes de cultura participativa a partir da produção, postagem e compartilhamento de vídeos, que recebem apreciação de outros usuários através de comentários e do botão ‘gostei’” (DULCE; CORUJA, 2015, p.13). Entretanto, os usuários reinventam e criam novas formas de disponibilização de conteúdos musicais, apropriando-se de diferentes recursos multimidiáticos, ao passo que se adentram ferramentas tecnológicas e se expressam por meio das canções e por suas preferências de gêneros, artistas e formatos musicais. (DULCE; CORUJA, 2015).

O conceito de cultura participativa, desenvolvido por Jenkins (2009), é fundamental para entender a dinâmica do YouTube. Para o autor, a cultura participativa pode ser considerada um fenômeno em si, galgado na criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de mídia, motivados pela crença de que as suas contribuições são relevantes e que estão disponíveis para outros. (DULCE; CORUJA, 2015 p. 5).

As autoras indicam que, a partir de observações da pesquisa, entre os conteúdos dos 146 links compartilhados pelos jovens participantes, o videoclipe é o produto musical midiático mais popular entre eles, seja disponibilizado em canais oficiais de gravadoras, bandas e músicos

---

<sup>30</sup> “Timeline” é uma palavra em inglês que na língua portuguesa significa “linha do tempo”. O termo timeline é bastante conhecido entre os usuários das redes sociais na internet, como o Facebook, Twitter e Instagram. Trata-se da ordem das publicações feitas nas plataformas sociais online, ajudando o internauta a se orientar, exibindo as últimas atualizações feitas pelos seus amigos.

<sup>31</sup> Pesquisa realizada pela Rede Brasil Conectado e coordenada pela Profa. Dra. Nilda Jacks (UFRGS). Informações: <https://redebrasilconectado.wordpress.com/>.

no YouTube ou pelo compartilhamento em contas de usuários. Vídeos de performances ao vivo, em shows ou programas de televisão, seguem em segundo lugar.

Na era da MTV, o videoclipe era veiculado algumas vezes por dia na televisão, após a disseminação virtual, essa estrutura foi modificada, tendo como consequência proporcionada pela interatividade virtual o desenvolvimento e busca de novos métodos de promoção e exploração de cada produto gerado. Hoje qualquer pessoa pode assistir a um contingente enorme de videoclipes disponíveis na internet e acessíveis por meio de uma simples busca. Além disso, se pode também baixar arquivos, redesenharlos, criar novos conteúdos e postá-los novamente na rede. “Tanto os agentes de produção quanto o público operam fruindo videoclipes através de uma gramática que lhes é sugerida pelos meios” (SOARES, 2010, p. 3).

Existe, inclusive, a possibilidade de criação do próprio videoclipe, a partir de música já existente no mercado ou mesmo de um arquivo pessoal, consolidando assim uma nova categoria de videoclipe: os feitos por fãs, no formato “ao vivo” ou os oficiais, com direção artística e investimento do artista/banda/gravadora/produtora.

Logo, há um processo em curso de reconfiguração do videoclipe na atualidade. A audiência, de certa forma, age a favor de uma descentralização da circulação em rede, pois se apropria dela, mesmo destacando neste texto que imaginar o poder do usuário de criar uma liberdade e um novo movimento de forma generalizada seria ingênuo, já que o sistema agrupa questões tão profundas dos universos industrial, fonográfico, de consumo, de tecnologia, relações humanas etc.

O objetivo principal do videoclipe seria a divulgação, publicizando a canção e o artista. No universo digital isso é ressignificado, já que se vive em uma era que compartilhar é a ferramenta mais desejada, para os que têm acesso<sup>32</sup>.

Segundo Pierre Lévy, “com o espaço cibernetico temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata”. Ele fala ainda da desterritorialização dos textos, das mensagens e dos documentos. Também fala do autor coletivo que proporciona a transformação permanente. (PIERRE LÉVY Apud CORRÊA, 2006, p.11).

---

<sup>32</sup> Já que no Brasil ainda não é toda população que possui acesso à internet e tecnologia, por mais que o número esteja diminuindo ao passar dos anos. Em 2019 quase 40 milhões de brasileiros não tinham acesso à internet e isso representa 21,7% da população com idade acima de 10 anos, segundo o IBGE. Ainda que este número seja bastante expressivo, o resultado mostra uma redução em relação ao ano de 2018, em que quase 46 milhões de pessoas não tinham acesso no país.

Um fato interessante é que o YouTube não foi pensado para ser o maior canal de distribuição de conteúdos musicais. Originalmente ele seria um repositório de vídeo aberto, mas veio a se tornar, de modo orgânico, um espaço intenso de consumo de produtos musicais. O que a MTV não conseguiu realizar enquanto objetivo, foi apropriado pelo YouTube, isto é, se tornar uma plataforma de videoclipes. No conjunto, ele tornou-se a grande plataforma de distribuição de conteúdos musicais, inicialmente com um contingente enorme de conteúdos “piratas”, feita de forma autônoma pelos utilizadores. Ao longo do tempo foram feitos acordos com os governos para remunerar os artistas, mantendo-se assim como uma plataforma de disseminação. O YouTube foi feito com intuito de facilitar o compartilhamento de vídeos na internet, sendo então apresentado a priori com uma plataforma simples, em que os usuários pudessem fazer upload de arquivos, consumir vídeos e compartilhar com os amigos, dentro das possibilidades técnicas da época.

Levantamos com este trabalho que o videoclipe constitui, por conta de um hibridismo semiótico, expressão cunhada por “The New London Group”<sup>33</sup>, uma gama de possibilidades de investigação discursiva, na qual se balanceia, em um mesmo objeto comunicacional, texto oral e escrito pelas letras das canções, o fator sonoro com a música ou mesmo possíveis efeitos e visual a partir da construção de angulação, cor, iluminação, velocidade de câmera, montagem, expressão física e corporal, performance, entre outros. Além do que, pela união semiótica e as possibilidades criadas, a serem discutidas mais a fundo no capítulo seguinte, existe a construção de narrativas e discursos que podem ter cunho social e de protagonismo de minorias. Podem ocorrer, também, a construção de denúncias, como no videoclipe dirigido por Maurício Eça, da banda de rap Racionais MCs. A letra da música “Diário de um Detento” nasceu a partir de uma pesquisa de campo da banda e de seu vocalista Mano Brown, buscando histórias dos detentos e de uma carta entregue ao rapper numa visita ao presídio por um preso que se identificou como Jocenir. Na letra da música conta-se a versão dos presos sobre a chacina acontecida em dois de outubro de 1992, a partir da intervenção da tropa de choque da Polícia Militar de São Paulo

---

<sup>33</sup> Em 1994, renomados teóricos, principalmente das áreas Linguística e Educação, provenientes dos Estados Unidos, Grã-Bretanha e Austrália, se juntaram na cidade estadunidense de Nova Londres, New Hampshire, com objetivo de debater as questões que o sistema de ensino anglo-saxão vivia. Esse grupo de teóricos se tornou mundialmente conhecido pela autodenominação de "New London Group", ou Grupo de Nova Londres. Deste encontro, procedeu um documento chamado “manifesto programático”, cujos argumentos principais eram a crescente diversidade linguística e cultural presente nesses países (que seria resultado de uma economia globalizada) e a multiplicidade de canais e meios (modos semióticos) de comunicação (resultado das novas tecnologias). Esses dois tópicos foram responsáveis pelo prefixo multi, da denominação Multiletramentos. (BEVILAQUA, 2013).

com a justificativa de uma suposta rebelião, matando 111<sup>34</sup> detentos. Além de trazer fatos e olhares sobre esse evento específico, a música e o videoclipe também explicitam e manifestam um relato do cotidiano das pessoas em situação carcerária, trazendo à tona questões sociais e sistêmicas de extrema importância. O hibridismo entre a letra com as imagens gravadas e fotos escolhidas linkadas a cada frase expande ainda mais o sentido, criando uma atmosfera em que se transmite mais intensamente o significado da mensagem.

## **2.1     Som e imagem - união para a comunicação**

A apreensão do mundo natural parte de duas principais capacidades: a sensorial e a cognitiva. No corpo humano existem órgãos habilitados para receber e interpretar os acontecimentos do mundo orgânico, como sons, odores, imagens, sabores e até alterações de temperatura e pressão. Em um segundo momento, essas sensações que chegam ao corpo são interpretadas a partir das informações que há no repertório de cada um, são acumulados ao longo do tempo e levam em consideração a história do sujeito, sua cultura e contexto. Sendo assim, a interpretação que se sugere a partir das informações recebidas se origina das relações que são estabelecidas entre elas mesmas, sendo este o chamado raciocínio. Para compreender o mundo então, opera-se entre os dados acumulados por intermédio da apreensão sensível, que se faz através de operações mentais de ordem cognitiva. (CAMARGO, 2005).

Para além da apreensão do conjunto de fenômenos que se manifestam, através do tempo ou do espaço no mundo, há a compreensão que se dá por meio da cognição, sendo assim, há uma separação entre o domínio do sensível e do cognitivo, que operam de forma simultânea. Para que uma expressão audiovisual seja considerada como um texto, é necessário entender o que seria o resultado da união de diferentes normas discursivas empregadas sincronicamente, resultando na produção de um efeito único de sentido, conectando som, imagem e movimento. A imagem pode se distinguir entre o estímulo que recebe durante a percepção visual, o processo cognitivo que possibilita ao indivíduo a capacidade de analisar, qualificar, interpretar e hierarquizar, gerando assim uma imagem subjetiva, específica e pessoal; e a imagem em exposição ao mundo subjetivo e imagético, usada para se comunicar com o outro a partir de formas, cores, sons, ritmos, gestos, expressões, baseado no uso de diferentes técnicas e tecnologias. Segundo Benjamin (2018) esta terceira forma de imagem é subdividida por imagens tradicionais que dão potência ao que o autor quer expressar, ancorado em técnicas

---

<sup>34</sup> Informação oficial dada pela polícia, passível de questionamento.

manuais ou gestuais; realizadas, sobretudo, com o uso de equipamentos que atuam de maneira importante no processo de produção.

Dentre as funções sociais do filme, a mais importante é a de gerar o equilíbrio entre o ser humano e a aparelhagem. Essa tarefa é resolvida pelo filme não somente pelo modo como o ser humano se apresenta à aparelhagem de gravação, mas também pelo modo como ele apresenta o mundo para si com ajuda dessa aparelhagem. (BENJAMIN, 2018 p. 87).

A forma como a humanidade utiliza e produz as imagens para recriar, criar, interpretar ou até mesmo procurar representar o mundo visível está relacionada ao contexto cultural. Entende-se então que as imagens capturadas<sup>35</sup> são fruto da criação humana, logo, consequência da cultura. Ao longo da história as imagens foram e são criadas com interesses específicos, sendo artísticos ou não, em diferentes contextos. Assim, é necessário compreender a finalidade da imagem criada, pois pode ser ornamental, instrucional, expressiva, entre outros. De forma geral, as imagens não são ligadas somente à arte, mas também à documentação, à informação e à instrução.

O surgimento do cinema conectou o movimento à fotografia, gerando nas imagens uma dinâmica que aproximou-se das sensações do mundo natural, construída a partir de uma sequência de fotos diferentes colocadas em ordem e ritmo possibilitando a reconstrução do movimento, mesmo que virtual. “Somente por meio dela (da câmera) chegamos a conhecer o inconsciente óptico, assim como conhecemos o inconsciente pulsional por meio da psicanálise” (BENJAMIN, 2018, p. 88). A produção de registros em movimento apresentou um novo e grande potencial, fazendo surgir uma nova categoria de registros. Corrêa discorre sobre o desenvolvimento de técnicas ligadas à imagem e som em que

enquanto a evolução das técnicas ligadas a imagem galopava o som seguia a passos lentos. (...). Em 1877 foi criado o fonógrafo. Depois veio o kinetophone que não funcionava bem. Só em 1902, Leon Gaumont inventou o chronophone, que funcionou de maneira satisfatória para a época. E, então, entre 1911 e 1913, há um consenso de que a música é o acompanhamento ideal para as imagens. Na metade da década de 20, a Warner Brothers e a Fox Film Corporation apresentavam aparelhos que sincronizavam som e imagem. (CORRÊA, 2006 p.7)

---

<sup>35</sup> As ocorrências visuais no mundo natural não são, neste texto, consideradas como imagens, dada a ausência do recorte, edição, ângulo ou de qualquer ato interpretativo humano.

Em 6 de outubro de 1927 a humanidade vivenciou a primeira experiência audiovisual (imagem e som acoplados), com a exibição de *O cantor de jazz* (*The Jazz Singer*), de Alan Crosland, em Nova York. Melhor dizendo, um novo sistema que conecta simultaneamente imagem, movimento e som. Sendo assim, o sistema audiovisual é qualquer sistema híbrido em que som, movimento e imagem possuam a possibilidade de serem operados simultaneamente.

Segundo o comunicólogo Marshall Macluhan, houve uma ruptura entre som e imagem que teve início com o alfabeto escrito, sendo seguido do advento da palavra impressa de Gutemberg que traça uma linha sucessória entre: a lanterna mágica, do século XIV, passando pela câmera escura, pela fotografia no século XIX e, nos últimos anos daquele século, o cinema. Tom Gunning, em seus estudos sobre o cinema das origens, chama atenção para um dos nomes com o qual ele foi batizado: “fotografias animadas”. (CORRÊA, 2006, p. 7)

Pode-se destacar aqui que o tecido sonoro<sup>36</sup>, em relação com a imagem, produz um sentido audiovisual específico dessa relação, sendo que o todo se revela maior do que a soma das partes isoladas.

O tecido sonoro é constituído por três tipos distintos de eventos sonoros: voz, ruído e música (TROTTA, 2019). O som também é um fenômeno natural e só foi possível captá-lo, reproduzi-lo e transportá-lo como consequência de diversos avanços tecnológicos. Assim como o movimento, o som trabalha na extensividade, na duratividade, logo, no tempo, aspecto em comum que conecta esse fenômeno ao movimento e imagem. Segundo McLuhan e Carpenter (1980), o espaço acústico rebate a preferência da noção da visualidade no espaço pois, enquanto a imagem pode abrir-se em um ângulo de 180 graus a partir do que o sujeito vê, o ambiente acústico é um espaço que

“(...) não tem um ponto de localização favorecido. É uma esfera sem limites fixos, espaço feito pela própria coisa [som], não espaço contendo a coisa. Não é um espaço pictórico, encaixado, mas dinâmico, em fluxo constante, criando suas próprias dimensões de momento em momento. Não tem fronteiras rígidas; é indiferente ao background, ao meio circundante. Os olhos focalizam, localizam, abstraem, situam cada objeto no espaço físico, contra um fundo; o ouvido, porém, acolhe o som proveniente de qualquer direção.” (MCLUHAN E CARPENTER, 1980, p. 90).

O uso conjunto de imagem, movimento e som é que gera a impressão de instantaneidade e tal efeito proporciona um mergulho no tempo, no qual ocorre o discurso. Sendo assim, pode-se associar o pensamento visual à racionalidade, ao “ver para crer”, à medida em que o ambiente

---

<sup>36</sup> Conjunto de elementos que constituem esse espaço acústico que vem somar-se a uma imagem – e que produz, em conjunto com a imagem, um sentido audiovisual que não pode ser realizado autonomamente nem pela imagem e nem pelo som.

sonoro confia no poder do mistério, da invisibilidade, da emoção, dos sentidos. Estas características influenciam diretamente na experiência auditiva ao pensar o que o som pode acrescentar à imagem. Soares (2010) ressalta ao citar Chion (1994) que o “som nos faz enxergar a imagem de maneira diferente e que, dessa maneira, esta nova imagem nos faz ouvir o som também diferentemente. Isto parece nos permitir enxergar algo “a mais na imagem ou ouvir algo a mais no som, e assim por diante” (CHION 1994 apud SOARES, 2010, p. 4).

Um som pode ser diegético<sup>37</sup> ou não. O Som diegético é aquele que as personagens escutam, pois faz parte e está sendo executado dentro do espaço da cena. Já o não diegético seria a trilha sonora, que não faz parte da cena em si, como efeitos sonoros, sons que aparecem na cena (ex.: imagem da porta se fechando = som da porta na cena), mas que constroem sensações e sentimentos.

Além disso, existe a possibilidade de construção de sons dentro da cena, mas não dentro do enquadramento do filme, vídeo, videoclipe etc., que agregam elementos que dão sentido ao que se exibe sem precisar explicitá-lo. Outro elemento sonoro se constitui nos ruídos, muito utilizados no cinema, cumprindo em sua relação com a imagem três funções principais: chamar a atenção a um objeto no campo visual; apontar um elemento que não se vê em cena e intensificar o fator emocional e/ou psicológico que a cena gera, se intensificando mais ou menos.

No cinema o som tornou as imagens mais “reais”, principalmente pela voz e ruídos, ainda que a música não tenha esse compromisso, caso contrário, teria de ser sempre diegética. Já no videoclipe, o papel se dá de forma invertida, pois a imagem deve partir da música, do som.

A música no cinema teria o papel de intensificar a imersão da narrativa imagética, daria uma ilusão de tridimensionalidade e acrescentaria mais vida às imagens e personagens, exercendo no ambiente a função ancestral da música de muitas culturas: o aspecto coletivo e ritualístico, o estar em conjunto vivendo uma experiência comunitária.

A maneira original de imersão na obra de arte no contexto da tradição encontrou sua expressão no culto. (...). É, portanto, decisivamente, que esse modo de ser aurático da obra de arte jamais se liberta totalmente da função ritual. Em outras palavras: o valor

---

<sup>37</sup> O conceito de diegese diz respeito à dimensão ficcional de uma narrativa (o mundo definido pela narrativa) não retratando a realidade, e sim uma situação ficcional, sendo ele importante para definir neste trabalho os modos de uso do som em sua relação com a imagem.

singular da obra de arte “autêntica” fundamenta-se sempre no ritual (BENJAMIN, 2018 p. 61).

Dessa forma, a música contribui para a imagem criando a experiência audiovisual, partindo de uma expansão espacial do campo visual pelo campo acústico, demonstrando assim o caráter imersivo que se origina deste espaço expandido.

Ao longo do tempo, a música passa a ter função mais narrativa, auxiliando a continuidade entre cortes de cena, gerando emoção e determinando a intenção psicológica da situação, assim como o gênero audiovisual, cultura, lugar e época.

A síntese de imagem e música resulta na soma do sentido particular da imagem ao da música, criando uma nova significação, sendo esta diferente, em que combinadas formam mensagem, inclusive conflitantes entre si. Soares diz, em relação ao termo áudio-visão, que se considera pela “disposição simultânea dos espectadores em ouvir/ver algo, integrando os sentidos humanos e compreendendo as dinâmicas de “emprestimos” e combinações possíveis nos atos de observação que envolvem fenômenos dotados de imagem e som” (SOARES, 2010, p.4).

Pode-se então dizer, que os textos audiovisuais dispõem de uma natureza múltipla, em que há variados níveis expressivos implicados (visuais, sonoros, verbais<sup>38</sup>, gestuais etc.) seguindo um mesmo caminho com um objetivo final único, comunicando uma só mensagem.

Como mencionado acima, o uso de músicas no cinema é um meio de complementar e editar a informação e/ou sentido do texto audiovisual, destacando o aspecto interdiscursivo. O uso de múltiplos discursos de forma simultânea tem a finalidade de produzir um efeito de sentido e mensagem homogêneo, comum em si, assumindo um caráter sincrético. Apesar de conter elementos de sistemas discursivos diversos como som, imagem, efeitos, letra, corpo etc., a mensagem a ser construída é uma só, sendo então múltipla e única simultaneamente.

O uso da música no audiovisual é recorrente, mesmo com o uso de diversos elementos sonoros usados no filme como componentes que legitimam a estrutura narrativa, os aclamados efeitos sonoros, que formam o todo proposto inicialmente para executar o sentido direto integrado ao texto. A música, portanto, é um elemento independente, carregando seu próprio sentido, que é adicionado à cena. Quando a música é colocada em um discurso sincrético,

---

<sup>38</sup> Enquanto manifestação discursiva, a fala é um conjunto de sentido orgânico e articulado, sendo assim, na fala conversam-se elementos de ordens cognitivas variadas operando simultaneamente.

agrega uma nova e diferente estrutura que lhe é específica e faz parte de seu discurso enquanto objeto musical, tendo como resultado o que se pode chamar de pensamento ou poética musical.

A inserção desse elemento musical é acoplada ao novo discurso para apor, expandir e agregar o sentido que o produto audiovisual propõe compor. O videoclipe, enquanto objeto que une imagem e música em aspecto plástico e expressivo, pode se apresentar como um dos principais focos de entendimento da relação que se constrói no princípio da áudio-imagem nas lógicas midiáticas. No caso do videoclipe, esse movimento se dá de forma contrária, já que a criação da imagem deve partir do produto música/canção. Tendo ele uma construção própria, com lógica de filme e enquanto filme, possui um discurso próprio que usa elementos de todas as combinações possíveis entre música e imagem ao longo da história do audiovisual, ressaltando que, no fim, ele está a serviço de uma mensagem, isto é, um produto comunicativo. O videoclipe deve ser pensado, na sua relação imagem-som, para além de apenas os sentidos da letra da canção, pois ele implica em outros elementos, tanto musicais (como desenho melódico, vozes, harmonia, ritmo etc.), como ligados à fisicalidade (como a performance, a dança, expressão corporal etc.), emocionais e psicológicos.

O videoclipe surgiu para divulgar a música de massa, que em seus variados formatos valoriza não apenas a execução, mas também as diferentes possibilidades técnicas de gravação/reprodução, considerando timbres eletrônicos e/ou acústicos, destaque entre sons graves e agudos, reverberação e a sensação das extensões que se dão a partir do som. “(...) a massa é uma matriz da qual surgem renascidos todos os comportamentos costumeiros com relação à obra de arte” (BENJAMIN, 2018, p. 94). Sendo assim, pode-se pensar que, pela configuração do som à imagem, as ordens relacionadas como originárias dos registros da canção pop têm a possibilidade de se manifestar em imagem. Ou, melhor dizendo, os diferentes timbres eletrônicos e/ou acústicos conjecturam um cenário que pode ser visualizado ao se ouvir a música<sup>39</sup>. Assim, essa configuração pode se apresentar por meio de cores, formas, ângulos, levando em consideração tais aspectos plásticos. Logo, a sensação de extensão sonora se apresenta a partir dos diferentes recursos presentes tanto na imagem em si, quanto nas possibilidades de edição e tratamento entre as mais variadas alternativas de exploração, aspecto que iremos abordar no capítulo seguinte com maior profundidade.

---

<sup>39</sup> Para tanto precisamos pensar na diferença entre Cultura Pop e Cultura Popular, que muitas vezes são apresentadas como sinônimos e caracterizadas pelo termo “pop” como uma abreviação de popular. “(...) A Cultura Pop é apresentada por meio de autores que caracterizam seus elementos constitutivos e sua dinâmica articulação com a Cultura Popular.” (MORAES; NUNES, 2021, p.1).

As técnicas audiovisuais agem como proposições sobre as ações do mercado musical e das mídias na disponibilização de seus produtos. Os regimes audiovisuais podem ser observados como uma chave interpretativa importante para o entendimento das relações entre produtos e meios, conteúdo e expressão, transferindo à tecnologia um princípio básico das formas de produção e apropriação de objetos audiovisuais na cultura contemporânea atual.

Dentre as funções sociais do filme, a mais importante é gerar o equilíbrio entre o ser humano e a aparelhagem. Essa tarefa é resolvida pelo filme não somente pelo modo como o ser humano se apresenta à aparelhagem de gravação, mas também pelo modo como ele apresenta o mundo para si com ajuda dessa aparelhagem. (BENJAMIN, 2018, p. 87).

O desenvolvimento da tecnologia acabou gerando câmeras com capacidade de captação de áudio e imagem integradas, o que amplia não apenas as possibilidades de registro audiovisual a partir do som direto, mas também a produção artificial de som em estúdios e centrais de captação, criando uma maior possibilidade para produzir efeitos sonoros, dublagens etc. A manipulação do som em estúdio veio para trazer uma gama maior de recursos do áudio no cinema, com o objetivo de alcançar uma maior aproximação com o real e suas sensações ou, ainda, um maior distanciamento, criando universos fantásticos. Complexificam-se assim as relações entre som e imagem, dado que o “fora de quadro” adquire uma dimensão essencial a partir do sonoro.

As paisagens sonoras, conceito com origem na palavra inglesa “soundscape” e que se caracteriza pelo estudo e análise do universo sonoro que nos rodeia, são construídas de forma artificial, consistindo na possibilidade de se gerar questionamento, de ambiguidade entre o real e a tela/imagem. Trata-se de um ponto que não pode ser analisado somente a partir do campo técnico, mas sim, a partir de sua reverberação no campo da cultura.

A cada nova tecnologia, ou estímulo, antes inexistente, o ser humano passa a ter mais uma forma de sentir, ampliando suas sensações. Se, no início do evento cinematográfico, o espaço de exibição contava com um espaço para os músicos, orquestra que tocava ao vivo durante as exibições, aos poucos transformou-se para o registro tecnológico da sonoridade, incorporando caixas de som nas salas de cinemas, gerando uma mudança na forma e nas disposições de se consumir um filme por exemplo.

Isso também ocorreu na passagem dos filmes em preto-e-branco para os coloridos, que criavam uma forma de ver a imagem que convocava competências visuais ligadas ao campo da

cor e da fidelidade com os objetos retratados. A técnica esteve sempre conectada profundamente às disposições das indústrias culturais e seus contextos históricos. Ou seja, enquanto foi possível se “ver melhor” (da imagem preto-e-branco para a colorida), também foi evoluindo o que e como se ouvia no espetáculo cinematográfico, assim, foram criados novos princípios de relações no audiovisual.

Nossos botequins e avenidas, nossos escritórios e quartos mobiliados, nossas estações de trem e fábricas pareciam fechar-se em torno de nós de maneira desesperadora. Então veio o filme e mandou esse calabouço pelos ares com a dinamite do décimo de segundo, de modo que, agora nos aventuramos em viagens por entre os seus escombros amplamente espalhados. Sob o close-up dilata-se o espaço, sob a câmera lenta, o movimento. (...). Assim torna-se apreensível que a natureza que fala a câmera é outra, distinta daquela que fala com o olho. (BENJAMIN, 2018 p. 87-88)

Ao tentar identificar na tecnologia o fundamento para compreender as transformações no campo da cultura, é necessário ter em consideração que um sistema (fonético, visual ou audiovisual) não é determinado por instituições ou agrupamentos midiáticos. Há influência, mas um regime é estabelecido a partir de um espaço ocupado apto a combinar as forças dos indivíduos consumidores, das indústrias culturais e dos sistemas envolvidos nas formas de interação dos produtos audiovisuais. Benjamin aponta em seu livro que “o filme serve para exercitar o homem nas percepções e reações que são exigidas para se lidar com uma aparelhagem cujo papel em sua vida aumenta quase que diariamente” (BENJAMIN, 2018, p. 66).

## **2.2. Videoclipe como Linguagem (Tudo a partir da Música)**

O gênero videoclipe pode ser definido como uma categoria audiovisual que produz interfaces entre outras práticas comunicacionais, como o cinema e seus variados gêneros, a propaganda, a colagem, o design etc. Com seu surgimento, destaca-se o trabalho do artista (diretor, montador, roteirista) em conferir ritmo às imagens a partir de recursos de edição, objetivando que o espectador/consumidor não consiga desprender a música da imagem.

A estética do videoclipe se caracteriza por ser um espaço de experimentação de linguagens, o que parece ser possível na medida em que os trabalhos sejam feitos por pessoas com diferentes experiências no campo audiovisual (cinema e publicidade) e outras artes (artes plásticas, teatro, cenografia, figurino). Trata-se de um gênero com alguma coesão que lhe atribua uma existência como gênero do audiovisual, mas ao mesmo tempo deve ser concebido em sua pluralidade de ser pensado e concebido. (CORRÊA, 2006, p.7).

Muito ressalta-se, de forma negativa, a característica mercadológica e comercial do gênero videoclipe ao analisar esse fenômeno cultural como uma estrutura de divulgação e consumo de bens culturais produzidos de forma industrial visando um consumo imediato e superficial, enquanto a literatura é considerada como culta e erudita. Mesmo estando vinculado a uma estrutura industrial de produção e divulgação, o videoclipe é associado recorrentemente à sua característica publicitária e industrial.

Por conta dessa recorrente identificação do videoclipe apenas como produto comercial, teremos como objetivo nesta parte apontar alguns elementos positivos que marcam os processos criativos no videoclipe a partir da estrutura semiótica, da relação corpo, câmera, música e imagem e dos elementos que foram levantados no capítulo anterior.

Na cena pós-moderna é possível pensar novas relações entre as tecnologias atuais, em que canção popular, instrumentos eletrônicos, o “*sampler*”<sup>40</sup>, o computador e a imagem virtual estão à disposição para uma composição comunicativa mais complexa e intensa.

Comprovando a importância cada vez maior dos vínculos entre som e imagem na música popular, Machado afirma que a composição de música pop deve ser pensada hoje em função de seu rendimento visual; na sua produção não entram apenas os compositores, músicos e técnicos de estúdio, mas também o pessoal da área do vídeo. Ele destaca que “o tempo em que o videoclipe era apenas uma peça publicitária para a televisão, já está definitivamente superado” (...) (MACHADO, 1990, p. 172-173).

Por conta das múltiplas opções técnicas criativas utilizadas no videoclipe e também do seu caráter de expressão e apresentação do artista, ele possui pouca tendência à padronização, resultando em um suporte muito aberto à criação, estimulando diferentes procedimentos e tecnologias mais fundamentais para a produção artística dos tempos atuais. Corrêa ressalta que “classificar e categorizar o videoclipe é um trabalho com resultados insuficientes porque este gênero audiovisual emerge da hibridação, da contaminação, das referências e da experimentação” (CORRÊA, 2006, p.4).

---

<sup>40</sup> Equipamento que consegue armazenar eletronicamente amostras de sons numa memória e reproduzi-los posteriormente, um a um ou de forma conjunta.

O videoclipe, partindo do ponto básico da relação som-imagem para um espaço sem muita limitação, torna-se um campo aberto às mais variadas experimentações, sendo elas advindas a partir do texto sonoro, de seus contatos com a imagem eletrônica (editável na sua base fundamental), da tecnologia e do potencial criativo de seus autores e do artista envolvido. Como apontado por Corrêa (2008), é difícil categorizar e classificar o gênero videoclipe, pois surge da

1) hibridação, das trocas, das fusões e dos intercâmbios culturais em geral; 2) da contaminação em que se expressa o rompimento de barreiras técnicas e opções estéticas de um gênero audiovisual para outro (cinema, propaganda e videoclipe) e de uma obra de arte para outra; e 3) da experimentação em que se sinaliza o campo da potência de criação, de argumentos inventivos no roteiro e execução do videoclipe. (CORRÊA, 2008, p.1-2)

O cineasta brasileiro Walter Moreira Salles Júnior<sup>41</sup> frisou o diferencial não-narrativo, sonhador e sensorial da linguagem videoclipe, diferenciando-se das outras expressões audiovisuais, pois, segundo o cineasta, “O que importa (no clipe) é menos a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar uma overdose de sensações, através de informações não-relacionadas, acompanhando sons – o ritmo das imagens.” (apud MACHADO, 1990).

O audiovisual como imagem-música abre, então, uma forma de percepção nova, que vai mais além do textual tradicional, resultado da relação que se dá entre ritmo, texto, tecnologia e dispositivos. Existem diversas conexões que podem ser feitas com o som, a canção, a imagem eletrônica e a performance do artista e, a partir da perspectiva deste trabalho, o formato videoclipe se transformou hoje no principal veículo dessas experimentações, no contexto da cultura industrializada.

A dimensão imagética é criada nessa tensão entre o sonoro e as possíveis traduções em forma de imagem que cada música suscita, e nem sempre o que é descrito na música é colocado na imagem, inclusive é bom que não seja assim, feito de forma “óbvia”, pois a tradução intersemiótica não é uma obrigação, nem mesmo uma tradução literal da canção. A “tradução intersemiótica, por tradição, pensada como interpretação de signos verbais por meio de outros

---

<sup>41</sup> Walter Moreira Salles Júnior é um premiado cineasta brasileiro, nascido no Rio de Janeiro que dirigiu o filme *Central do Brasil*, considerado o filme mais premiado no exterior.

signos não verbais, passou a ser também tradução generalizada de um sistema de signos a outro” (CORRÊA, 2006, p. 2).

A sinestesia é o procedimento que trata de relacionar os diferentes sentidos e sensações, sendo ela a principal concepção a ser trabalhada quando se analisa o formato videoclipe, pois se trata da ação de transmitir uma impressão sensorial de um sentido a outro; sendo neste caso entre som-imagem, entre o que se ouve e o que se vê. Para McLuhan (1964) parece contraditório que o poder de fragmentação e divisão do mundo ocidental analítico venha de uma intensificação da propriedade visual. Ele aponta que

*a fragmentação pela ênfase visual ocorre naquele isolamento de um momento no tempo, ou de um aspecto do espaço, situados além do alcance do tato, da audição, do olfato ou do movimento. Com a implosão de relações não visualizáveis, fruto da velocidade instantânea, a tecnologia elétrica destrona o sentido visual e nos restaura no domínio da sinestesia e do inter envolvimento íntimo dos demais sentidos.*  
(MCLUHAN, 1964, p. 131-132)

Existem vários aspectos musicais sujeitos a serem retratados visualmente, como a visualização do tempo e da velocidade, que pode ser representada por meio de movimentos de câmera (rápidos ou lentos), acompanhados de elementos como danças, corridas ou outra forma de performance; também pode ser indicado por efeitos de edição ou computação.

O videoclipe se apropriou de maneirismos das performances ao vivo de artistas da música, do cinema, sobretudo, dos números do cinema musical, mas também de inúmeros outros gêneros audiovisuais, notadamente, a videoarte<sup>42</sup>, a vídeo performance<sup>43</sup>, entre outros (SOARES, 2009). Isso não significa que não haja clipes mais lentos, introspectivos e que constituem uma forma de consumo e análise mais contemplativa. “As referências de linguagem apresentadas nos clipes são diversificadas. (...) trata-se de um gênero aberto para experimentações” (CORRÊA, 2008, p. 4).

A velocidade pode funcionar, por exemplo, como um fator de estranhamento, gerando a dificuldade de apreensão direta do texto, questão primordial para a obra de arte de vanguarda,

---

<sup>42</sup> A videoarte é uma forma de expressão artística cunhada desde os anos 1960, parte das correntes de vanguarda. É uma forma de expressão que se utiliza da tecnologia vídeo em artes visuais.

<sup>43</sup> A vídeo performance é uma forma de arte que usa do vídeo para a performance. Nela o corpo do artista é agente do gesto performático, sendo que este corpo está em diálogo com a câmera em uma oposição não-hierárquica, mas híbrida entre corpo e tecnologia, corpo e câmera, corpo e vídeo.

em que se solicita uma visão diferente do leitor-espectador. Essa contemplação não é igual à que temos quando nos postamos atentos em frente a um quadro num museu, típico exemplar de percepção pré-moderna. Este seria um exemplo de que é possível usar um meio possivelmente alienante com uma finalidade estética criativa.

Também é importante ressaltar sobre um aspecto musical que é traduzido visualmente: o ritmo. Ele se apresenta, principalmente, na fase de edição e corte, em que se conecta à batida da música. Por exemplo, os cortes podem ser feitos tanto nos tempos fortes dos compassos, como fora dos tempos, seguindo diferentes ritmos. Essa escolha induz e define o sentido, principalmente emocional e físico que se dá na mensagem. Corrêa decorre que o que “está fortemente estabelecido é que a música é o suporte fundamental do videoclipe. (...) A música é, simultaneamente, referência e limite das imagens na formatação do videoclipe” (CORRÊA, 2008, p. 2).

Aspectos como o arranjo e o desenvolvimento harmônico podem ser pensados em conjunto: ambos se relacionam aos instrumentos, vozes e partes da canção.

O aspecto letra é o elemento poético que, unido à melodia e ritmo, cria a base da canção popular e sugere o tema, modo e grau emocional, ambientação e o perfil enunciativo do sujeito que canta. Sendo assim, ele é o ponto de partida da construção do clipe, o gerador principal das imagens que, em contato com o som, traduz a música.

É comum que se trabalhe com metáforas na canção, que podem ser usadas como elemento imagético de sugestão e em suas mais variadas formas. Segundo Corrêa (2001, p. 2), “a dimensão imagética é criada nesta tensão entre o sonoro e as possíveis traduções em forma de imagem que cada música suscita”; em outras palavras, através dos significados traduzidos nas imagens, podemos criar um leque de interpretações para as mesmas.

É possível também refletir o videoclipe a partir do âmbito do gênero musical, percebendo assim que a produção de clipes está, de certa forma, entreposta em uma dinâmica que considera os certos aspectos específicos que fazem parte de determinados gêneros musicais. Portanto, pode ocorrer que da imagética estruturada, de um videoclipe estar atravessando desde a locação e o cenário esperado por aquele gênero musical, até suas narrativas, levando em consideração valores que são colocados na obra audiovisual, ocorra uma aproximação da projeção do público.

Pode-se visualizar nos videoclipes as regras semióticas de gêneros musicais a partir do método e estratégia de produção observados em elementos que compõem a canção da qual o videoclipe se origina, sendo viável identificar certos princípios em relação às noções de autenticidade e associação na música pop. A composição imagética da canção pode tensionar essas noções de algo autêntico ou cooptado (JANOTTI JUNIOR; SOARES, 2009).

Reforçando então, que a maior qualidade do videoclipe, sua liberdade criativa, parte da facilidade de se encaixar nas mais variadas técnicas, usando diferentes suportes tecnológicos. A liberdade de criação dá ao produtor a possibilidade que ele necessita para trabalhar com o clipe. Em relação às múltiplas possibilidades de construção comunicativa e artística expressiva Corrêa (2006) comenta que

Figurino e cenografia podem funcionar para ditar moda, fazer referência ou ser experiência estética. O roteiro é outro aspecto técnico que pode variar bastante nos clipes. A narração não é obrigatória. O clipe pode contar a história da música (narração), pode introduzir novos conceitos relacionados à letra e ainda pode ser contrário à letra. Além destas, ainda tem a opção da performance dos músicos, fazendo referência aos primórdios do videoclipe. E claro, também tem a possibilidade de não levar nada disso em conta e partir para a experimentação. Já que este gênero permite a inventividade, e transcende no campo da potência criativa. (CORRÊA, 2006, p. 3)

Aspectos bastante utilizados em produções de videoclipes nos últimos anos foram montagens fragmentadas e aceleradas, com planos justapostos e misturados, pluralidade visual e com referências culturais, carga emocional. O que hoje marca bastante as novas produções são os novos olhares para o indivíduo e seu coletivo, pensando em representatividade de grupos minoritários, apresentação de humanização de novas formas de ser e performar na sociedade, discursos sociais que aproximam o ouvinte-consumidor da multiplicidade do mundo. No início do fenômeno videoclipe, contanto que o produto fosse vendido, independentemente da forma como fora produzido, o objetivo teria sido alcançado. Portanto, com o passar dos anos, essa forma de produção dos clipes se alterou, havendo agora novas possibilidades narrativas, comunicativas e artísticas.

Por exemplo, os documentários são uma forte fonte de inspiração para a criação de diversos videoclipes. Imagens de arquivo, narração e fotos são alguns elementos típicos do documentário que são explorados muitas vezes pelo formato. Em um movimento de se aproximar à realidade narrada na música, o toque documental tende a causar comoção pelo fator “verdade”, intensificado pela letra, melodia e ritmo da canção.

No videoclipe “Diário de um Detento”, a já mencionada música dos Racionais MCs, se utiliza uma gama de imagens de arquivo que validam o que é dito na letra, não apenas como ilustração, mas como modo de autenticar a letra. As imagens reais acabam causando um efeito de choque de realidade no espectador, resultando no fortalecimento da canção e do lugar de fala<sup>44</sup> do grupo. No videoclipe, o rapper Mano Brown aparece atuando como uma realidade conhecida, aproximando o público da mensagem que é passada. Naquela música, essas práticas consolidadas do universo audiovisual, como a ficção e o documentário, se atualizam e emprestam seus respectivos e variados estilos para o videoclipe.

Esse exemplo mostra que o videoclipe, assim como outros gêneros do audiovisual, pode retratar questões históricas e cotidianas que a população vivencia. Seguindo nessa linha Corrêa destaca que “talvez dentro de algum tempo, já que o videoclipe é recente se comparado com outros gêneros audiovisuais, a história possa ser contada também com o auxílio de videoclipes, uma vez que ele retrata o cotidiano, molda e reflete comportamentos, dita moda” (CORRÊA, 2002, p. 6).

Assim, o videoclipe pode ir muito além de sua característica mercadológica e distributiva graças às possibilidades de troca entre o som, a palavra, a imagem, o sentimento, performance e discursos vindos da música, unindo-se à imagem e criando e intensificando a forma de comunicar o que é enunciado. Além do aspecto comunicacional de discursos, ressalta-se aqui a hibridação que se dá entre a arte e os suportes midiáticos e tecnológicos, aproximando a juventude dessas novas possibilidades de sensação, participação e ampliação de mundo.

Eduardo de Jesus é enfático ao afirmar que “o cenário audiovisual contemporâneo caracteriza-se por uma intensa hibridação entre formatos, suportes, gêneros e técnicas“. Apesar de ser um formato televisivo e comercial, tanto para a TV quanto para a indústria fonográfica, o videoclipe é um gênero audiovisual que agrupa valores de outros gêneros (CORRÊA, 200, p.3)

---

<sup>44</sup> Djamila Ribeiro (2019) discute em seu livro que “lugar de fala” é objeto de disputas divergentes e opostas. Enquanto tem pessoas que consideram o “lugar de fala” como a expressão de vozes individualizadas, sem referência à vivências coletivas compartilhadas por grupos, há também a opinião contrária que defende que “lugar de fala” vem de uma construção social e coletiva, de indivíduos em coletivo que pleiteiam direitos à questões humanas históricas que foram escrupulosamente negadas, sendo essas experiências localizadas nas marcas de opressão, subalternidade e violências vivenciadas. No caso do videoclipe de “Diário de um Detento” há uma linha entre estes dois polos, pois os integrantes não haviam vivido a experiência do cárcere de forma expressa, mas faziam e fazem parte de um grupo que é alvo constante de aprisionamentos e violências relacionadas à experiência, representada, tanto por si enquanto indivíduo, quanto também por vivenciar esse contexto de forma próxima, com família, amigos, vizinhança, comunidade

Usemos de exemplo o artista Bob Dylan<sup>45</sup>, que soube trabalhar muito bem com esses novos aspectos da atualidade (cheia de hibridações) em seu clipe “Like a Rolling Stone”. A produção conta com o um site ([video.bobdylan.com](http://video.bobdylan.com)) em que o espectador se depara com uma tela e um “player”<sup>46</sup> abertos. Ao iniciar o “play”, a tela do computador se apresenta como se fosse uma televisão, com diversos canais, possuindo os botões típicos de um TV ao lado esquerdo. Clicando neles foi configurado para que seja possível “mudar de canal”, imitando mesmo uma TV e suas diferentes programações. Cada canal é um videoclipe, tendo programas de vendas, esportes, jornal, séries, concursos etc. que se integram e interagem com a música, pois simultaneamente todos interpretam e dublam a canção; logo, o usuário estaria comandando e construindo uma narrativa do videoclipe, pois a cada ordem ou ritmo que se traça, diferentes sensações são passadas, gerando assim uma interatividade que antes não era possível com a opção de escolher apenas um canal para interpretação do videoclipe. É interessante observar que ao usar ferramentas inovadoras da Internet, o vídeo usando a estética da televisão crítica ela própria, a mídia que era encarregada anteriormente para dar espaço aos videoclipes. Intrigante analisar como o videoclipe “tira um sarro” do formato engessado e batido dos programas televisivos, com o discurso maçante e insistente dos programas de venda, das performances exageradas dos reality shows, do formato do jornalismo que se repete sempre da mesma maneira. Expondo então esta obviedade da televisão, brincando com a própria Internet, que seria uma mídia bastante diferente, com muitas possibilidades de criação e diferentes focos de conteúdo, explicitado pelo próprio formato do clipe.

Firma-se, portanto, como espaço da experimentação, do rompimento das estruturas clássicas de narração e como referência para outros gêneros audiovisuais. Sobre este aspecto do videoclipe, escreve Arlindo Machado: O sistema digital dá o modelo estrutural para o videoclipe, liberando-o dos modelos narrativos ou jornalísticos que constituem a substância da programação habitual de TV, de modo a situá-lo como um espaço de experimentação e descoberta (CORRÊA, 2006, p.13).

Para fechar este capítulo, reforçamos que o videoclipe se caracteriza por ser um espaço de experimentação de linguagens, levando em consideração que os trabalhos são feitos por pessoas com diferentes formações profissionais e experiências no campo audiovisual e artístico em um geral (cinema, publicidade, animação, videoarte, dança, performance, moda, entre

---

<sup>45</sup> Bob Dylan é um cantor, compositor, escritor, ator, pintor e artista visual norte-americano que se destacou no folk com sua voz inusitada e letras marcantes que falam sobre o cotidiano americano e críticas sociais. Conhecido por ser o primeiro e único artista a ganhar o Nobel, o Oscar, o Grammy, o Globo de Ouro e o Pulitzer.

<sup>46</sup> O termo pode se referir tanto ao aparelho portátil que reproduz músicas ou imagens, como a programas de computador que executam arquivos de áudio ou vídeo.

muitos outros). O videoclipe é uma prática audiovisual que se evidencia em um primeiro momento como ferramenta mercadológica de divulgação; posteriormente se consolida como produto da indústria do audiovisual. (CORRÊA, 2006). Melhor dizendo, ele surge no sistema industrial fonográfico objetivando a divulgação do produto música, trazendo em si a famosa oposição arte *versus* indústria. Sua característica industrial, associada diretamente à técnica de reprodução, proporcionará a distribuição e alcance a uma população grande e geral, de diferentes classes sociais e contextos. Mas depois, foi-lhe concedido o status de gênero audiovisual, fazendo parte, assim, da Arte.

Posto isso, essa dimensão mercadológica concede ao videoclipe existir como gênero audiovisual, concebido com o potencial da pluralidade de possibilidades criativas do audiovisual contemporâneo. O videoclipe simboliza a transformação nos modos de consumo de música, existindo agora como música para se escutar e para se ver, destacando a tendência da cultura contemporânea cada vez mais ligada ao som com imagem.

O videoclipe, então, pode ser pensado como um recurso cheio de possibilidades e resultados no uso em espaços de formação. A utilização desse recurso faz com que o educando se aproxime cada vez mais de algo que poderia ser abstrato e tornar-se mais familiar.

Por isso, podemos entender o videoclipe como uma poderosa arma para a criação do sujeito crítico na contemporaneidade, já que o rápido desenvolvimento tecnológico trouxe o novo fenômeno em que a informação se apresenta como um fator chave dos processos produtivos de bens e serviços.

### **3. RELAÇÃO ENTRE VIDEOCLIPE E EDUCOMUNICAÇÃO**

Após abordarmos os conceitos de educomunicação e videoclipe é importante discutir como se caracteriza um processo de construção educomunicativa de um videoclipe, ou ele próprio, enquanto um “produto educativo”.

Para tanto, se faz importante partir da discussão entre processo e produto, entendendo que os produtos são frutos dos processos desenvolvidos, sendo nesse caso criados a partir dos preceitos educativos, isto é, no qual os envolvidos conseguem trabalhar coletivamente, de forma alinhada e horizontal, criando espaços dialógicos e democráticos. Ao fim deste processo, existe a expectativa de que isso será refletido no resultado. Por esse viés, mesmo que

o produto não seja explicitamente educativo ou educomunicativo em sua mensagem, se ele for construído a partir dos preceitos educomunicativos, torna-se um objeto educomunicativo.

Por conta disso não existe, necessariamente, um filme, música ou videoclipe educomunicativos, mas sim, um emprego educomunicativo no filme, música, videoclipe. Podendo ser uma produção existente mediada, em que se usa de um produto externo para relacionar assuntos e criar relações no que está sendo ensinado ou fruto de uma dinâmica processual que resulta em um produto, como foi explicado acima. E, quanto mais a mediação contextualizar o conteúdo, mais ela fará parte de um processo educomunicativo. Sendo importante ressaltar que, se não houver intencionalidade pedagógica nas ações, não se pode dizer que se está trabalhando com educomunicação. Melhor dizendo, fazer educomunicação não é, portanto, apenas incorporar textos midiáticos na educação, a fim substituir os livros ou conteúdos expositivos, mas sim usá-los para ampliar tais conteúdos ou assuntos.

Nossa pesquisa propõe, então, um novo caminho, agora a partir do videoclipe, inserindo o elemento música no audiovisual, que ainda não foi muito pesquisado e utilizado, ressaltando aqui o objetivo deste trabalho em indicar que esse caminho vale ser sistematizado, justificando a proposição da presente pesquisa. Para tanto, serão usados como base de discussão e análise alguns projetos que já trabalharam esses dois conceitos simultaneamente. Entre eles, destacam-se três projetos de prática educomunicativa da pesquisadora Vânia Beatriz Vasconcelos de Oliveira<sup>47</sup>, que desenvolve e difunde uma metodologia de produção coletiva de videoclipes com a finalidade de uso em atividades de sensibilização para as questões ambientais. Isso acontece em oficinas, nas quais os participantes através de vivência e processos interativos e dialógicos, discutem e reescrevem discursos ambientais, usando como base o discurso literário de composições de artistas locais buscando entender porque e como pode ser feita essa união entre videoclipes e educomunicação. Entre esses projetos estão a Produção do videoclipe “Sabor Amazônia”<sup>48</sup> (2018), o projeto Toadas de Bois-Bumbás da Amazônia promovendo a Cidadania Ambiental<sup>49</sup> (2011) e o trabalho Inter-relações entre comunicação e educação em grupos

---

<sup>47</sup> Vânia Beatriz Vasconcelos de Oliveira é Comunicóloga, com formação em Publicidade e pesquisadora em Comunicação, Ed. Ambiental e Desenvolvimento Rural na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, em Rondônia. A autora desenvolveu uma metodologia caracterizada como prática educomunicativa de produção de videoclipes ambientais, utilizando música de artistas locais.

<sup>48</sup> A produção do videoclipe “Sabor Amazônia” fez parte das atividades do Projeto “ABC D da Ciência Florestal”, coordenado pela Embrapa Rondônia, em Porto Velho - RO, com a participação de alunos da Escola Estadual Murilo Braga. (...) O objetivo do projeto foi conhecer a percepção ambiental dos alunos da escola, sobre a valorização do açaí, fruto da sociobiodiversidade amazônica e produzir um videoclipe. (OLIVEIRA, 2018, p.1)

<sup>49</sup> O objetivo do estudo foi identificar a colaboração do discurso literário e do discurso científico para a elaboração de um novo discurso, o discurso de educomunicação científica e ambiental. A produção e recepção de duas toadas,

comunitários de estudos sobre questões ambientais: do álbum seriado ao videoclipe<sup>50</sup> (2010). Também será usada a experiência descrita por Silveira e Lago (2013) no artigo “Educomunicação: A experiência com jovens infratores” sobre o Projeto Gaia, dirigido a adolescentes detidos em cumprimento de medidas socioeducativas, em que são trabalhadas com esses jovens oficinas pautadas nos conceitos de educomunicação para disseminar cultura, valores e conhecimento ao grupo, usando o videoclipe, entre outras tecnologias e as linguagens midiáticas para a expressão do que sentem e pensam. (SILVEIRA; LAGO, 2013).

### **3.1 Construção do problema**

Como qualquer outra mídia incorporada no uso da educomunicação, sugere-se também o olhar ao videoclipe, uma mídia extremamente consumida pelos jovens hoje.

Construiremos neste capítulo a importância do videoclipe ao ser usado para além do entretenimento, mas como parte da produção do conhecimento, uma vez que é parte da cultura. Entendemos que o videoclipe pode ser usado de modo educomunicativo e, se assumido pela educação, pode ser um grande aliado na formação humanista e cidadã. Podemos considerá-lo na dimensão da cultura, da linguagem e como fenômeno midiático. O que entendemos é que projetos educomunicativos que incluem o videoclipe podem possibilitar a produção de conhecimento inter e transdisciplinar. A partir da dicotomia arte/indústria problematizamos aqui a relação e o lugar que o formato pode ocupar na educação, podendo ser entendido como mídia, produto e linguagem artística.

O videoclipe, no contexto social da web, potencializa os efeitos da música na sociedade contemporânea e mídias sociais, que podem ser entendidos como dispositivos “infocomunicacionais”, visto que formam ricos ambientes para análise e compreensão dos diversos atores e suas ações de informação.

---

na forma de videoclipes, foram realizadas por jovens estudantes de uma escola pública (Escola Marcelo Cândia em Porto Velho) que, por meio de um processo interativo, passaram da condição de consumidor a produtores de informação. Os dados deste estudo têm origem em atividades desenvolvidas em 2007-2008, pelo projeto Com.Ciência Florestal, com o objetivo de divulgação científica da pesquisa florestal, coordenado pela Embrapa Rondônia (OLIVEIRA, 2011, p. 1).

<sup>50</sup> A atividade se insere no campo da mediação tecnológica na educação não formal, e consiste na associação de músicas de conteúdo educativo, preferencialmente do repertório de artistas da região amazônica, e imagens das comunidades nas quais se desenvolve programa sócio-educativo. As dinâmicas de sensibilização e reflexão com uso de música foram criadas e aplicadas em grupos de estudo, envolvendo agricultores familiares em projeto de comunicação e educação para a gestão ambiental, em Rondônia. A produção e aplicação de recursos audiovisuais (álbum seriado ou videoclipes) são elementos da comunicação educativa que contribuem para a ação da extensão rural (OLIVEIRA, 2010, p.1).

Esta diversidade de novos cenários, em que se vivencia a música nos meios de comunicação e que geram novas ferramentas de auxílio para o fazer musical, proporciona ao jovem uma aprendizagem musical na qual ele pode interagir com os conteúdos. Este ainda é um vasto campo a ser investigado e questionado, carregando características positivas e negativas, dependendo do ponto de vista, mas esta não é uma discussão que será levantada neste trabalho.

Como dito anteriormente, o uso do videoclipe se dá não apenas como um exemplo de arte, mas também, do potencial de novas tecnologias para o benefício social e educacional.

O atributo descontraído e múltiplo (em suas possibilidades criativas) do videoclipe que conecta diversos componentes multimídia em um único produto, abre para que se trabalhem variadas temáticas de grande relevância para a sociedade como o meio ambiente, as denúncias sociais, o bullying, o preconceito etc.; que podem gerar debates apoiados no produto já existente, ou na criação de um novo. Por esse viés, ele pode ser contextualizado enquanto produto educomunicativo, passível de se tornar uma ferramenta de transformação social, protagonismo e discurso social. Já que “a Educação e a Comunicação são ferramentas indispensáveis na construção da cidadania. Quando ambas se unem, produzem mudanças substanciais nas relações sociais e no modo como os grupos humanos interagem” (SOARES, 2014 p.11). São diversas as possibilidades de uso do videoclipe como produto simbólico da indústria cultural articulado a conteúdos educativos e educomunicativos.

Segundo Kaplún (1985), a educação e a comunicação são ferramentas básicas para o entendimento do indivíduo enquanto cidadão e sua inserção na sociedade. Os meios de comunicação usados em espaços educativos podem gerar ações reflexivas e estimular a leitura crítica, partindo do pressuposto já levantado anteriormente, em que é necessário um receptor ativo e analítico frente às informações dadas pelas mídias. O letramento visual proporciona ao indivíduo o desenvolvimento de aptidões para reconhecer e compreender que a imagem está relacionada essencialmente ao processo de produção de sentido, sendo a multimodalidade<sup>51</sup> de

---

<sup>51</sup> Segundo o livro *Multimodalidades e Leituras: funcionamento cognitivo, recursos semióticos, convenções visuais* de Dionísio, Vasconcelos e Souza (2014), o conceito de multimodalidade pode ser definido como uma fusão de diferentes elementos e métodos semióticos – isto é, diferentes linguagens, como representações visuais, gestos, música, imagens, escrita, cores, ângulos, sons, movimento, entre outros – estes são então combinados e integrados em situações comunicativas. Sendo uma “abordagem interdisciplinar que entende a comunicação e a representação como envolvendo mais que a língua” (DIONÍSIO, VASCONCELOS, SOUZA, 2014, p. 48). Em outras palavras, a multimodalidade resume-se a um fenômeno resultante desse cruzamento entre diversos elementos e recursos semióticos, o que fomenta a potencialização da produção de efeitos de sentido do texto.

extrema importância na formação do leitor que, ainda mais hoje, interage, divulga e compartilha textos multimodais mediados pelas tecnologias o tempo inteiro.

Kaplún (1985) exemplifica essa concepção abordando as mudanças de olhar que ocorrem por meio das práticas educomunicativas. Ao ter contato com câmeras de vídeo, por exemplo, os alunos envolvidos em projetos de educomunicação (os educandos) notariam que um enquadramento pode alterar uma realidade. Saber interpretar as informações disponibilizadas pela mídia é pré-requisito fundamental para compreender as mais diversas engrenagens que movem a sociedade. Para Soares, trata-se de um percurso que leva em conta a sociedade da informação e o papel da mídia na geração de conteúdos, mensagens e apelos comportamentais. Segundo a justificativa do CNE (...) se, de um lado, “é importante a escola valer-se dos recursos midiáticos é, igualmente, fundamental submetê-los aos seus propósitos educativos” (SOARES, 2011, p. 8-9).

Essa contribuição para a formação dos jovens, com a possibilidade de acesso, se bem articulada, tem papel fundamental no desenvolvimento do território, dado que proporcionará aos cidadãos mais compreensão, consciência e autonomia, gerando possíveis reflexões sobre as mudanças necessárias em sua região, como veremos apontado nos projetos de Oliveira (2010, 2011, 2018), que indica que

É necessário que a escola contribua para transformar os alunos em consumidores críticos dos produtos midiáticos (meta número 1), ao mesmo tempo em que passem a usar os recursos tecnológicos como instrumentos relevantes no processo de aprendizagem (meta número 2). É dessa criticidade do olhar e da criatividade no uso dos recursos midiáticos que pode surgir uma nova aliança entre o aluno e o professor (meta número 3), favorecida justamente pelo diálogo que a produção cultural na escola é capaz de propiciar. (SOARES, 2015, p. 9)

O desafio atual é o de repensar o processo educativo e cultural da escola com os conhecimentos advindos das interfaces gestadas pela mídia. Nessa intersecção vive-se a ascensão de um novo modo de ser e pensar, pois a nova geração, após anos de influência direta dos meios de comunicação e tecnologia digital, reivindica novas possibilidades de aprendizado, para as quais a educomunicação se apresenta como resposta de trabalho a estas questões. Nesse contexto, a relação entre o ensino, a juventude e o mundo da comunicação ocorre no meio desse processo formativo, que é por natureza transformador (SOARES, 2011).

Sendo assim, o educomunicador teria o papel de ressaltar esse processo de aprendizado como uma forma de ressignificar o mundo, expandindo olhares e possibilidades para os

indivíduos ampliarem sua compreensão crítica da realidade conforme a transformam. Portanto, a educação não está restrita ao campo teórico, mas é, necessariamente, um ato criador, de intervenção direta na realidade, em que educandos e educadores exercem plenamente a sua humanidade. Ao apontar que o educador deveria assumir o papel de “facilitador” ou “coordenador”, em vez de tratar estudantes como caixas para serem enchidas, Freire estimula que um aprenda com o outro e que “não há diálogo, porém, se não há um profundo amor ao mundo e aos homens” (FREIRE, 2019, p. 51).

Os alunos desafiam o tempo todo o conhecimento enciclopédico dado pelos educadores e, por conta disso, se entende a necessidade de pensar o emprego de tecnologias digitais no cotidiano das salas de aula, formando gradualmente um novo comportamento intelectual. Ressaltamos que, para isso, não deve-se abrir mão do conhecimento “clássico”, pois pode-se criar uma dinâmica que entrelaça os conteúdos pedagógicos ao discurso das mídias, construindo sentidos para a escola e a vida. Nessa “realidade digital”, é possível observar que os mais jovens se integram melhor e mais rápido ao audiovisual e às novas tecnologias, em parte, porque já nasceram dentro desta cultura, na qual tais ferramentas são tão “naturais” como o ato de respirar. Logo, identificam-se como os mediadores desses processos os chamados educomunicadores –, “que tem, entre suas funções, o papel de introduzir a mídia na sala de aula, orientando ou propondo, por exemplo, estratégias para a utilização didático-pedagógico do jornal, da televisão e da Internet no espaço escolar” (SOARES, 2012, p. 84). Essa linha de raciocínio embasa, neste trabalho, nossa proposta de emprego do formato midiático do videoclipe.

Educadores e educandos vivem uma nova realidade e há a necessidade de uma atuação colaborativa, para que o conhecimento seja, de fato, vivenciado e, consequentemente, apropriado. As novas formas de estar e ser no mundo digital exigem movimento e transformações das práticas pedagógicas, para que acompanhem essa nova cultura e não fiquem alheias. Assim,

(...) ensinar não pode ser um puro processo, como tanto tenho dito, de transferência de conhecimento do ensinante ao aprendiz. Transferência mecânica de que resulte a memorização maquinal que já critiquei. Ao estudo crítico corresponde um ensino igualmente crítico que demanda necessariamente uma forma crítica de compreender e de realizar a leitura da palavra e a leitura do mundo, leitura do contexto. (FREIRE, 1993, p.23)

Soares aponta que o Ministério da Educação do Brasil (MEC) já propunha que a comunicação não fosse colocada apenas como objeto de observação e de análise crítica, mas que se encontre de fato integrada aos conteúdos. Cabe então, nesse processo, uma

interdisciplinaridade entre conteúdos, além da leitura, construção de mensagem e saberes práticos, com o objetivo de integrar os conteúdos educativos. Ao unir a temática trabalhada com letra, música, imagem, mensagens e os temas transversais, comprehende-se como a interdisciplinaridade pode se fazer presente nesse processo (SOARES, 2015). Sendo assim, a educomunicação tem como objetivo, além de desenvolver um senso crítico, criar uma forma eficiente de democratização da comunicação, uma vez que “quanto mais crítico um grupo humano, tanto mais democrático e permeável, em regra. Tanto mais democrático, quanto mais ligado às condições de sua circunstância” (FREIRE, 1985, p.95).

Fazer educomunicação não é, portanto, apenas incorporar textos midiáticos na educação, a fim substituir os livros ou conteúdos expositivos. Também não se trata da exibição de videoclipes e outras ferramentas audiovisuais como ilustração de conteúdos, mas implica na interação e mediação das mídias, leitura crítica e também na produção das próprias mensagens por parte dos estudantes. Para Soares (2011), a educomunicação, além de ampliar as formas de se ver o mundo fortalecendo também o senso crítico, propõe alternativas contemporâneas e novas de mediação, objetivando melhorar problemas sociais.

O videoclipe é, talvez, um dos formatos midiáticos mais presentes na atualidade e, devido à internet, em apenas alguns cliques estão disponíveis milhares de produções profissionais e amadoras. Observa-se aqui o videoclipe como um recurso cheio de possibilidades dentro da sala de aula ou de qualquer outro espaço educativo, seja formal ou não. O “olhar da câmera” é a arte sob outro ponto de vista. A utilização desse recurso faz com que aquilo que poderia ser algo abstrato se torne cada vez mais próximo da realidade de cada sujeito.

Através das artes temos a representação simbólica dos traços espirituais, materiais, intelectuais e emocionais que caracterizam a sociedade ou o grupo social, seu modo de vida, seu sistema de valores, suas tradições e crenças. A arte, como uma linguagem representacional dos sentidos, transmite significados que não podem ser transmitidos através de nenhum outro tipo de linguagem, tais como as linguagens discursivas e científicas. Não podemos entender a cultura de um país sem conhecer sua arte. (BARBOSA, 2015, p. 4)

No videoclipe se retratam diferentes formas de falar, comunicar, vestir, existir e entender um assunto a partir de um ponto de vista, compondo assim as características de uma comunidade. São exibidos elementos corporais e verbais, trabalhados com o intuito de mostrar a existência daquela sociedade. Para que o sujeito aprenda a se comunicar e caminhar é necessário apoio, que este trabalho acredita como sendo a arte de forma mais generalizada, e o

videoclipe como uma opção mais específica. “Através das artes é possível desenvolver a percepção e a imaginação, apreender a realidade do meio ambiente, desenvolver a capacidade crítica, permitindo analisar a realidade percebida e desenvolver a criatividade de maneira a mudar a realidade que foi analisada” (BARBOSA, 2015, p.5).

A fusão entre culturas é fonte de outras formas de culturas mais apropriadas ao mundo contemporâneo e à comunidade a que o indivíduo pertence, “a identidade cultural não é uma forma fixa ou congelada, mas um processo dinâmico, enriquecido através do diálogo e trocas com outras culturas” (BARBOSA, 2015, p.1). O indivíduo se forma a partir do que vê e sente, transformando o espaço em que vive. Nesse contexto, atores externos como a velocidade do mundo contemporâneo, as tecnologias, a mídia e o mercado influenciam nesse “experimentar o mundo”, pois interferem na cultura, alterando-a.

Isso demanda que haja a descentralização de vozes, a dialogicidade, a interação. As relações humanas têm de buscar equilíbrio e harmonia em ambientes onde convivem diferentes formas de ser e pensar, não apenas no mundo digital, mas em todos os campos, sendo então essencial olhar e refletir sobre a qualidade das relações interpessoais no processo, dado que os seres humanos estão constantemente interagindo.

Nessa perspectiva, refletir o videoclipe no âmbito educacional como ferramenta educomunicativa em projetos interdisciplinares proporciona ao sujeito a oportunidade de conhecer mais profundamente sua história e buscar alternativas aos conflitos contemporâneos. Pressupondo atender à diversidade e criação de vínculos, pode-se, ao utilizar o videoclipe, resgatar e reinventar novas maneiras de ver/ler o que ocorre hoje e a transformação cultural vivida, visto que a cultura interfere, soma e se agrega ao indivíduo, estimulando a produção de novas e diversas formas de ler e entender o mundo. A moda e as gírias (modo de falar), por exemplo, mostram a cultura com referências próprias, criadas ao passar do tempo. Kaplún (2004) diz que todos os indivíduos são dotados e possuem recursos para transmitir e receber informações, e que da mesma forma têm o direito de participar do processo de comunicação, podendo desempenhar tanto o papel de receptor quanto de emissor<sup>52</sup>. Sendo assim, um

---

<sup>52</sup> EMIREC seria o conceito do qual Kaplún (2004) se apropriou do francês “émeréc”, proposto por Jean Cloutier, em que une a palavra “emissor e receptor”. Hoje há também o conceito de Prosumer (Produtor e consumidor), seria alguém que gosta e consome tanto algo que acaba por produzi-lo. É um conceito mais recente, mas segue na mesma linha que o EMIREC. A diferença entre os dois é que o conceito de EMIREC parte da perspectiva da comunicação, enquanto que de Prosumer pela da produção.

comunicador popular, o educomunicador, também deve conhecer a linguagem dos meios atuais, para poder usá-las dando espaço de protagonismo e voz aos educandos.

Partindo dessa ideia, o ato verdadeiramente educativo seria não negar, mas sim, se apropriar das mídias em suas possibilidades de emancipação, quando feitas a partir de uma construção pedagógica, democrática, sendo colocadas como objetos de conhecimento. Nesse aspecto, a ênfase na educação para a comunicação midiática deve prever ações que abarquem, tanto a formação para uma recepção ativa e crítica em todos os níveis, quanto pensar políticas que estimulem produções de qualidade, abrangendo as múltiplas e diversas e práticas sociais de cada região.

O entendimento desta pluralidade de possíveis significados a serem assimilados na emissão e recepção da mídia traz a demanda de compreender essa relação de forma mais orgânica e menos determinista. Sendo assim, os espaços educativos devem criar um jogo dialético com os meios midiáticos. Ressaltamos a importância de considerar os aspectos contraditórios da indústria cultural como geradora de interesses, mas também como socializadora dos objetos culturais, como o videoclipe e a música.

Por fim, consideramos importante enfatizar que as mídias e as tecnologias fazem parte da nossa vida hoje, tendo um papel importante na produção e transmissão de culturas. As críticas e elogios feitos aos meios devem continuar sendo feitos e avaliados, mas com bom senso para que não haja apenas uma negação e se deixe de formar os cidadãos da era atual.

### **3.2 Caminhos entre Videoclipe e Educomunicação**

A produção de videoclipe é um campo atual e atraente devido ao fator musical e comercial, que disponibiliza diversas possibilidades de atuação, destacando a forte relação entre o campo da comunicação e o campo do trabalho. Perspectiva que aponta para um bom uso em contextos e projetos educomunicativos.

O objetivo é usar não somente da arte, como também das tecnologias para o benefício social e educacional. Um dos motivos principais de se usar do videoclipe como método educomunicativo está na circunstância de intenso consumo de obras audiovisuais entre os jovens propiciada pela internet. Assim, os videoclipes têm a capacidade de se espalhar com tamanha rapidez, estando incorporados na vida diária dos jovens. Por que então não utilizar de um produto que é costumeiro entre crianças e jovens como método educacional? Que, inclusive,

além de gerar debates, podem também estimular o surgimento de futuros artistas do mundo musical e audiovisual, como já foi antes apontado com o relato de Moletta (2014).

Como alerta Jesús-Martín Barbero (1996), os novos educadores devem ser capazes de compreender que há uma nova cultura juvenil irreversivelmente em formação, vendo nelas mais que ameaças, mas novas e interessantes possibilidades de fazer uma nova aula e uma nova escola. (SOARES, 2012, p. 80)

Em outros formatos, como a fotonovela por exemplo, é preciso apresentar o que é, de onde vem e qual seria sua importância, já que esse formato não faz parte da vida dos jovens na atualidade, enquanto o videoclipe é conhecido por eles e faz parte do seu dia a dia.

Além disso, há o fator representado pelas redes sociais, já comentado anteriormente, que usa do gênero videoclipe como base de seus conteúdos, que a música define e orienta, como se fossem “nano videoclipes”, quase um comentário ao formato. Como, por exemplo, os vídeos na rede social Tik Tok, muito usada pela camada jovem da população, que usa da linguagem videoclipe de forma extremamente diluída, pois a música ganha um significado que reforça a mensagem do vídeo ou, melhor dizendo, este último não existiria sem a música.

Além disso empregam-se músicas para alavancar conteúdos entre os usuários da rede, o que contribui para que músicas sejam amplamente divulgadas, como aconteceu, por exemplo, com a banda Fleetwood Mac, que voltou a 7ª posição na Billboard<sup>53</sup> com sua música “Rumors”, lançada em 1977 depois de um vídeo viralizar em uma rede social. O videoclipe traz e conecta muito mais o jovem hoje<sup>54</sup>, tendo esse poder e importância, não só a imagem ou a linguagem, mas a junção do sentido que a música comunica com a imagem, facilitando a disseminação da mensagem. Setton (2009) destaca que

---

<sup>53</sup> A banda anglo-americana de rock, formada em Londres, no ano de 1967 Fleetwood Mac, voltou às paradas da Billboard após 44 anos com seu álbum *Rumours*, de 1977, entrando na sétima posição nas paradas norteamericanas após sucesso e viralização de um vídeo de Nathan Apodaca no Tik Tok, em que o usuário se gravou andando nas ruas de skate enquanto tomava um suco e cantava um trecho de “Dreams”, uma das faixas mais aclamadas do segundo álbum do grupo. Foi o que bastou para criar um meme tão popular que foi capaz de recolocar a banda de Londres de volta às paradas da Billboard. A gravação teve milhões de visualizações na rede social de vídeos curtos e colocou Apodaca em um momento de fama. Para ter uma melhor noção da magnitude do meme, a repostagem do vídeo feita pelo próprio Nathan no YouTube teve mais de 5 milhões de visualizações. A música “Dreams” entrou em 21º no Hot 100 da Billboard e o sabor de framboesa e cranberry da marca Ocean Spray, que ele bebe na gravação, começou a esgotar nos mercados dos Estados Unidos. (Correio Braziliense).

<sup>54</sup> Ainda que seja impossível determinar uma única forma de vivenciar a juventude, refletir sobre as tensões e expectativas deste grupo é falar de uma sociedade contemporânea na qual se elaboram vivências, paradoxalmente, muito semelhantes. (SETTON, 2009, p.16).

(...) como fenômeno social, a música tem a capacidade de articular o indivíduo a um grupo de referência mais imediato; porém, também cumpre outra função: serve como instrumento de diálogo interno, diálogo formador de subjetividades. Na objetivação das letras, ritmos e sons, a mensagem musical pode oferecer material reflexivo para os jovens falarem de si para si mesmos (SETTON, 2009, p. 17).

Oliveira (2010) ressalta que a música é um ótimo meio de despertar interesse e participação dos indivíduos (OLIVEIRA 2010) ao descrever os projetos “Comunicação e educação para gestão ambiental em comunidades ribeirinhas do Rio Madeira” e “Organização comunitária em apoio ao manejo florestal”, coordenados pela Embrapa Rondônia. Em que atividades para a sensibilização e capacitação do fortalecimento organizacional e trabalho em grupo foram desenvolvidas, com o objetivo de fomentar a participação dos comunitários na gestão dos recursos naturais locais. O projeto foi feito a partir do uso, produção e aplicação de procedimentos audiovisuais, desde o álbum seriado ao videoclipe, usando o objeto música associado a conteúdos educativos, com prioridade no uso de repertório local e imagens feitas na e pela comunidade, “conduzidas numa perspectiva de ação participativa e como espaço de construção de conhecimento sobre a realidade local, no qual se busca exercitar a colaboração, união e organização do grupo” (OLIVEIRA, 2010, p. 3- 4).

A autora descreve que o foco do projeto, voltado para a agricultura familiar e desenvolvimento sustentável, gerou a necessidade de definir um novo modelo pedagógico para a extensão rural brasileira (OLIVEIRA 2010). No texto ela destaca que estudos comprovam que a educação por meio da música aprimora a criatividade, a sensibilidade e a inteligência, criando oportunidades de expressão do aluno e “além disso, as atividades musicais têm o intuito de criar laços entre as pessoas baseando-se na atividade em grupo.” (OLIVEIRA, 2010, p. 5). Para iniciar uma discussão sobre as espécies florestais existentes no assentamento foi utilizada a música “Matança” (Jatobá, 1994), em que se relata a perda de diversas espécies, e a partir da letra fez-se um levantamento das espécies que os participantes conheciam. Outro exemplo foi com a música “Sabor Açaí” (CHAVES; GOMES, 2001), em que se descreve na letra aspectos socioculturais do fruto e da planta, gerando a discussão sobre uma gama de informações acerca do açaí, alimento e produto de extrema importância no norte do país. (OLIVEIRA, 2010)

Na aplicação de dinâmicas no processo de elaboração de plano de desenvolvimento em comunidade assentada, Oliveira et al (2003) avaliaram o emprego de músicas, como técnica de grande importância nas diversas etapas do planejamento participativo, uma vez que estimularam a participação dos assentados na discussão e reflexão da realidade local do assentamento. (OLIVEIRA, 2010, p. 5)

A Educação que dá destaque ao processo ressalta a importância da transformação das pessoas e das comunidades como consequência desse desenvolvimento. É priorizada a interação dialética entre as pessoas e suas realidades (palavra-mundo), e quando são evidenciados os processos na educação, é possível entendê-la como constante e permanente, de modo que a pessoa vai descobrindo, elaborando, reinventando, transformando conhecimento em algo para e a partir de si próprio. Isso resulta numa sequência de ação-reflexão-ação em que o sujeito produz a partir de sua realidade e experiência, desde sua prática social, em conjunto com todo um grupo de indivíduos que participam desse processo, propondo que os educandos se apoderem das linguagens midiáticas.

O papel do educomunicador, na educação processual, é de acompanhar o educando, estimular o processo de análise e reflexão para facilitar, mas também para aprender e construir junto. “A estratégia é a problematização, que deve auxiliar a pessoa a desmistificar sua realidade, tanto física como social.” (FREITAS, 2015, p. 155).

A partir das músicas trabalhadas e debatidas foram elaborados videoclipes usando fotografias produzidas digitalmente, com foco em imagens do trabalho nas comunidades. Houve questões de dificuldades de acesso aos recursos tecnológicos mais modernos, um problema importante a ser destacado por conta da realidade brasileira, em que ainda não há acesso para todos.

É importante destacar que a educação não é individual, mas sim coletiva. Não se educa sozinho, mas a partir de trocas quando se integra com o outro ou os outros e pode-se, então, para esse tipo de educação, usar diversos recursos audiovisuais e tecnológicos, mas tendo como intenção final problematizar e assim estimular discussões, diálogos, reflexões e a participação dos envolvidos. (FREITAS, 2015).

Soares (2011) salienta a partir de duas ideias principais a ideia de como construir a relação entre a educação e o audiovisual, sendo necessário entender primeiro que a educação acontece apenas quando há uma “ação comunicativa”, presente na formação do indivíduo e em segundo que a comunicação, enquanto produção simbólica e emissora de sentido é, sem si, uma “ação educativa”. (MOGADOURO, 2011, p.16)

Quando se passa a entender a comunicação como um processo que é enriquecido partindo dos saberes sobre suas demandas sociais, logo pode-se assumir os meios de difusão de comunicação, de ideias e mensagens, como a extensão de sua forma de expressão a favor da articulação social.

Os projetos educomunicativos que apresentam esse caminho, dado muito intensamente na educação não-formal, que têm mostrado a relevância para que a chamada mediação tecnológica na educação seja possível e ganhe novos espaços, seja em projetos escolares, como não-escolares e em políticas públicas. Como se deu no projeto de produção do videoclipe “Sabor Amazônia”<sup>55</sup>, atividade do “Projeto ABC D...”, sendo ele um trabalho de divulgação científica a partir de pesquisa feita pelos alunos sobre a percepção ambiental a respeito do produto açaí. A metodologia criada pela autora se dá a partir de três pilares:

(1) a oficina como o lugar de interação, de contrato de comunicação e elaboração de um novo discurso; (2) o discurso da música amazônica para estimular a discussão e a reflexão sobre a temática ambiental; e (3) a percepção ambiental dos participantes da mesma, situados no contexto sócio histórico de mobilização da sociedade para a ação-cidadã a partir da compreensão de como e para que “se faz ciência”, e qual a sua aplicabilidade no dia-a-dia do cidadão comum. (OLIVEIRA, 2018, p. 3)

De forma resumida, a produção do videoclipe se deu pela análise textual da letra da música, sendo ela a guia sonora e imagética do videoclipe, a partir de conversas sobre a temática foi elaborada a narrativa audiovisual do produto, partindo então para o planejamento da produção de imagens, seguida por produção, montagem e finalização, sempre a partir de encontros e trocas feitas com os alunos.

O projeto tinha como objetivo conectar os resultados das pesquisas científicas no setor florestal e o cotidiano do cidadão comum e divulgar os resultados da produção científica por meio de eventos dirigidos à comunidade escolar pelo uso do videoclipe. Usado para estimular e apresentar esses conhecimentos aos participantes e para a disseminação do que foi apreendido. A música escolhida pelo projeto a ser trabalhada foi “Sabor Açaí”, escrita por Nilson Chaves e Joãozinho Gomes, dois artistas amazônidas, trata dos aspectos da cadeia produtiva do açaí, desde informações sobre a planta até os modos de consumo pela população. Setton (2009) mostra que

Tomar os produtos culturais, neste caso a música – em sua dimensão social –, é considerá-los como elos entre o indivíduo e a sociedade; é resgatá-los na qualidade de instrumentos de comunicação entre o universo de nossas subjetividades e o universo objetivo da realidade material que nos rodeia. Assim sendo, tem o poder de exercer em nós uma força socializadora. Em outras palavras, considerar a música a partir da perspectiva sociológica é trabalhar o potencial desta linguagem na construção e mediação de códigos e significados de um coletivo e seu poder de constituição de nossa subjetividade (SETTON, 2009 p. 15).

---

<sup>55</sup> Veja o videoclipe em: <https://www.youtube.com/watch?v=AUg8VRaAcWQ>.

A partir da audição da música iniciou-se a conversa sobre a valorização do alimento. Na oficina os alunos foram orientados a produzirem suas próprias imagens, enfatizando a importância da escolha dos signos que seriam inseridas no vídeo, alertando-os para evitarem representações literais dos versos da música, e o roteiro do videoclipe feito a partir de uma abordagem conceitual sobre videoclipe educativo. Foram definidas duas principais abordagens, sendo a primeira a valorização do produtor de açaí, compreendendo que a colheita do fruto é um trabalho difícil e cuja imagem os alunos conheciam apenas através da mídia. E em segundo a importância do fruto açaí como alimento para a população amazônica, verificando os versos da música que fazem referência ao fruto como a paixão do povo da Amazônia (OLIVEIRA, 2018).

E pra que tu foi plantado  
E pra que tu foi plantada  
Pra invadir a nossa mesa  
E abastar a nossa casa  
Teu destino foi traçado  
Pelas mãos da mãe do mato  
Mãos prendadas de uma deusa  
Mãos de toque abençoado  
És a planta que alimenta  
A paixão do nosso povo<sup>56</sup>

Os objetivos e abordagens definidas pelo projeto apontam para alguns fatores importantes que conectam o campo Educomunicação e o uso do formato videoclipe, em que foi ressaltada a escolha de signos para representar a mensagem que seria passada no produto final, destacando a importância da produção de imagem pelos próprios alunos. Além disso, há o espaço de protagonismo de um povo com o uso da música em que se apropria e orgulha de suas raízes e produtos.

Assim, a mensagem foi pensada, criada e produzida pelos jovens que, a partir da apropriação de informações sobre a própria cultura local, criaram também um novo produto a ser repassado entre a comunidade, estabelecendo contato com o seu entorno e demonstrando o

---

<sup>56</sup> Pedaço da letra de “Sabor Açaí” de Nilson Chaves. Retirado do WebSite Letras.com <https://www.letras.mus.br/nilson-chaves/217034/>.

protagonismo liderado pelos participantes do projeto, como salientou a autora ao destacar no processo a “capacidade dos alunos em assumir o protagonismo em todas as etapas, tomando iniciativas desde a constituição dos subgrupos, como em relação à ferramenta de edição” (OLIVEIRA, 2018 p. 8). Portanto, é perceptível como a prática educomunicativa está presente no processo, desde a construção de ecossistemas comunicativos entre o grupo até a produção de um videoclipe que divulgue uma mensagem e reproxime os alunos de sua própria comunidade e realidade, exercitando a leitura de mundo. “Neste relato de experiência, consideramos que a prática educomunicativa desenvolvida repercutiu favoravelmente junto aos estudantes, que demonstraram entusiasmo, durante todas as etapas do trabalho” (OLIVEIRA, 2018, p. 9). Para Oliveira (2018) o vídeo produzido cumpriu sua função de popularizar a ciência ao divulgar informações tecnológicas sobre a produção de açaí na Amazônia, além de valorizar o produtor extrativista local, seu trabalho e o produto açaí, tanto pelo seu valor nutritivo quanto pela importância que ele gera ao produtor extrativista não-madeireiro.

Nesse contexto, a comunicação passa a exercer uma função mais ampla, pois torna-se uma arte que provoca significados e produz comportamentos, além de promover trocas no pensamento, no sentimento e na ação, por meio da produção e da emissão das mensagens (FREITAS, 2015). Pode-se dizer então que um produto midiático que permite a participação da população colabora de forma mais eficiente na ampliação da cidadania, já que seu processo de feitura se torna altamente educativo, “pois toda comunicação – enquanto produção simbólica e intercâmbio/transmissão de sentidos – é, em si, uma ‘ação educativa’” (SOARES, 2012, p. 21).

Esse mesmo processo acontece de forma similar no projeto “Toadas de Bois-Bumbás da Amazônia”, que utiliza das toadas de bois da Amazônia, que já “comunicam conhecimentos, valores e crenças da cultura local e apelam ao engajamento de todos para a conservação dos recursos naturais” (OLIVEIRA, 2011 p. 1), com intuito de criar um espaço que problematize a possibilidade de sensibilizar jovens estudantes de escola pública urbana, para a construção de um segundo discurso destinado à educação científica e ambiental. Segundo Oliveira (2011), a “Oficina de Produção de Videoclipes Ambientais” como metodologia educomunicativa socioambiental é elaborada enquanto espaço onde ocorre a recepção e interpretação do discurso literário/poético tendo em vista a divulgação científica e a educação ambiental.

Como já foi levantado no primeiro capítulo, para a leitura crítica da mídia e do mundo é necessário um leitor atento, que não se limite a apenas um veículo e que conheça suas formas de produção, podendo então comparar os conteúdos, linguagens e abordagens. Com o uso de

ferramentas midiáticas — no caso deste trabalho, com videoclipe — o aluno pode partir da leitura destes para a reelaboração de suas próprias leituras e criação de mensagem, partindo da construção viva desse universo. Ao comunicar histórias da sua comunidade e bairro, de seus habitantes, passa a ter voz e aprender novas possibilidades dialógicas, tornando-se sujeito de sua própria história e sociedade. Soares (2012) afirma que a formação do indivíduo crítico e sensível, com capacidade de leitura de textos e mundo, disposto às experiências estéticas, ao usufruto e regozijo de criação artística passa por um processo de humanização, que também é social. Pois os campos da comunicação e da educação, ao mesmo tempo e cada um à sua maneira, educam e comunicam.

Nas ações educativas devem ser usados os diversos recursos de informação para favorecer o educando em seu desenvolvimento de espírito crítico, concebendo um diálogo produtivo e politicamente emancipado, além de expandir suas capacidades expressivas. Essas pesquisas são feitas por meio de investigações que problematizam a educação e a comunicação; como nos projetos acima descritos, realizando as práticas por meio da educação para a comunicação, do planejamento e da gestão da comunicação.

Como fundamento para esse diálogo está a palavra, elemento central descrito na obra de Freire. Como já levantado neste texto, para o autor, a palavra é crucial em relação à emancipação coletiva dos indivíduos. Através da palavra que se comprehende e intervém na realidade, Freire aponta que “existir, humanamente, é pronunciar o mundo, é modificá-lo. O mundo pronunciado, por sua vez, se volta problematizado aos sujeitos pronunciantes, a exigir deles novo pronunciar” (FREIRE, 1987, p. 108). Sendo assim, estabelece-se uma relação dialética entre o sujeito e o mundo que, por intermédio da palavra, se modifica pouco a pouco. Neste trabalho, gostaríamos de trazer a perspectiva que, para além da palavra, podem ser colocados em vista outros elementos que se unem, que complementam o dizer e o escrever, como a expressão do corpo; dos movimentos; do olhar; das representações artísticas, que nada mais são do que a realidade do sujeito transformada em produto de apreciação e consumo. Usar estes elementos e artifícios para significar a palavra-mundo. Freire também apontava para esta relação de certa forma ao dizer que, por mais que considere a leitura da palavra primordial, “não pode ser desprezada como inferior pela leitura feita a partir do mundo abstrato dos conceitos que vai da generalização ao tangível” (FREIRE, 1993).

Nesse caso, essa leitura se dá a partir da música, uma linguagem universal presente em todas as culturas e épocas como forma de expressão humana, em que, para além da palavra,

também transmite significados com funções emocionais, cognitivas e sociais para o indivíduo, algo ainda bastante precarizado na educação. Oliveira (2011) relata que a musicista, educadora e pesquisadora da UNESP, Sekeff (2007), que se dedicou a estudar os impactos da música sobre os seres humanos, unindo aspectos filosóficos, científicos e poéticos, critica e traz em suas reflexões sobre música e educação, que a escola privilegia o português e a matemática e deixa de lado a interface musical, em que há função poética, metalinguística, e pluralidade e densidade semântica. Considerando que são ditas disciplinas que ensinam linguagens, não se pode deixar de refletir que música também é linguagem, o que significa que esta concebe condição de conhecimento e de organização do pensamento. “(...) A prática da música não só fornece condições para a compreensão e expressão de um fluxo de ideias e emoções, como permite que os educandos operem semióticas que resultam em sentido para suas vidas” (OLIVEIRA, 2011, p. 9).

Para Setton (2009), a música manifesta-se como um fator social que é capaz de agregar, sensibilizar e socializar os indivíduos independentemente de grupo social, etnia, gênero ou idade, além de possuir função dialógica, isto é, de servir como instrumento de diálogo interno e de formação, já que suas mensagens têm o potencial de oferecer e transmitir recursos que levam à reflexão, gerando a possibilidade de comunicação entre as pessoas. A música tem então o poder de formação integral do ser humano e, a partir de sua função socializadora na formação do indivíduo enquanto cidadão, modifica o ser e a sociedade por meio da ampliação de sua consciência.

A música tem importância no processo educacional pois, alimenta de forma privilegiada a imaginação, faculdade que responde pelo alto índice de multissignificação de sua linguagem; nutre a sensibilidade, inteligência e vontade do educando, no sentido de uma integração de valores existenciais, indo assim muito além da mera informação sobre diferentes formas de conhecimento teórico e prático. (OLIVEIRA, 2011, p. 4).

Como o videoclipe parte necessariamente da música, pode-se pensar que esse sentido se amplia ao conectar imagem, som, movimento, corpo, letra, entre outros, como já foi levantado no segundo capítulo. Sendo assim, o videoclipe como um processo de comunicação, de linguagem, de educação e socialização, ao ser usado aliado à educomunicação e às práticas pedagógicas, pode alcançar um espaço mais amplo de convivência e de ações comunicativas com trocas de saberes, experiências, informações, percepções e sentimentos. Tendo como

objetivo a formação integral do educando, estabelecendo conexões entre ideias e habilidades, conhecimentos e sentimentos, mediante expressões, sons e gestos. Como prática social, atribui sentidos e valores às pessoas e à sociedade que constroem, trazendo grande significado ao cotidiano.

A inter-relação educomunicação e videoclipe é possível pois, por meio das práticas educomunicativas, o uso da mídia pode promover novos saberes, olhares e sentidos, de forma inter e transdisciplinar, prazerosa e lúdica, objetivando a possibilidade de construir de forma significativa o conhecimento dentro da realidade do indivíduo. Em relação à diversidade cultural e sua importância no processo educativo Barbosa (2015) escreve:

Para definir a diversidade cultural, nós temos que navegar novamente através de uma complexa rede de termos. Alguns falam sobre multiculturalismo, outros sobre pluriculturalidade, e temos ainda o termo mais apropriado - Interculturalidade. Enquanto os termos “Multicultural” e “Pluricultural” significam a coexistência e mútuo entendimento de diferentes culturas na mesma sociedade, o termo “Intercultural” significa a interação entre as diferentes culturas. Isto deveria ser o objetivo da educação interessada no desenvolvimento cultural. Para alcançar tal objetivo, é necessário que a educação forneça um conhecimento sobre a cultura local, a cultura de vários grupos que caracterizam a nação e a cultura de outras nações. (BARBOSA, 2015, p. 15)

O conceito de ensinar a partir dos preceitos educomunicativos está baseado no processo dialógico, participativo, interativo, criativo, crítico e democrático, dentro de um processo de ensino-aprendizagem que faça sentido na vida do indivíduo, permitindo que vivencie situações e condições de aprendizagem em que possa construir seu próprio conhecimento de maneira significativa e prazerosa, a partir da troca com o outro e suas respectivas leituras de mundo. Pois, o que interessa a partir da perspectiva educomunicativa é a produção coletiva, colaborativa e democrática, objetivando a formação do sujeito enquanto cidadão e agente na sociedade/comunidade. No caso do projeto das “Toadas do Boi-Bumbá”, o uso da música amazônica no processo educomunicacional considera a compreensão da relação homem/ambiente num prisma intercultural dos discursos dos compositores amazonenses como detentores de um saber local (OLIVEIRA, 2011). Isto é um aspecto extremamente interessante por já partir e valorizar o que se tem produzido na comunidade, permitindo, a partir disso, criar e gerar mais conhecimento “pois a arte capacita um homem ou uma mulher a não ser um estranho em seu meio ambiente nem estrangeiro no seu próprio país. Ela supera o estado de despersonalização, inserindo o indivíduo no lugar ao qual pertence” (BARBOSA, 2015, p. 40).

Vemos também os preceitos educomunicativos serem colocados em prática no Projeto Gaia, em que atividades educomunicativas têm como proposta se utilizar de tecnologias e diferentes linguagens de mídias para que os jovens expressassem o que sentiam e pensavam, e assim decidissem o que gostariam para si e para o mundo no qual estão inseridos (SILVEIRA; LAGO, 2013). A equipe da entidade responsável pelo Programa Socioeducativo de Liberdade Assistida e Prestação de Serviços à Comunidade, na cidade de Guarulhos/SP (Projeto Gaia) inseriu em seu currículo atividades elencadas aos conceitos de educomunicação para disseminar cultura, valores e conhecimento aos jovens, valendo ressaltar que no contexto desse projeto, dos 27 adolescentes participantes da Oficina de Áudio e Vídeo, 10 não acompanhavam a escola, 12 participavam de programas de alfabetização para jovens e adultos ou na modalidade de ensino supletivo, e somente 5 frequentavam a escola nos anos conformes suas idades, mas também manifestavam dificuldades para leitura e escrita. As atividades se davam por alguns procedimentos primordiais, como o aprendizado técnico audiovisual e, a partir disso, a produção de trabalhos concebidos pelos jovens, com base no acolhimento e levantamento de expectativas quanto à atividade (SILVEIRA; LAGO, 2013).

Pode-se destacar a aplicação da educomunicação no projeto ao estabelecer ecossistemas comunicativos, gerando um espaço de acolhimento e de livre participação, percepção que mudou significativamente o envolvimento dos alunos. A apresentação de um espaço onde os adolescentes podem optar por participar ou não de atividades atrativas cujos assuntos são do seu universo “ajuda a fortalecer o vínculo dos adolescentes com a instituição e torna evidente para eles essa função reparadora.” (SILVEIRA; LAGO, 2013, p. 8). Para a construção desses ecossistemas comunicativos é necessária clareza conceitual, planejamento, acompanhamento e avaliação. (SOARES, 2012).

Foi descrito pelos autores que, de forma geral, os jovens não se viam capazes de fazer as atividades, fator que estaria ligado diretamente com sua autoestima e expectativa para o futuro, algo que foi transformado ao longo das atividades com os produtos audiovisuais. Segundo os autores que relataram o projeto, muitos dos jovens não acreditavam serem capazes de alcançar grandes objetivos na vida, como faculdade ou bons empregos. Foram levados a pensar que estavam destinados à criminalidade e/ou à marginalidade. Mas após a participação nas atividades do projeto, que implicava em produzir, com o próprio corpo e mente, vídeos, produtos sonoros e fotografias, perceberam que eram capazes de realizar, criar e produzir, e, assim sendo, fazerem parte da sociedade. Ou seja, perceberam que não estavam fadados à vida

marginalizada, e que tinham outras alternativas das quais eram capazes, elevando assim sua autoestima, a partir do resultado das atividades das quais ficaram orgulhosos. A psicóloga Camila Bittencourt, orientadora do adolescente F. J. S. (15 anos), relatou que o jovem se sentiu motivado a desempenhar algumas metas do Plano Individual de Atendimento após ter participado das atividades na Oficina de Áudio e Vídeo, em que foi criado um videoclipe para uma música do gênero funk. Durante um dos atendimentos com a psicóloga, o jovem teria dito: “(...) nunca pensei que a gente fosse fazer uma música e gravar um clipe, achei que só na TV eles faziam isso, mas agora eu vi que eu posso fazer também.” (SILVEIRA; LAGO, 2013, p. 8-9)

Os gêneros musicais funk e rap, por exemplo, são muito consumidos pelas camadas jovens da população e faziam parte da vida dos participantes. A partir da produção do videoclipe surgiu a vontade de criarem suas próprias músicas, letras, rimas e versos. Portanto, ao abrir esse espaço na Oficina de Áudio e Vídeo, em que se instrui sobre os processos de produção musical e incentiva os jovens a comporem suas próprias canções, “grande parte do grupo demonstrou dificuldade para encontrar palavras suficientes para criar versos e rimas. Imediatamente ficou claro para eles que um vocabulário empobrecido é um problema para quem pretende, por exemplo, seguir uma carreira musical” (SILVEIRA; LAGO, 2013, p. 9-10). Mais uma vez neste texto retomamos o conceito de Leitura de Mundo de Paulo Freire, pensando que a maior gama de palavras, aprendidas a partir da realidade de cada um, expande o mundo do indivíduo ao poder nomear e apontar diferentes signos do seu contexto, ajudando assim com o processo de ensino-aprendizagem. Como aconteceu também, por exemplo, no videoclipe sobre educação de qualidade “Rap da Ocupa”<sup>57</sup>, escrito e produzido em 2016 por estudantes do Colégio Estadual Rodolpho Zaninelli, em Vila Verde (Curitiba, PR), em meio a um contexto de protesto das escolas de todo o Paraná contra a Medida Provisória 746/2016 e a PEC 241, ambas relacionadas à reforma do ensino médio no Brasil. Os alunos estavam participando e vivenciando um movimento e encontraram no videoclipe uma forma e espaço para comunicar e disseminar a mensagem do que estavam vivendo naquele momento. Os alunos criaram versos como: “Levanto de manhã querendo mudar o 'mundão', quando chego no colégio já me dá decepção” e “Ao invés de tirar nossas culturas; invistam nas escolas e nas nossas estruturas; Apoiem os alunos e os nossos professores, afinal com essa lei nós seremos sofredores”,

---

<sup>57</sup> Oficina do projeto Afro Educom, que tem como objetivo discutir o tema racismo. A oficina foi organizada pela Parafuso Educomunicação em parceria com o Centro Cultural Humaitá e o Inventar com a Diferença. Saiba mais em: [https://www.youtube.com/watch?v=grltJcI\\_MrI](https://www.youtube.com/watch?v=grltJcI_MrI).

apontando para o descontentamento dos alunos em relação às próprias condições de escolarização, defendendo seu direito a uma educação de qualidade. O refrão, que se repetia ao fim da música, declamava:

Professores e alunos falam com sabedoria  
Governo, pense bem: Educação não é mercadoria  
Vocês fazem o que querem, nós fazemos dessa forma  
Ouçam os alunos, somos contra a reforma<sup>58</sup>

Ao assistir o clipe se percebe como os estudantes estão “por um movimento maior” expondo-se às câmeras, enquanto simultaneamente estão aprendendo como se colocar fisicamente e verbalmente, performar e divulgar a mensagem sendo protagonistas do evento que ali ocorre. Um dos estudantes matriculados no colégio disse à organização Parafuso Educomunicação, encarregada pelo projeto, que “Acho que pode mudar muita coisa, posso aprender a editar vídeo, e talvez me ajude a trabalhar e aprender as coisas para ensinar para outras pessoas” (Parafuso Educomunicação).

A importância da composição, em que a maior gama de palavras disponíveis no vocabulário contribui para que a mensagem seja melhor organizada e disseminada, logo, também melhor compreendida pelos que a consomem, foi entendida pelos alunos, como no caso demonstrado no Projeto Gaia, em que foi observado como resultado dessa tomada de consciência por parte dos jovens o aumento do número de empréstimos de livros na biblioteca do Projeto Gaia, visto que durante a atividade foi ressaltada a importância da leitura para a ampliação e enriquecimento do vocabulário de cada um. (SILVEIRA; LAGO, 2013).

Além da importância da produção dos jovens para eles mesmos, outra consequência positiva foi a aproximação dada a partir do trabalho, que tornou mais fácil para os alunos tratar de certos assuntos delicados, como o ato infracional, sexo ou drogas, a partir das músicas ou vídeos/videoclipes que fizeram, conectando-os ainda mais aos agentes de atendimento do projeto.

Silveira e Lago (2013) apontam para a surpresa positiva com o trabalho feito no Projeto Gaia, em que com a introdução das atividades se desejava disponibilizar e oferecer aos jovens

---

<sup>58</sup> Fonte: Descrição da música Rap da Ocupa disponível no YouTube em: [https://www.youtube.com/watch?v=grltJcI\\_MrI](https://www.youtube.com/watch?v=grltJcI_MrI).

ferramentas extracurriculares com propósito quase totalmente lúdico. Mas o resultado foi um recurso que gera oportunidade de crescimento pessoal aos participantes, causa que está na direção das exigências do Estatuto da Criança e do Adolescente, ao enunciar que medidas socioeducativas devem promover o indivíduo socialmente. Além de servir como recurso de apoio ao trabalho feito pelos orientadores de medida socioeducativa, que apesar de pesquisas constantes e dos incontáveis empenhos, muitas vezes não são capazes de atingir os participantes com o mesmo êxito que atividades educomunicativas fazem. (SILVEIRA; LAGO, 2013).

### **3.3 Sugestão de trabalho educomunicativo com Videoclipe**

Antes de apresentar os passos queremos relembrar que os campos da Arte, da Educação e da Comunicação se relacionam de formas multidisciplinares, pluridisciplinares, interdisciplinares e transdisciplinares a partir de uma abordagem triangular focando a sua práxis em três ações primordiais: Ler, Fazer e Contextualizar. E que Barbosa (2015) destaca que, dentre os complexos aspectos da cultura, a arte confere um papel específico na função da formação e construção de uma identidade.

O projeto tem como objetivo final a produção de um videoclipe por parte dos alunos, resultado de outras interações educativas com o formato, usando-o para formação de cidadãos críticos. Durante todo o processo e diferentes etapas devem ser desenvolvidos ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e participativos, buscando o desenvolvimento da cidadania pelo exercício de expressão comunicativa, mediado pela tecnologia, pelo acesso e pela gestão democrática dos recursos da informação. Há o propósito básico de promovermos processos comunicativo-educativos baseados em relações dialógicas, colaborativas, coletivas e democráticas voltadas à formação cidadã consciente.

Como já mencionado, uma das principais características do gênero videoclipe é que há possibilidades diversas de interpretações que surgem a partir da obra, em que não existe apenas o olhar interpretativo do vídeo por si só, como também a interpretação da letra da música e sua mensagem, da performance, dos sons etc. É preciso levar em conta também o contexto sociocultural do artista, da temática, da música e dos envolvidos na produção, aproximando universos educativos antagônicos, pois cada um possui a sua especificidade, com objetivos, gostos e dificuldades diferentes, pensando sempre em como encontrar um caminho em comum (diálogo coletivo), mas que seja diverso. Assim, entende-se também como objetivo buscar compreender o que cada aluno, com a sua experiência própria, tem a agregar no processo de

construção do trabalho. A troca de vivências e repertório de cada um para a concepção artística — inclusive experiências pessoais, fatos cotidianos, ideias individuais ou coletivas — tem papel crucial no processo de ensino-aprendizagem, e, para além da esfera lógica, abrange também aspectos emocionais de cada participante, pois a negociação de sentidos agrupa uma dimensão afetiva, visando o desenvolvimento da autonomia e compreensão dos processos educacionais e comunicacionais.

Por meio da característica mais informal e de diversidade criativa que une elementos multimídia em um único produto abre-se um leque muito amplo de possibilidades para trazer temáticas relevantes à sociedade, como, por exemplo: representatividade, consciência ambiental, preconceitos, intolerância, entre outros. Utilizaremos não somente a arte e criatividade, como também de novas tecnologias para o benefício social e educomunicativo.

### **Objetivos específicos:**

- Inserir a música na educação formal;
- Exercitar a leitura crítica de mundo a partir da análise de letras musicais e seus videoclipes, buscando trazer temáticas sociais e ampliação de debates;
- Exercitar a produção textual;
- Exercitar o olhar e a prática de criar melhores formas de comunicação e disseminação de ideias e informações;
- Aproximar os/as estudantes da produção audiovisual de forma acessível, usando de celulares e/ou quaisquer outras ferramentas tecnológicas às quais os alunos tenham acesso;
- Ampliar o repertório das/dos estudantes sobre as produções musicais e audiovisuais no Brasil, em suas cidades e bairros;
- Incentivar a pesquisa, o trabalho coletivo e colaborativo e o protagonismo estudantil em processos criativos autorais;
- Produção de material audiovisual ou musical que reflita a identidade e a discussão trazida pelos/as participantes;
- Compartilhamento do material final com a comunidade familiar e escolar.

## **Conteúdo:**

- Análise de textos, poemas e letras trazidos pelos alunos e professor/professora;
- Leitura de obra de arte;
- Noções rítmicas e musicais;
- Noções textuais imagéticas de composição (palavra, som e imagem);
- Exercício de sensibilidade a cores, sons e formas;
- Experimentações audiovisuais;
- Treino do uso gramatical para entendimento dos diferentes textos;
- Investigação de artistas regionais e locais;
- Consciência vocal e corporal;
- Noção de enquadramento audiovisual;
- Noções de composição entre imagem, som e palavra - O que são estas linguagens?;
- Produção de roteiro para os videoclipes;
- Pesquisa e investigação de aplicativos e programas que auxiliem o trabalho;
- Noções sobre processos de produção musical e audiovisual;
- Noções de produção a partir do roteiro, qual será o espaço, figurino, personagens, logística para filmagem.

### **3.3.1 Sequência de passos**

#### **1. Compreendendo seu contexto e recursos**

O primeiro passo deve ser compreender o contexto em que vai ser aplicado o trabalho, para então agir em relação às necessidades específicas e possibilidades de cada grupo. A abordagem e escolha dos conteúdos vai depender dos educadores e educadoras envolvidas, assim como o perfil de cada turma e os recursos disponíveis. Sendo assim, é necessário também checar as possibilidades técnicas e de material e se houverem poucos recursos (como meios para se gravar uma canção, câmeras, computadores etc.) no contexto a ser aplicado, pode-se então utilizar videoclipes e músicas já existentes. Para a montagem de um videoclipe é possível usar imagens de bancos gratuitos e livres na Internet<sup>59</sup>, fotos e vídeos feitos com celular.

---

<sup>59</sup> Os 60 melhores bancos de imagens gratuitos: [https://rockcontent.com.br/blog/melhores-bancos-de-imagens gratuitos/](https://rockcontent.com.br/blog/melhores-bancos-de-imagens-gratis/).

## **2. Conhecendo os alunos através da música**

O primeiro encontro com os alunos será para apresentá-los à proposta de trabalho e como a mídia videoclipe será usada, seguido de uma dinâmica de apresentação de cada participante respondendo a três perguntas iniciais: (1) o seu (respectivo) nome, (2) uma música ou artista favorito e (3) se conhece o formato videoclipe, no intuito de descobrir quem conhece e gosta dessa linguagem e investigar com quais artistas eles têm um maior contato. Assim, será possível conhecer um pouco, pelo menos de início, do universo dos estudantes, entender quais são seus gostos, vontades, contextos, temas que eles têm preferência e, a partir disso, entender seus universos pessoais e sociais.

Se possível, apresentar na aula algumas das músicas e/ou videoclipes que os alunos escolheram e, para tanto, seria necessário ter um computador, ou qualquer outra tela ligada à internet na qual os alunos conseguissem assistir os videoclipes. Se houver, por exemplo, caixas acústicas, mas não um telão, podem ouvir as músicas mesmo que não se possa ver as imagens. Conversar então com a sala sobre a linguagem “videoclipe”, sua história e contexto, como funciona (pré-produção, produção e pós-produção) e explicando que o videoclipe é uma forma de expressão bastante atual que mistura elementos do cinema e da música, a fim de pensar com os alunos quais são suas possibilidades — com elementos como música, letra, história, narrativa, estética, cor, som, corpo —, analisar, perceber, indicar ideias e concepções (exemplos: por que foi escolhido o elemento X ou Y no videoclipe? Que mensagem se constrói a partir desta hibridação de elementos? O que você sente a partir do que assistiu?) Cada aluno deve escolher um dos elementos do vídeo que mais chamou sua atenção e contar o porquê.

## **3. Compartilhando Videoclipes**

Essa etapa consiste em apresentar músicas (escolhidas pelos educadores) que refletem a produção diversa do Brasil dando ênfase às mensagens que são passadas, observando quando há questões identitárias e sociais presentes (como machismo, LGBTQIA+ fobia, racismo, entre outros), além de também indicar aos alunos o olhar da multiplicidade que existe dentro da arte, mais especificamente na música. Será pedido aos alunos que anotem, ao ouvir as músicas escolhidas, o que sentem: cores, texturas, sensações. Depois disso sugerimos um exercício de colagem com diferentes imagens de revista a partir das anotações feitas por cada aluno. Depois,

serão exibidos os videoclipes das respectivas músicas e se abordará as diferentes possibilidades ao se produzir um produto audiovisual ligado à música como base.

Para cada clipe exibido serão feitas algumas perguntas disparadoras, assim, refletindo e conversando, os alunos poderão desenvolver uma leitura sobre as temáticas, como:

- Que história ou histórias são contadas nesse clipe?
- Quem narra a história?
- O que a música nos diz?
- O que as imagens nos contam?
- Por que essas imagens foram escolhidas para a música?
- Qual seu contexto e importância?
- Há fisicalidade no videoclipe? Como o corpo se comunica? Qual sua função?

A partir das respostas é possível diagnosticar os temas pulsantes em cada contexto. É muito importante deixar que as crianças expressem livremente suas leituras e impressões, e mediar o debate para que se estenda através da perspectiva dos Direitos Humanos e do respeito à diversidade. Ao trabalhar com artistas trans, por exemplo, é fundamental que a pessoa mediadora saiba as nomenclaturas e pronomes corretos ao se referir à pessoa, não apenas por uma questão de respeito à identidade, mas para afirmar a sua relação de naturalidade com a diversidade de gênero perante as crianças. Como lição de casa, cada aluno deve descobrir um artista regional (da sua cidade ou bairro) e escolher uma música/videoclipe para mostrar no encontro seguinte.

#### **4. Exercício de pontuação - pensando a letra**

Para essa etapa seria interessante haver um jeito de imprimir as letras das canções escolhidas pelos alunos para distribuição e uso no exercício proposto.

Cada um dos alunos terá escolhido uma música e, nesse momento, a turma irá ler e compartilhar os gostos, afetos e referências entre si, propondo algumas perguntas de início para cada criança responder o porquê da escolha da música e qual seria, na opinião de cada um, a importância desse produto para a sociedade.

Cada aluno escolherá a música que outro colega trouxe (ou isso será sorteado) e receberá a letra impressa para o exercício. Ou seja, os alunos trocarão entre si as músicas que trouxeram para a aula.

O exercício consiste em entender a importância das diferentes pontuações gramaticais e como isso pode mudar o sentido, ênfase, direcionamento da canção. Normalmente letras de música vem sem pontuação, e essa característica será usada para um exercício com os alunos. Haverá um momento da aula para falar sobre as pontuações e depois será sugerido este exercício em que os alunos leiam a música e pontuem do jeito que cada um entende que aquilo deve ser comunicado. Será então um treino de interpretação a partir do uso de sinais da língua portuguesa, conversando com os campos de conhecimentos linguísticos relacionados à ortografia, pontuação, conhecimentos gramaticais (morfológicos, sintáticos, semânticos).

#### **COMO AS PONTUAÇÕES SERÃO INTERPRETADAS:**

- Vírgula: quando há respiro no meio da frase (tonalidade da voz não desce)
- Ponto: fechamento de uma ideia (tonalidade da voz desce)
- Exclamação: ressaltando algo, empolgação
- Pergunta: pronome interrogativo, dúvida (tonalidade da voz sobe/agudo)
- Reticências: suspiro, reverberação, pausa longa, mas a ação ainda continua, não se fecha a ideia.

Depois das pontuações colocadas, cada aluno declama a letra (em forma de poema/rap/rima/slam), destacando as pontuações para os colegas. Como lição de casa, dar uma letra de música para cada aluno (escolha do professor) e pedir que façam o mesmo exercício de pontuação e o tragam na próxima aula.

#### **5. Interpretando as letras/poemas**

Começar a aula com a declamação pedida de lição de casa (para alguns alunos, se possível aqueles que se disponibilizarem para a leitura oral). Em seguida, será feita uma análise das canções/textos/poemas pensando as metáforas e possíveis diferentes sentidos (o que cada um sente ao ler/ouvir), assim como será pensada a construção de significados e significantes a partir da imagem criada ali na leitura. Assim se iniciará uma conversa sobre como pensar e roteirizar imagens que construam sentido conjunto com as palavras (no sentido expandido),

seguido de um exercício de colagem (com revistas, jornais, desenhos ou qualquer outro material) no qual os alunos possam criar livremente um design com diferentes fragmentos de como entendem imageticamente aquela música que será tocada para todos da sala.

Os alunos, então, se dividirão em grupos (o número de grupos dependerá do número de participantes e esta decisão cabe a cada educador/professor). Após os grupos feitos, devem conversar entre si e pensar sobre qual temática gostariam de trabalhar na música do projeto. Uma atividade posterior (como “lição de casa”) seria a de pesquisar sobre o tema escolhido e encontrar músicas e videoclipes que dele tratam.

## **6. Criação coletiva de letra ou escolha de música pronta a ser utilizada**

Aqui, os alunos terão de conversar abertamente sobre o que gostariam de falar em suas canções pensando pelo eixo de “Qual questão vocês querem abordar no videoclipe?”. A provocação pode vir acompanhada de um diálogo que resgate a importância dos temas sociais apresentados nos clipes anteriores. Lembrando que não há nenhuma regra que direcione o trabalho com temáticas sociais, podendo ser trabalhados também aspectos emocionais e sentimentais (como o amor, a felicidade, a amizade, a família, a tristeza, a dor, o medo, entre outras infinitas opções relacionadas ao que o ser humano vive e sente), como também sobre dúvidas ou temáticas específicas dos jovens ou algum assunto que ouviram falar<sup>60</sup> ou vivenciaram. O que de fato importa, é como mediar essa temática com o que as crianças e jovens querem comunicar.

Para facilitar o trabalho e obter um maior dinamismo, a sala deverá ser subdividida em grupos por interesses em comum das temáticas levantadas pelos alunos. Após a escolha da temática, os alunos terão um tempo estipulado para fazer uma pesquisa sobre os assuntos, procurando dados e informações, se aprofundando mais sobre a questão. Essa etapa pode ser feita em parceria com professores/as de sala de leituras e bibliotecas, com professores/as de informática.

Se possível (e se houver tempo), os alunos podem iniciar a composição coletiva da letra/música sobre o tema escolhido. Se os alunos não forem produzir uma música, deve haver uma conversa, através de sugestões trazidas pelos alunos, para que escolham uma música. Isso deve ser feito de forma democrática e horizontal, com todos tendo espaço de opinião. De

---

<sup>60</sup> Sendo neste caso extremamente importante a pesquisa sobre o assunto.

trabalho para ser feito em casa, os alunos podem pegar referências (imagens, sons, outras músicas, poemas, ideias etc.) que conversem com a temática debatida.<sup>61</sup>

## **7. Sentindo e fazendo música no corpo - compreender a mensagem através da música física e sonoramente (música, sentido, comunicação)**

A proposta a seguir é baseada na experimentação de percussão corporal e em outros quaisquer instrumentos que a escola use para que os alunos sintam o ritmo e entendam a necessidade dele para o encaixe de palavras.

Mas, para abrir esta etapa, é importante que os alunos entendam que a música se sente no corpo como um todo, e que pode ser comunicada através dele. Serão então apresentados videoclipes que usam a dança ou performance do corpo como elemento principal, como a música “Ciranda” (Heavy Baile feat Goes)<sup>62</sup> e a música “Try” (Pink)<sup>63</sup>.

Discutir, então, aspectos sobre a fiscalidade — corpo, movimento, musicalidade a partir do corpo, dança, performance. Após a exibição, será apresentado o universo da percussão corporal (produzir sons com o próprio corpo) como possibilidade para a construção da música própria e como tudo/quase tudo pode se tornar música, dependendo apenas de uma ideia, perspectiva e trabalho. Podendo citar referências como os Barbatuques.<sup>64</sup>

Serão propostos jogos corporais de produção de som para toda a turma, como bater palmas em um mesmo ritmo, bater no peito e estalar os dedos em sequência e coletivamente. Também se pode recorrer a jogos de improvisação em que algum aluno propõe um som e outro aluno propõe um som que se conecte com o primeiro, seguindo um fluxo coletivo. Após o trabalho com o corpo e os experimentos rítmicos, os grupos se juntam para continuar a

---

<sup>61</sup> Sugerir aos alunos que se houver alguém que possua instrumentos musicais, traga na aula seguinte.

<sup>62</sup> Videoclipe disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_tdmK1\\_3joA](https://www.youtube.com/watch?v=_tdmK1_3joA).

<sup>63</sup> Videoclipe disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yTCDVfMz15M>.

<sup>64</sup> Barbatuques é um grupo brasileiro de percussão corporal, criado em 1995 pelo músico paulistano Fernando Barba e que propõe, principalmente, fazer música a partir do batuque com o próprio corpo (como palmas, batidas no peito, estalos com os dedos e a boca, assobios e sapateados) gerando ritmos do samba ao rap. Além de mostrar o resultado da coletividade e da brasiliade como tema. As expressões orgânica e corporal mostram o desenvolvimento de linguagens cênicas e visuais com projeções de imagens e coreografias.

elaboração do ritmo e letra a partir do tema escolhido. Existe a possibilidade de usar também “beats” prontos e livres para download na internet.<sup>65</sup>

E, se não houver tempo de criar uma música “do zero”, os alunos podem, a partir de pesquisa, escolher uma música pronta de algum artista que aborda o tema. Lembrando que se assim for, será difícil a disponibilização do videoclipe de forma aberta. Os alunos podem, com ou sem a ajuda do professor/a, descobrir aplicativos ou programas que marquem o ritmo, ou criem batidas, ou até mesmo usar bases de batida (beats) prontos disponíveis na internet.

## **8. Ensaio e Gravação da música (caso ela venha a ser produzida pelos alunos)**

Essa etapa consiste em fazer o acompanhamento dos grupos em suas próprias produções musicais, dando o suporte material e criativo necessário para o desenvolvimento dos projetos. Quando todos os grupos terminarem suas músicas, elas podem ser gravadas em algum ambiente propício da escola, com um aparelho celular e/ou gravador.

## **9. Concepção coletiva de roteiro (o que é, como se faz, para que serve)**

Nessa etapa, a aula será sobre o roteiro, explicando o que ele é, como se faz, para que serve, seu contexto etc. O professor apresentará uma música (sem videoclipe) aos alunos que deverão pensar e anotar algumas questões como: em qual cor você pensa quando escuta a música? Que imagens vêm à sua cabeça? Sensações? Ambientes (espaço aberto ou fechado)? Personagens? Há uma história ou é mais uma comunicação indireta de sensações por meio de imagens? E outras perguntas que o/a educador/a achar relevante.

De lição, os alunos terão que pesquisar na plataforma Pinterest imagens que conversem com as anotações deles e trazer na aula seguinte, se possível, todas juntas em um documento, ou apenas em uma pastinha no próprio Pinterest<sup>66</sup>. O professor terá que eventualmente explicar como acessar, fazer a busca e criar a pasta.

Os alunos deverão, de forma coletiva, conceber como será produzido o roteiro a partir da música do grupo, levantando ideias visuais para a composição do videoclipe. O professor ou

---

<sup>65</sup> Obs.: Caso haja dificuldade de algum grupo para criar letra em cima de ritmo novo, os estudantes podem se utilizar da ideia de “paródia”, em que escolhem uma música já existente e criam em cima daquele ritmo, usando a percussão corporal, uma nova letra (partir do tema pesquisado anteriormente).

<sup>66</sup> Pinterest é uma rede social de compartilhamento de fotos. Assemelha-se a um quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas de todos os tipos.

professora pode trazer algumas perguntas guias para decidirem o rumo visual e comunicacional do projeto, qual mensagem será passada, como: a música que vocês fizeram/escolheram conta alguma história? Se sim, qual? Como vocês podem ajudar a contar essa história com imagens? Querem contar alguma história ou passar sensações? Qual a cor da música? Haverá personagens no clipe? Se sim, o que elas vão fazer? Será resolvido na fisicalidade ou não? Que lugares e ambiências vocês imaginam a história acontecendo?

A partir da resposta dos grupos, o educador vai orientando os alunos para que consigam planejar concretamente os participantes (personagens) do clipe, a ação que se passa, o lugar etc. (pensando na pré-produção).

## **10. Fechamento do roteiro e pré-produção para a gravação**

Essa etapa propõe o fechamento do roteiro a partir de conversa entre os alunos (mediada pelo educador) sobre as ideias de cada um, usando para a preparação do roteiro imagens (revistas, Pinterest etc.) trazidas pelos alunos como lição de casa da aula anterior (fazer como colagem, usando o treino do exercício da etapa 4).

Após o fechamento do roteiro, os alunos deverão pensar na pré-produção da gravação do videoclipe, organizando-se em equipes de trabalho, levantando os materiais necessários, o lugar onde será gravado, autorizações necessárias, equipamento, figurino, contato com os participantes, caso haja convidados no projeto. Se possível, serão apresentadas algumas dicas de filmagem para a produção do videoclipe. Se no contexto forem usadas imagens prontas de arquivo disponíveis na internet, os alunos deverão fazer uma pesquisa e seleção do que será utilizado no videoclipe.

Caso os alunos não consigam terminar tudo em aula, a resolução de alguns desses tópicos pode ser deixada com lição de casa.

## **11. Filmagem**

Nessa etapa, será necessário organizar a turma para a execução dos roteiros planejados na aula anterior. Os grupos podem ensaiar seus roteiros conforme a necessidade, por exemplo, usar o tempo fora da aula, se possível. Pensando em conexões com outras disciplinas de arte, exercitando a interdisciplinaridade. A proposta é a de uma organização de ordem de gravações dos grupos, em que todos da sala se concentrem e se mobilizem para a gravação de cada grupo.

Assim, todos poderão participar e colaborar com a construção de todos. Além de ajudar e apoiar os colegas, poderão ter mais experiências diversas. O único equipamento necessário é um aparelho celular com câmera ou uma câmera fotográfica/filmadora, caso alguém ou a escola possua.

Para facilitar o processo de gravação do videoclipe, pode ser tocada a música de cada grupo durante a produção, o que permite a marcação de tempo e percepção de duração das cenas e também que os estudantes sincronizem o momento da música com as ações visuais que acontecem.

## **12. Montagem**

Momento da edição do videoclipe, que pode ser feita juntamente e em parceria com educadores e educadoras da área de informática, se possível. Os alunos deverão escolher os “takes” favoritos e que se comuniquem melhor e montar o vídeo a partir do roteiro criado anteriormente.<sup>67</sup>

## **13. Compartilhamento: apresentação e reflexão com a comunidade**

Essa etapa consiste em divulgar os trabalhos produzidos pelos alunos para a comunidade escolar e familiar. A divulgação pode ser feita tanto de maneira presencial na escola ou outro espaço em que ocorreu o trabalho, como também virtualmente, por meio de alguma página (de Facebook, YouTube ou outros da preferência de cada um) da escola ou dos estudantes, se forem maiores de idade.<sup>68</sup> Os videoclipes devem ser exibidos, seguido de uma conversa com os alunos sobre como foi o processo de produção do videoclipe e refazendo a mediação e discussão proposta na 2<sup>a</sup> etapa, mas agora com as produções dos próprios estudantes como obra a ser mediada.

É importante estabelecer nesse espaço que todos os temas e trabalhos sejam debatidos e ressaltados, e que se crie um ambiente em que os estudantes participantes possam dividir com a comunidade escolar e familiar as suas ideias, reflexões e pensamentos a partir da prática.

---

<sup>67</sup> Aplicativo gratuito que pode ser usado pelos estudantes para edição: *Inshot*.

<sup>68</sup> Importante ressaltar que existe uma restrição legal para que menores de idade possuam conta em determinadas plataformas de mídias sociais. Por conta disso, cabe ao educador ou educadora avaliar frente às situações de cada contexto.

## **14. Fechamento com os alunos**

A finalização se dá por meio de uma conversa com os alunos sobre o todo o processo e avaliação. Pedir para que cada um conte um pouco como foi sua experiência e o que pode e vai levar para si desses novos aprendizados, pedindo também que avaliem como foi o curso, se sentiram falta de algo e se há sugestões de melhoria.

### **3.3.1.2 - Recursos, duração e avaliação**

Para a sequência de passos trazida acima, destacamos aqui alguns pontos em relação aos recursos necessários, a duração prevista e ao processo avaliativo, levando em consideração que essas indicações podem ser reavaliadas e adaptadas para o contexto de cada um.

#### **Recursos Necessários**

- Pelo menos um aparelho celular/tablet ou câmera para gravação de áudio e vídeo;
- Se possível, computador para realizar a edição, mas não é imprescindível, pois pode ser feita com o celular; ou trabalhar como câmera continua, sem a necessidade de edição;
- Acesso à internet (na escola ou em casa) para realização de pesquisa e busca de materiais e referência;
- Se realizado de forma presencial, será necessária uma televisão ou um projetor para a exibição dos videoclipes nas etapas da sequência didática e algum aparelho de som. Se feito de forma virtual, essa exibição pode ser feita em um computador durante os encontros online;
- Papel, revistas, jornais e materiais para os trabalhos de colagem;
- Se possível, instrumentos e programas/aplicativos de gravação de som.

#### **Duração Prevista**

A duração dependerá do número de aulas e quantidade de horas disponíveis no contexto em que se encontra, sendo importante ressaltar que esse esquema pode ser alterado devido às possibilidades de tempo e recursos.

#### **Processo Avaliativo**

A avaliação se dará de forma diagnóstica, processual e contínua em cada etapa da sequência. A educadora ou educador precisarão estar presentes como apoio durante todo o

processo criativo dos estudantes, fazendo acompanhamento dos grupos. A avaliação não será feita apenas pelo produto final, mas também na participação dos estudantes em todas as discussões e reflexões que foram feitas em sala de aula.

A penúltima etapa, que trata do compartilhamento dos trabalhos com a comunidade familiar e escolar, também pode ser usada como processo avaliativo, com uma autoavaliação natural dos estudantes durante o debate ao assistirem e revelarem suas produções ao mundo.

Será pedido também aos estudantes que escrevam uma autoavaliação curta (1 parágrafo) de como foi todo esse processo, o que sentiram, o que aprenderam, o que gostaram mais ou que não gostaram tanto etc.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo compreender alguns aspectos da união entre o formato videoclipe e o campo de atuação e estudo Educomunicação, no qual propusemos refletir sobre o potencial dessa linguagem na construção e mediação de códigos e significados sociais e sua capacidade de construir e estabelecer a subjetividade entre os jovens. Tentando entender o uso lúdico, individual, coletivo e agora educativo dessa expressão, apoiamo-nos nas contribuições de autores que partilham do entendimento de que a construção de práticas e sentidos da cultura acontece através de um processo dialético.

Levantamos nesta pesquisa que o videoclipe constitui, por conta de seu hibridismo semiótico de Música/Imagem/Texto, uma série de possibilidades de investigação discursiva. Nela, podemos detectar, num mesmo objeto comunicacional, a presença de texto verbal e gramatical nas letras das canções, os elementos sonoros pertinentes à música e visuais a partir da construção de angulação, cor, iluminação, montagem etc. Infere-se, então, o videoclipe como espaço multifacetado para: criar, revisitar, referenciar discursos e narrativas. Além disso, ele pode apresentar os contextos históricos em que estão inseridos, pois mostra e fala do cotidiano, apresenta a linguagem “atual”, e os comportamentos em alta.

Também pode representar a transformação na forma como se consome música hoje, em que, para além da “música para ouvir”, há também a “para ver”, o que evidencia a tendência contemporânea de uma cultura extremamente ligada à união entre som e imagem, geradas pela transformação constante das tecnologias de produção e circulação de bens simbólicos. O videoclipe, criado inicialmente como ferramenta de marketing e divulgação, carrega consigo a potencialidade das experimentações e criatividade, estimulando uma leitura sincrética a partir do verbal, visual e sonoro. Registra-se que o videoclipe pode contribuir efetivamente com o processo de ensino-aprendizagem ao estimular a reflexão e a leitura, sobretudo entre os jovens. Há nele a imagem, o som, a experiência e a subjetividade, sendo essas categorias discursivas de objetos de leitura. Assim, imagem e o som podem ser trabalhados e a experiência e a subjetividade estão relacionadas ao conteúdo que tais elementos constroem conjuntamente.

A música é uma expressão artística cultural fundamental à sociedade, podendo destacar seus valores culturais e sociais de expressão emocional, entretenimento, representação simbólica e, também, de posicionamento social, político, religioso, e de contribuição para a comunidade, preservando a cultura oral e de integração da sociedade. Sendo assim, confere-se

à música a condição de veículo comunicacional apto a difundir ideias, transmitir informações e chegar a diversos grupos sociais de diferentes idades, gêneros, esferas sociais, etnias ou religiões.

Como apresentado ao longo do trabalho, a “educação para a mídia”, a educomunicação deveria ser integrada na educação formal, é preciso considerar que ela pode ser uma ferramenta que possibilita uma maior adequação às expectativas das gerações atuais, que vivem e coexistem a partir de uma outra sensibilidade, predominantemente audiovisual e digital, por conta da imersão nas imagens e sons do cotidiano midiático e contato intenso com dispositivos digitais. É importante destacar aqui a importância de os professores também serem “educados” para e com a mídia, já que muitos não têm intimidade com esse universo. A leitura crítica do audiovisual justifica-se na necessidade de estudar o mundo contemporâneo, incentivando a formação do cidadão enquanto sujeito social, objetivando o desenvolvimento de atitudes como respeito mútuo e interesse por assuntos comuns, exercício importante para o treino da horizontalidade democrática.

Entendemos a extrema necessidade de pensar e repassar o conhecimento erudito e historicamente acumulado, todavia, ignorar ou desconsiderar a cultura da qual fazemos parte e que abarca em grande parte a produção cultural midiática, como a música e o videoclipe, é manter uma postura elitista. É necessário, então, que se “escolarize” o videoclipe a partir de um trabalho consciente, fundamentado, que trate do conhecimento musical e audiovisual em suas dimensões diversas. Afirmamos isso na perspectiva de que a função da escola, a partir da educomunicação, seria a de estabelecer pontes e conexões, cobrir falhas, construir significados entre os objetos culturais midiáticos e o saber erudito expositivo, baseado no processo dialógico, participativo, interativo, criativo, crítico.

No caso deste trabalho ficou um tanto difícil avaliar e projetar estratégias mais sistematizadas dada a escassez de projetos e bibliografia que relacionam a educomunicação e o videoclipe. Porém, a partir do aprofundamento de cada um deles, observamos abordagens possíveis, como ocorre com qualquer outra mídia já utilizada pela educomunicação, propondo então uma possível sequência de passos no capítulo 3. De qualquer maneira, deve-se compreender que tal sequência não foi posta em prática e, por conta disso, não há como indicar um resultado efetivo. Pudemos, no entanto, concluir que a sistematização da união entre os campos Educomunicação e Videoclipe deve ser feita, já que ideias e projetos soltos não irão suprir as imensas possibilidades ainda não exploradas do uso do Videoclipe com a

Educomunicação na educação. Essa sequência de passos é pensada em um cenário ideal e basicamente utópico, visto que, para aplicação de um projeto que use todos os passos da proposta, seria necessária uma formação de professores que abrangesse áreas desde arte, música, sensibilidade estética, conhecimentos tecnológicos até língua portuguesa. Há também a possibilidade de um projeto interdisciplinar que movimente as diferentes áreas de conhecimento dentro da Escola ao trabalhar com variados professores com objetivos conjuntos. Porém, por conta da realidade do professor no Brasil não há tempo, espaço e investimento para que ocorram projetos desta magnitude. Sendo assim, os pontos mencionados precisariam ser investigados e categorizados pela formação do professor, já que em nosso país não o investimento necessário em educação para que os projetos sejam aplicados de forma completa. Mas ressalto aqui que estes são os pontos, levantados por mim e por esta pesquisa, que podem ser extraídos do videoclipe usado na educação por meio da educomunicação, pensando, assim, uma lista geral de possibilidades e não de aplicação prática direta, sem que precisem ser seguidos todos os passos, ou a ordem colocada na proposição.

Por fim, consideramos que educar é um processo de ensino-aprendizagem em que o sujeito, convivendo em diferentes espaços com o outro, transforma a si e aos seus pares a partir das dinâmicas de convivência. Nesse contexto, o videoclipe intensifica informações visuais, verbais e sonoras com recursos midiáticos, capaz de impulsionar uma discussão entre experiência e subjetividade, sendo essas experiências representações simbólicas da realidade representada nas cenas, levando em consideração que a subjetividade gera o ato de fazer ligações com o mundo em que vivemos e essas conexões com a situação ideal de trabalho na educação, a partir do ponto de vista desta pesquisa. Nós vivemos para nos conectarmos com o/s outro/s, com o mundo à nossa volta e, consequentemente e fundamentalmente, com nós mesmos. Usar a arte, então, como espelho, como apoio, como porta-voz de sentimentos que às vezes não sabemos traduzir da melhor maneira. Usar da arte para comunicar. Já que estamos todos aqui para aprender a comunicar e compreender o que se comunica, melhorando assim as relações humanas e o entendimento de si e do outro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRELA, Lucas. Brasil é segundo país que mais usa TikTok no mundo. *Exame*. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/brasil-e-segundo-pais-que-mais-usa-tiktok-no-mundo/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

BACCEGA, M. A. Comunicação/educação: apontamentos para discussão. *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 119-138, 2004. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/16>. Acesso em: 19 nov. 2021.

BACCEGA, M. A. Meios de comunicação na escola. *Comunicação & Educação*, [S.l.], n. 25, p. 7-15, 2002. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i25p7-15.

BAIRON, Sérgio. *Texturas Sonoras*. São Paulo: Hacker, 2005.

BARROS, L. M. de; CALDAS, C. H. S. Videoclipe, interação e ludicidade. *Lumina*, [S. l.], v. 11, n. 1, 2017. DOI: 10.34019/1981-4070.2017.v11.21401. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21401>. Acesso em: 11 nov. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. *Diário Oficial da União*. p. 27833. 23 dez.1996. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=LEI&numero=9394&ano=1996&ato=3f5o3Y61UMJpWT25a>. Acesso em: 24 out. 2021

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de Dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm). Acesso em: 24 out. 2021

BRASIL. Lei de Incentivo à cultura. Disponível em: <http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br>. Acesso em: 24 out. 2021

BRÊDA, Lucas. Brasileiros são os que mais ouvem a própria música entre todos os países. 2019. *Folha de S.Paulo*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/10/brasileiros-sao-os-que-mais-ouvem-a-propria-musica-entre-todos-os-paises.shtml>. Acesso em: 30 set. 2021

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2018

BEIVIDAS, Waldir. *Semiótica sincrética: posições (a língua no cinema)*. São Paulo: Annablume, 2015.

CAMARGO, I. A. Imagem, movimento e som: apreensão e instantaneidade na mídia. In: 14º Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2005, Curitiba. Caderno GT Produção de Sentidos nas Mídias, 2005. *Anais...*, p. 43-48. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Isaac.pdf>. Acesso em: 15 out. 2021.

CAESAR, R. A espessura da sonoridade: entre o som e a imagem. In: *XXIII Congresso Da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação Em Música*. 2013.

CITELLI, A. Comunicação e educação: implicações contemporâneas. In: CITELLI, A, COSTA, M.C.C. *Educomunicação: Construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 60-76.

CITELLI, A. O.; SOARES, I. de O.; LOPES, M. I. V. de. Educomunicação: referências para uma construção metodológica. *Comunicação & Educação*, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 12-25, 2019. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v24i2p12-25. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/165330>. Acesso em: 11 fev. 2022.

CHION, Michel. *A audiovisão: som e imagem no cinema*. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

CHION, Michel. *Músicas, media e tecnologias*. Lisboa: Ed. Instituto Piaget, 1997.

CORRÊA, A. J. L. Videoclipe: potencialidade da experimentação de linguagens no campo do audiovisual. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE. 9., 2008, Dourados. *Anais...* Dourados: Unigran. [s.n.]. 2008. p. 1-2, 6. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centroeste2008/resumos/R11-0100-1.pdf>. Acesso em: 15 out. 2021.

CORRÊA, A. J. L. Breve história do videoclipe. In: *VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro Oeste*. Cuiabá, 2006.

COSTA, Sueli; MARTINS, Vitor. *20 anos blues*. [S.l]. Phonogram. 1972. CD. (3:11 min).

DIONISIO, A. P.; VASCONCELOS, L.; SOUZA, M. M. *Multimodalidades e Leituras*: funcionamento cognitivo, recursos semióticos, convenções visuais. Recife: Pipa, 2014.

DULCE, M.; CORUJA, P. *Consumo musical*: YouTube e Facebook como plataformas de convergência para a juventude. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015, p. 1-15. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0661-1.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2021

EAGLETON, T. *A ideia de cultura*. 2<sup>a</sup> edição. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

FIORIN, José Luiz. Teoria dos signos. In: FIORIN, José Luiz (org.). *Introdução à Linguística*. São Paulo: Contexto, 2007. p. 55-74.

FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler*. São Paulo: Cortez, 2003.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 54<sup>a</sup> edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 2019. – (Coleção Leitura)

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia*: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996. – (Coleção Leitura)

FREIRE, Paulo. Papel da educação na humanização. *Revista da FAEEBA Salvador*, ano 6, n.7, p. 9-32, jan./jun. 1997.

FREIRE, Paulo. Ensinar não é transferir conhecimento. In: FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia*. 51<sup>a</sup> ed. São Paulo: Paz e Terra, 2015. p. 47-84.

FREITAS, J. V. Educomunicação: contextualizando o processo de atribuição de sentidos e significados no delineamento do conceito. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, [S.l.], v. 10, n. 2, p. 149-162, 2015. DOI: 10.34024/revbea.2015.v10.2072. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/revbea/article/view/2072>. Acesso em: 15 set. 2021.

FROMER, M.; ANTUNES, A.; BRITO, S., Vitor. *Comida*. Rio de Janeiro. Warner/chappell Edições Musicais Ltda. 1987. CD. (3:57 min).

GEERTZ, C. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GHANEM, E.; TRILLA, J. *A educação formal e não-formal*. São Paulo: Summus, 2008. p. 15-57.

IBARRA, Pedro. Graças a TikTok viral, Fleetwood Mac volta ao top 10 da Billboard. 2020. *Correio Brasiliense*. Disponível em: <https://www.correobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2020/10/4883397-gracas-a-tiktok-viral-fleetwood-mac-volta-ao-top-10-da-billboard.html>. Acesso em: 12 dez. 2021.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. *Revista Galáxia*, n. 15, p. 91-108, jun. 2008.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. Mídia e música popular massiva: dos gêneros musicais aos cenários urbanos inscritos nas canções. In: PRYSTTHON, Ângela. *Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

JAPIASSU, Hilton. Interdisciplinaridade e patologia do saber. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

KAPLÚN, M. *El comunicador popular*. Quito: Editorial Belen, 1985.

KAPLÚN, M. (1998). *Una Pedagogía de La Comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

KWIECINSKI, A. M.; BERTAGNOLLI, S. C.; VILLARROEL, M. A. C. U. Infoxicação, políticas públicas e educação Anelise. *ScientiaTec: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia Do IFRS*, v. 7, n. 1, Edição Especial 4º, p. 5-17, 2020.

MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. 2<sup>a</sup> edição. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.

MARQUES, Júlia. Quase metade dos adolescentes no Brasil tem conta no TikTok. *Terra*. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/cidades/quase-metade-dos->

[adolescentes-no-brasil-tem-conta-no-tiktok,f3094fbccbf1f65cd31e8e851ff7f1d294tth2lo.html](https://adolescentes-no-brasil-tem-conta-no-tiktok,f3094fbccbf1f65cd31e8e851ff7f1d294tth2lo.html).  
Acesso em: 27 fev. 2022.

MARTÍN-BARBERO, J. Desafios culturais da comunicação à educação. *Comunicação & Educação*, [S.l.], n. 18, p. 51-61, 2000. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i18p51-61. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36920>. Acesso em: 12 dez. 2021.

MARTINS, Bruna. ESTUDANTES PARTICIPAM DA PRIMEIRA FASE DO AFRO EDUCOM NO CIC. 2017. Parafuso Educomunicação. Disponível em: <https://parafusoeducom.org/2017/03/23/estudantes-participam-da-primeira-fase-do-afro-educom-no-cic/> Acesso em: 12 dez. 2021.

MCLAREN, Peter. *A Vida nas Escolas*: uma introdução à pedagogia crítica nos fundamentos da educação. 2ª edição. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MCLUHAN, Marshall. Visão, som e fúria. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. 8ª edição. São Paulo: Paz e Guerra, 2011.

MCLUHAN, Marshall; CARPENTER, Edmund. O espaço acústico. In: McLuhan, M.; CARPENTER (orgs.). *Revolução na Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação com extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MOHSIN, Maryam. *NOVA REDE SOCIAL EM NÚMEROS: TIKTOK NO BRASIL [INFOGRÁFICO]*. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/estatísticas-tiktok>. Acesso em: 01 mar. 2022.

MONTEIRO, J. C. S. Aprendizagem criativa no TikTok: novas possibilidades de ensinar e aprender durante o isolamento social. *Open Minds International Journal*. São Paulo, vol. 2, n. 1: p. 47-53, jan, fev, mar, abr./2021.

MOLETTA, Alex. *Fazendo Cinema na Escola*. São Paulo: Summus, 2014.

NASSIF, S.C.; SCHROEDER, J. L. Música e Imagem: construindo relações de sentido. *Leitura: Teoria & Prática*, Campinas, v. 32, n.62, p. 99-114, jun. 2014.

OLIVEIRA, V. B. V.; ANDRADE, C. C. S. Produção do videoclipe “Sabor Amazônia” em Oficina de Educomunicação Socioambiental, com alunos da Escola E. Murilo Braga In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE (INTERCOM), 17, 2018, Vilhena-RO. [Anais...]. Vilhena: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018. 14 p.

OLIVEIRA, V. B. V. *Produção de videoclipes*: prática educomunicativa para valorização de produtos da sociobiodiversidade amazônica. 2016 (Apresentação de trabalho/Congresso).

OLIVEIRA, V. B. V. Toadas de Bois-Bumbás da Amazônia promovendo a Cidadania Ambiental. In: CONFERÊNCIA SUL-AMERICANA, 2.; CONFERÊNCIA BRASILEIRA, 7., 2011, Belém. Amazônia e o direito de comunicar: *Anais*. Belém: Unicentro, 2011. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/917561/1/AlaicOliveira.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2021

OLIVEIRA, V. B. V. Inter-relações entre comunicação e educação em grupos comunitários de estudos sobre questões ambientais: do álbum seriado ao videoclipe. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORTE - INTERCOM, 6., Belém. [Anais...]. Belém: UFPa, 2007. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/46920/1/vania-intercom.pdf>. Acesso em: 19 out. 2021.

OLIVEIRA, V. B. V. *Metodologia de produção de videoclipes com o uso de música amazônica para a educomunicação científica e ambiental*. Porto Velho: Embrapa Rondônia, 2010. 31 p. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/46920/1/vania-intercom.pdf>. 30 set. 2021.

PACETE, Luiz Gustavo. TikTok toma o lugar do Google e é o site mais visitado em 2021. *Revista Forbes*. Disponível em: Leia mais em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/12/tiktok-toma-o-lugar-do-google-e-e-o-site-mais-visitado-em-2021/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

PORTES, C. R. P.; GONÇALVES, N. G. *Adolescência Inventada: a Mídia Como Representação*. [s.n.]. São Mateus do Sul, 2008. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2029-8.pdf>. 10 ago. 2021.

SANTAELLA, Lúcia. *Produção de Linguagens e Ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996.

SARTORI, A. S.; SOARES, M. S. P. Concepção dialógica e as NTIC: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 7(1), 139–140, 2000.

SELIGMAN, L. VIDEOCLIPE, CONSUMO E JUVENTUDE - Representações de si em ambientes de convergência midiática. In: Comunicon2018 - Congresso Internacional Comunicação e Consumo. São Paulo, 2018, p. 1-15.

SETTON, M. da G. J. Reflexões sobre a dimensão social da música entre os jovens. *Comunicação & Educação*, [S.1.], v. 14, n. 1, p. 15-22, 2009. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v14i1p15-22. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43322>. Acesso em: 11 dez. 2021.

SEVERO, J. L.R.L. Educação não escolar como campo de práticas pedagógicas. *Rev. Bras. Estud. Pedagog.* V.96, n.244, p. 561-576, set./dez. 2015.

SILVEIRA, B. S.; LAGO, C. Educomunicação: a experiência com jovens infratores. *Revista Comunicado*. [S.1.], v. 2, n. 1, p. 221–232, 2013. Disponível em: <https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/142>. Acesso em: 25 jul. 2021.

SOARES, I. de O. Educomunicação: um campo de mediações. *Comunicação & Educação*, [S. l.], n. 19, p. 12-24, 2000. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i19p12-24. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36934>. Acesso em: 11 dez. 2021.

SOARES, I. de O. *Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação*. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, I. de O. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. *Comunicação & Educação*, [S.l.], n. 23, p. 16-25, 2002. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i23p16-25.

SOARES, I. de O. A Educomunicação, em diálogo com as tecnologias, na Educação Básica. *Comunicação & Educação*, [S.l.], v. 20, n. 2, p. 7-14, 2015. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v20i2p7-14.

SOARES, I. de O.; VIANA, C. B.; Xavier, J. B. *Educomunicação e Alfabetização Midiática: conceitos, práticas e interlocuções*. São Paulo: APBEducom, 2016.

SOARES, I. de O. Educomunicação: um campo de mediações. *Comunicação & Educação*, [S. l.], n. 19, p. 12-24, 2000. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i19p12-24.

SOARES, I. de O. *Alfabetização e Educomunicação: O papel dos meios de comunicação e informação na educação de jovens e adultos ao longo da vida*. In: III Telecongresso Internacional de Educação de Jovens e Adultos. Brasilia, 2003. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/89.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2021.

SOARES, T. *Videoclipe: O elogio da desarmonia*. Olinda: Editora Livro Rápido, 2014, p. 1-102.

SOARES, T. Itinerários do videoclipe na cultura midiática. *Culturas Midiáticas*, [S. l.], v. 3, n. 1, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/11714>. Acesso em: 25 nov. 2021.

SOUZA, Maria Elena Viana. Pluralismo cultural e multiculturalismo na formação de professores: espaços para discussões étnicas de alteridade. *Revista HISTEDBR*. Campinas, n. 19, p. 89-100, set. 2005. Disponível em: [http://www.histedbr.fae.unicamp.br/art06\\_19.pdf](http://www.histedbr.fae.unicamp.br/art06_19.pdf). Acesso em: 25 nov. 2021.

TIKTOK. Make Your Day. 2020. Disponível em: [https://www.tiktok.com/pt\\_BR/](https://www.tiktok.com/pt_BR/). Acesso em: 07 mar. 2022.

TIKTOK atinge a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês. *G1*. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/09/27/tiktok-atinge-a-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes.ghtml>. Acesso em: 01 mar. 2022.

TROTTA, Felipe da Costa. SOM, RUÍDO E MÚSICA: instabilidades conceituais. In: XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Anais... Rio Grande do Sul, 2019.

UNFPA – FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Direitos da população jovem: um marco para o desenvolvimento*. 2. Ed. Brasília: UNFPA - Fundo de População das Nações Unidas, 2010. Disponível em: [http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos\\_pop\\_jovem.pdf](http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos_pop_jovem.pdf). Acesso em: 12 mar. 2022.

UNESCO. *Políticas públicas de/para/com juventudes*. Brasília: UNESCO Brasília, 2004. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135923>. Acesso em: 10 mar. 2022.

UNESCO. *Juventude no Brasil*. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasilia/expertise/youth-brasil>. Acesso em: 10 mar. 2022.

UNIRC. *Juventude*. Disponível em: <https://unric.org/pt/juventude/>. Acesso em: 12 mar. 2022.

VIANA, C. E.; de MELLO, L. F. Cultura digital e a educomunicação como novo paradigma educacional. *Revista FGV Online*, Rio de Janeiro, v. 3, n 2, p. 31-49, abr. 2013

VLACIC MORAIS, M.; DA SILVA NUNES, L. Diferenças entre o popular e o pop: o cinema de super-heróis como parte integrante de uma cultura segmentada. *Tropos: comunicação, sociedade e cultura* (ISSN: 2358-212X), [S. l.], v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4779>. Acesso em: 25 nov. 2021.

VYGOTSKY, L. S. *Pensamento e linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.