

ANÁLISE CRÍTICA DE PRODUTOS MIDIÁTICOS/UFRGS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DO PROGRAMA DE EXTENSÃO

Comunicação

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

BALDISSERA, R.¹; SILVEIRA, A. B.²; FAJARDO, S. G.³; KEHL, R.K.⁴;

GUIMARÃES, R. B. S.⁵

RESUMO

O texto apresenta o relato de experiência do programa de extensão Análise Crítica de Produtos Midiáticos. Para isso, partimos das nossas percepções enquanto extensionistas. Em abordagem descritiva, além de apresentarmos o programa e seus eixos de atuação, destacamos os principais públicos mobilizados e alguns aspectos que resultam do compromisso social na relação universidade-comunidade.

Palavra-chave: Produtos midiáticos; Extensão universitária; Análise crítica; Ensino médio.

1 INTRODUÇÃO

Considerando o cenário contemporâneo que possibilita/amplia o acesso às lógicas e técnicas de consumo e uso das mídias (analógicas ou digitais), em 2013 o Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), coordenado pelo Prof. Dr. Rudimar Baldissera e do qual somos membros, inaugurou o projeto de extensão, que atualmente tem *status* de programa. Neste texto, objetivamos apresentar um relato de experiência do programa de extensão Análise Crítica de Produtos Midiáticos, que está perto de completar dez edições.

¹ Rudimar Baldissera, servidor docente [Coordenador].

² Amanda Braga Silveira, doutoranda [PPGCOM/UFRGS].

³ Sérgio Gabriel Fajardo, doutorando [PPGCOM/UFRGS].

⁴ Renata Karoline Kehl, aluna [Relações Públicas].

⁵ Rafaela Betina Silva Guimarães, aluna [Relações Públicas].

Atentando especialmente para formação midiática de estudantes de escolas públicas, o programa tem como principal objetivo “fomentar/ampliar as competências (apresentando técnicas de análise, interpretação e produção de conteúdo) de os alunos de ensino médio criticarem os produtos midiáticos, bem como colaborarem na produção de conteúdo” (BALDISSERA *et al*, 2021, p. 202-203). Desde que foi elaborado, o programa realiza *oficinas de análise crítica de produtos midiáticos* para estudantes do ensino médio de escolas públicas. Além deste, possui outros dois eixos: os *minicursos para professores/as de escolas públicas* (implementado em 2015) e os *estudos de comunicação em debate* (iniciado em 2017). Neste texto, refletimos, principalmente, sobre o primeiro eixo, uma vez que as oficinas são atividade pioneira do programa.

Dito isso, a seguir apresentamos os eixos do programa e, na sequência, realizamos uma breve discussão sobre dados quantitativos (número de participantes, atividades realizadas, dentre outros) e qualitativos (partindo de relatos de experiência). Por fim, destacamos algumas considerações.

2 METODOLOGIA

Em seus eixos, o programa compreende processos e práticas que congregam ensino, pesquisa e extensão. Nesse sentido, dentre outras coisas, proporciona que discentes da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFRGS atuem em atividades que ampliam reflexões sobre produtos midiáticos. Para isso, estimula o envolvimento dos discentes em todos os ciclos do programa: planejamento, organização, execução, análise e avaliação.

As *oficinas de análise crítica de produtos midiáticos*, primeiro eixo, são planejadas e ministradas por membros do GCCOP/UFRGS e por discentes do PPGCOM/UFRGS, sendo realizadas em quatro encontros presenciais, de duas horas-aula cada, em diferentes escolas públicas de Porto Alegre/RS. Pontuamos que, em 2020, diante do cenário de isolamento social, no qual as escolas públicas estavam com as atividades paralisadas e/ou em processo remoto, os/as extensionistas (discentes de graduação, de pós-graduação e

docentes da UFRGS), de modo colaborativo, reinventam as oficinas e criaram o *Desafio de crítica da mídia*⁶, espécie de competição-pedagógica *on-line*.

Por sua vez, os *minicursos para professores de escolas públicas*, o segundo eixo, são organizados por docentes da FABICO/UFRGS, estimulando oferecer subsídios didáticos-pedagógicos sobre produtos midiáticos, uma vez que esta temática, muitas vezes, escapa à formação dos educadores. Os minicursos são realizados de modo presencial (algumas vezes durante a semana e, em outros momentos, aos sábados) nas dependências da Fabico.

No terceiro eixo, os *estudos de comunicação em debate* visam ampliar o diálogo e acesso da comunidade às pesquisas que são desenvolvidas por discentes do PPGCOM/UFRGS e, também, por pesquisadores convidados. Nesse sentido, organizamos eventos, presenciais e/ou *on-line*, e convidamos autores/as para apresentarem seus estudos, a fim de refletir sobre seus processos, resultados e implicações na sociedade.

A seguir, discorreremos sobre alguns dados acerca do programa, focalizando no seu primeiro eixo de atuação.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente, esclarecemos que as oficinas somam, desde 2013, o envolvimento de mais de 80 extensionistas e de mais de 750 estudantes de escolas públicas, contemplando 30 turmas de ensino médio de seis escolas públicas de Porto Alegre. Como cada oficina possui quatro encontros, estima-se que já aconteceram cerca de 120 encontros, totalizando 240h em sala de aula.

No primeiro dia de oficina, a partir do interesse dos estudantes, são acordados os conteúdos dos demais encontros. Posteriormente, abordamos a regulamentação da radiodifusão pública e as responsabilidades das emissoras de televisão de atender ao interesse público e aos princípios da comunicação pública.

No segundo encontro, tratamos especificamente do jornalismo, desde suas lógicas de produção e critérios de seleção até a edição e a veiculação de

⁶ Dado o espaço deste texto, para saber mais sobre o Desafio, indicamos a leitura de Baldissera *et al* (2021), como também das matérias disponíveis em www.ufrgs.br/gccop/.

conteúdo. Nesse sentido, buscamos estabelecer a relação entre o fazer jornalístico e os fenômenos das *Fake News* no ambiente digital, uma vez a internet é um dos principais meios de informação dos jovens. Ao final desse encontro, propomos um exercício prático no qual os alunos produzem uma notícia sobre um acontecimento do seu cotidiano.

No terceiro encontro, são apresentados alguns aportes sobre a publicidade e propaganda em diferentes mídias, como também sobre as lógicas de funcionamento dos algoritmos nas redes sociais. Os estudantes revelam surpresa com os conteúdos abordados e como tais operativos impactam no seu consumo midiático e nas opiniões que constroem sobre diversos acontecimentos sociais.

No quarto e último encontro, retomamos questões das aulas anteriores e os alunos apresentam seus trabalhos finais, que são avaliados pelos colegas e pelos extensionistas. Nesse processo formativo, incentivamos o exercício de análise crítica a partir da posição de produtores de conteúdo. Ao término do encontro, solicitamos que os alunos respondam a uma pesquisa de avaliação, na qual opinam sobre seus aprendizados e fornecem suas impressões.

Assim, a partir dos relatos dos estudantes que já participaram das oficinas, podemos aferir que há transformações na maneira como esses jovens passam a perceber os produtos midiáticos, refletindo sobre as variáveis implicadas na produção midiática e em seu consumo. Evidenciando isso, destacamos alguns depoimentos, retirados dos questionários de avaliação, que abordam essas transformações: “*tive mais consciência* na hora de consumir produtos, *ver melhor e mais a fundo* as notícias, *pesquisar* todos os pontos, etc.” (ESTUDANTE 1, 2018). Ou ainda: “a oficina teve *impactos gigantescos na minha maneira de consumir a mídia.*” (ESTUDANTE 2, 2019). Esses relatos indicam a potência de atividades, como as oficinas, de letramento midiático, contribuindo para a formação crítica e a participação social de jovens-cidadãos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste relato de experiência, percebemos que o programa de extensão Análise Crítica de Produtos Midiáticos amplia diálogos sobre consumo e uso midiático. Em processo didático-pedagógico, constrói, coletivamente, reflexões sobre gramáticas, enquadramentos, produtos midiáticos e as suas relações com a construção da realidade social.

Entendemos, também, que a extensão proporciona interações potentes na relação universidade-comunidade, podendo ser emancipadora/agregadora e indo além da prestação de serviços e da disseminação de saberes, configurando-se como um modo de construção de conhecimento. É nessa perspectiva de retroalimentação que este programa, ao propor reflexões coletivas, produz novos saberes, permitindo a qualificação do consumo e do letramento midiático de estudantes do ensino médio público.

Por fim, ressaltamos que a tríade ensino, pesquisa e extensão se fortalecem neste processo, a partir das trocas proporcionadas, em diferentes atividades do programa, entre discentes de graduação, pós-graduação, docentes da UFRGS e comunidade do entorno. Após quase dez anos de edições do programa, inferimos que o conhecimento que vai da universidade para às escolas públicas volta tensionado, problematizado, acrescido e potencializado, gerando transformações no uso e consumo midiático de alunos do ensino médio.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar et al. I Desafio de Crítica da Mídia: uma proposta de reinvenção do Programa de Extensão Análise Crítica de Produtos midiáticos/UFRGS na pandemia da covid-19. In: GUERRA, Laura Ferreira et al (org.). **Horizontes da comunicação: experiências, entrevistas e transcrições na pandemia**. Porto Alegre: Imaginalis, UFRGS, 2021.

MOURÃO, Isaura; VINHOLA, Bruno; MORÁS, Nicole; ROSSATO, Jean; LUZ, Ana. (2019). Análise crítica de produtos midiáticos: experiência de extensão universitária em escolas públicas de Porto Alegre. **Revista Mídia e Cotidiano**, 13 (3), p. 6-23.