

O que vê tu? O poder das imagens no contexto da vida responsável

MARIA ALCINA VELHO DOURADO DA SILVA

Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal

alcina.dourado@ese.ips.pt

Resumo:

Os problemas de sustentabilidade foram estudados num Curso de Verão – Programa Intensive Programme (IP) - que teve lugar na *Escola Superior de Educação* de Setúbal (Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal) em 2009.

EPICA - European Programme In Consumer Affairs - Towards a Consumer Citizenship Education – Summer Course foi suportado pelo Life LongLearning Programme – Erasmus.

Este programa começou em Setembro de 2008 até Agosto de 2009 e tornou possível a 20 alunos de 6 países da Europa encontrarem-se em Setúbal para participar em 2 semanas de Workshops, seminários e visitas de estudo com recurso a aulas presenciais e em e-learning através da plataforma de ensino a distância Moodle.

O principal resultado é um curso sobre o assunto e diversas apresentações disponíveis em <http://projectos.ese.ips.pt/epica/>

Num dos workshops usou-se as imagens captadas pelos próprios alunos, com suas câmaras fotográficas ou telemóveis para ilustrar os principais temas do curso - cidadania, sustentabilidade e consumo - através de uma maratona de fotografia.

O uso de imagens na sala de aula é inquestionável (por exemplo, a foto linguagem), mas esta experiência apresenta uma outra maneira (mais activa) de recolha de informação além de indicador das realizações dos alunos.

O resultado é analisado neste artigo, levando em consideração não só as imagens apresentadas pelos estudantes, mas também os comentários que fizeram.

Palavras-chave:

Imagem, métodos de ensino, sustentabilidade, cidadania, consumerismo

"O grande francês Marshall Lyautey uma vez pediu ao seu jardineiro para plantar uma árvore. O jardineiro reclamou que a árvore demoraria a crescer e não alcançaria a maturidade até perfazer 100 anos. O Marshall respondeu 'Neste caso, não há tempo a perder; planta-a esta tarde'".
John F. Kennedy

INTRODUÇÃO

Este artigo é um estudo de caso que pretende apresentar um Programa Intensivo que teve lugar em 2009 em Setúbal, Portugal visando a sustentabilidade, cidadania e consumerismo. Aconteceram diversas actividades, mas focamo-nos apenas no Workshop C pela utilização da fotografia como uma ferramenta para aumentar a consciencialização entre os participantes do IP.

Não há nenhuma intenção em estudar a fotografia em si, mas apenas mostrar o resultado de uma abordagem possível a alguns conceitos básicos usando imagens trazidas pelos próprios alunos para a sala de aula.

Está organizado em três partes principais: uma abordagem simples a conceitos básicos de forma a entender os 3 principais temas supra referidos, incluindo a literacia, a apresentação do Programa Intensivo EPICA e, finalmente, o conceito maratona de fotos aplicado ao IP bem como alguns dos seus principais resultados.

I ALGUNS CONCEITOS BÁSICOS¹

"Literacia funcional" foi definida pela primeira vez no Congresso Mundial de Ministros da Educação, realizada em Teerão em 1965 "como uma capacidade aprendida que permite aos indivíduos funcionar numa variedade de papéis (cidadãos, pais, trabalhadores, membros de uma comunidade), melhorando assim a produtividade (Bujanda & Zuñiga, 2008) "(apud Martínez & Fernández, 2010). O conceito evoluiu de iliterato que foi definido em 1958 "como alguém que é incapaz de ler e escrever uma simples afirmação sobre o seu quotidiano" (Martínez & Fernández, 2010). Através dos anos, ambos os conceitos evoluíram, naturalmente, de modo a incluir, a literacia não apenas "como uma mera habilidade técnica "(Martínez & Fernández, 2010), mas também" como um conjunto de práticas situadas e definidas no seio das relações sociais e processos culturais mais amplos. Esta perspectiva destaca os diversos usos da literacia na vida quotidiana: direitos cívicos e políticos, trabalho, comércio, creches, auto-aprendizagem, desenvolvimento espiritual, recreação (Bujanda & Zuñiga, 2008; Fransman, 2008). "(apud Martínez & Fernández, 2010)

"Em meados dos anos 60, o conceito de literacia funcional, começou a ganhar aceitação, e os objectivos da literacia tornaram-se mais complexos, mudando para a aquisição e desenvolvimento das habilidades de comunicação necessárias para a participação na vida social e produtiva." (Martínez & Fernández, 2010). A complexidade da sociedade e das empresas forçaram novas formas de interpretar e compreender o conceito de literacia. "Não era mais visto como uma habilidade técnica, cujo único objectivo era assegurar a produtividade económica. O conceito de literacia funcional assumiu um novo significado, agora era definido como um conjunto amplo e diversificado de actividades para as quais a literacia é necessária, a fim de garantir que um grupo ou comunidade possa funcionar de forma eficaz e continuar a empregar a leitura, escrita e cálculo como um caminho para o desenvolvimento individual e colectivo (UNESCO, 2006, p. 164)." (apud Martínez & Fernández, 2010)

Quanto à literacia na actualidade é comumente entendida como "a capacidade de identificar, compreender, interpretar, criar, comunicar, calcular e utilizar materiais impressos e escritos associados a diferentes contextos. A literacia envolve um processo contínuo de aprendizagem para capacitar os indivíduos a atingir os seus objectivos, desenvolver os seus conhecimentos e potencial, e participar plenamente na sua comunidade e na sociedade em geral (UNESCO, 2005)." (apud Martínez & Fernández, 2010)

Essa diversidade de aplicações necessárias requeria a adoção de métodos e estratégias diferentes para atingir resultados positivos de modo a evitar a iliteracia funcional, apesar da necessidade de procura de actividades de forma contínua no tempo, especialmente após os anos de escolaridade obrigatória. De acordo com os campos, vimos o nascimento de diferentes tipos de literacia, como a literacia propriamente dita, matemática, literacia / tecnológico digital, a literacia visual e a literacia científica, entre outros.

"Paul Zurkowsky, bibliotecário americano e Presidente da Information Industry Association, usou pela primeira vez a expressão *information literate*, preocupado essencialmente com o uso da informação em contexto de trabalho e da resolução de problemas" (Silva, 2008) Informação é um termo fundamental, pois define a sociedade actual em que vivemos de acordo com Manuel Castells (Castells, 2002-2003; e 2004). É o resultado do latim *informare* que significa dar forma. Durante algum tempo, todos os actos de comunicação foram reduzidos a uma simples troca de informações, através de documentos e de forma controlada. Mas porque comunicar implica necessariamente partilhar, é essencial incluir pessoas interagindo, o que obviamente excede a informação em si, pois inclui todos os elementos envolvidos no processo, como o receptor e a forma como ele ou ela entendem e usam a informação recebida. Nessa altura, aceitamos que a capacidade da pessoa para reconhecer, compreender, usar ou não a informação depende de vários itens, como a educação e a origem social, além das condições de transmissão da mensagem.

Actualmente, a maioria das informações que recebemos vêm de dispositivos muito diferentes e complexos. Estes dispositivos medeiam o emissor e o receptor da mensagem - como os media e os social media. A apropriação por parte do público da informação recebida é muito pessoal e difícil de controlar por parte das instituições, como as empresas. No entanto, há também uma apropriação colectiva que aparece no contexto social, ajudando cada um de nós a reconhecer o nosso papel na sociedade. Neste caso, é mais fácil para as entidades colectivas obter efeitos sobre a recepção das suas mensagens, usando estratégias de comunicação – como a publicidade ou as relações públicas. Será que todos temos competência para entender as mensagens, usá-las ou até mesmo compreender que todas as mensagens são mediadas?

"Competência é a capacidade que um indivíduo possui de expressar um juízo de valor sobre algo de que é versado, e a soma de conhecimentos ou de habilidades que lhe permitem desempenhar algo ou atingir algum objectivo concreto." (Silva, 2008) A capacidade de interpretar o que se recebe - incluindo o que se vê - é essencial para a plena participação na sociedade. O paradoxo é que somos capazes de usar os dispositivos que nos permitem entrar em contacto com a troca de informações, mas podemos não ter todas as ferramentas que nos permitem usá-las da melhor maneira, em particular devido à sobrecarga de informação, à complexidade das mensagens (não somente redigidas, áudio ou audiovisual mas também multimédia) e à diversidade de fornecedores de informação. Também não podemos encerrar o processo de aprendizagem no tempo já que temos de aceitar a aprendizagem ao longo da vida (literacia ao longo da vida) como uma parte natural das nossas vidas. Assim, é mais fácil organizar através de certos padrões, algumas formas estáticas pré-definidas para lidar com a informação e os processos de comunicação. O uso recorrente do inglês como língua principal nas situações de comunicação (em especial entre as TIC e da Internet) é um exemplo da necessidade de homogeneidade e de formas mais simples de resolver as diferenças entre os intervenientes.

Peltzer refere que as pessoas mais velhas vão ser iliteratas, "se não fizerem o esforço de aprender as novas linguagens, e as novas linguagens são três: o inglês (...); a dos computadores (...); e, finalmente, a das imagens, que consiste em ler nelas noções como a instabilidade e o movimento, simetrias, complexidade e simplicidade, transparência, opacidade, profundidade, clareza, desordem, continuidade, agudeza, difusão, variação, a consistência, espontaneidade, previsibilidade, contraste e

harmonia..." (Peltzer, 1991) As imagens têm uma vantagem indiscutível: tornam possível "entender as coisas fácil e rapidamente, num relance, por mais complexas que elas sejam" (Peltzer, 1991). No caso de fotografias, as imagens reflectem a realidade porque dependem dela, continuando a fornecer informações ao seu receptor. A cultura visual (literacia visual, visualidade ou *graphicacy*) pode ser simplesmente definido como a "aptidão humana para interpretar e manipular mensagens visuais" (Peltzer, 1991). As imagens dão a impressão de verdade e realidade, mesmo quando são objecto de manipulação e quando sabemos que são o resultado de construção pela utilização de uma máquina, um dispositivo que grava e reproduz a realidade. "Pôr em imagem é produzir uma linguagem que pela sua estrutura, forma e ritmos, estimule e alimente o potencial imaginário do público. (...) provocar uma representação mental da realidade, que toque todos os sentidos e particularmente o da visão" (Babin, 93).

Apresenta várias funções entrelaçadas: é um documento, um objecto, um instrumento científico, identificação, retrato, emocional, estético,... Possuindo várias camadas de leitura que nos ajudam à generalização e particularização, pela escolhendo de um ponto focal, um detalhe a realçar entre vários. Esta função semântica pode apresentar uma história ou uma opinião, escolhendo uma perspectiva. Também pode fazer uma relação entre conceitos e ideias e pode, no máximo, ser transformado em ícone, tornando-se uma foto-símbolo como Victor Silva Lopes lembra (Silva Lopes, 1981). Ela descreve, dá credibilidade e cria relações, implicações. Por exemplo, o recepto será mais implicado quanto mais atento estiver ao tema focado na imagem. É muito expressiva e útil em vários contextos, do jornalismo à educação por causa da sua capacidade de tornar presente o que não é visível, dar forma ao que é disforme, para alertar para os objectos, tornando as pessoas cientes deles, simplificar o que é complexo ... mas não substituir a realidade: é semelhante, mas apenas representa-a.

Mas porque implica o receptor, há uma necessidade absoluta de conhecimento preliminar sobre a realidade, o seu repertório cultural. Sem este, é bastante difícil compreender o que vemos numa fotografia, por exemplo. As imagens comunicam porque estão no ponto de encontro entre o emissor e o receptor, fazem uma conexão de forma instantânea, obviamente submetida a restrições de ordem técnica como produto, mas também como um gatilho que activa o processo de comunicação (Dumont, 1994)

Em qualquer caso, é fundamental o domínio do contexto no qual as imagens são produzidas. Nesta matéria, os principais temas do presente paper são, como mencionado supra, a cidadania, a sustentabilidade e o consumerismo. Para começar, há questões internas ainda não resolvidas sobre estes tópicos, porque estes não estão totalmente claros, mesmo para os pesquisadores no campo, além de que se evolui a ritmo acelerado. Mas, mesmo lidando com essas limitações, é importante começar com algumas definições básicas.

Sustentabilidade é um conceito sempre associado ao desenvolvimento, o que implica melhoria qualitativa² originalmente nascido no Relatório Brundtland. Tomando a abordagem da Perl – Partnership for Education and Research about Responsible Living -, "desenvolvimento sustentável" é um conceito multi-dimensional interpretado de muitas maneiras diferentes. O conceito inclui as seguintes dimensões interdependentes:

- satisfazer as necessidades materiais e não materiais de todos os seres humanos - no seio das gerações presentes e entre as gerações presentes e futuras (equidade intra-geracional e inter-geracional);
- a actividade humana e económica não deve ser superior à capacidade dos ecossistemas;
- o uso eficiente e inteligente de ambos os recursos renováveis e não renováveis;
- a integração dos factores ambientais, económicos e sociais para apoiar mutuamente a plena qualidade de vida para todos.

A definição mais comumente utilizada de desenvolvimento sustentável é o "desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades" (Our Common Future, 1987).³

O conceito de cidadania gira em torno de três eixos: "a participação activa e o envolvimento na vida de uma dada comunidade, sustenta e contribui para a produção de conhecimento, para a responsabilização, a partilha de culturas e o desenvolvimento da identidade dos sujeitos; o direito de participar – na vida política, económica e social – não significa só por si que os indivíduos se impliquem no seu exercício efectivo, nem que estejam equipados para o fazer em situações de igualdade; a cidadania activa decorre do sentimento de pertença dos indivíduos e dos grupos à sociedade em que se inserem e, por isso, depende também da promoção de condições de inclusão e coesão social, bem como do desenvolvimento de atitudes e valores" (Ferreira et al, 2000).

Consumerismo é o oposto de consumismo como "o conjunto de comportamentos e atitudes que induzem ao consumo indiscriminado, que pode levar ao endividamento descontrolado, a um estado de dependência quase permanente das actividades das compras, mas também à degradação ambiental, à total indiferença pelas consequências dos nossos actos de consumo, incluindo a gestão de resíduos "(Beja Santos, 2010) Phillip Kotler enunciou o que muitos consideram a definição original de consumerismo datada de 1972:" é o movimento social que procura aumentar os direitos e poderes dos compradores em relação aos vendedores." (Olander & Lindhoff, 1975). São, portanto, conceitos completamente distintos, e enquanto o "último procura ajudar o cidadão-consumidor a introduzir alguma racionalidade no acto aquisitivo, informando-o, o primeiro esforça-se por o manter numa generalizada dormência, incitando hábitos de consumo por vezes questionáveis, desmedidos, prenes de consequências nefastas quer para a sociedade quer para o meio ambiente. Isto porque o cidadão ainda não ganhou consciência da omnipresença do conceito e do seu papel enquanto consumidor, pela eliminação da dicotomia cidadão *versus* consumidor, adoptando a perspectiva integradora do cidadão-consumidor." (Dourado, 2010). No entanto, a forma de operacionalização da cidadania consumerista (Thoresen, 2005) tem-se verificado em todos os campos da tão propalada sustentabilidade - económica, social e ambiental - , mas também política ou institucional, muito para além do 'eco-consumo' - este último redutor, apesar de inovador.

Trata-se de uma tarefa difícil! Apesar das muitas ambiguidades e ambivalências que os autores que trabalham nesse sector - ainda que involuntariamente - experimentam, os professores e oradores convidados no Programa Intensivo EPICA fizeram um esforço sério no sentido de uma clarificação entre os alunos participantes do IP.⁴

II DO PROGRAMA INTENSIVO...

A Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal, em Portugal, organizou EPICA – European Programme in Consumer Affairs – Towards a Consumer Citizenship Education Summer Course. Este Programa Intensivo (IP) foi apoiado pelo Programa Life Long Learning - Erasmus.

Tudo começou em Setembro de 2008 até Agosto de 2009, tornando possível para 21 alunos de 6 países diferentes europeus participar em Setúbal durante 2 semanas em vários workshops, seminários e visitas de estudo sobre a cidadania, a sustentabilidade e o consumerismo usando as lições em sala de aula e a plataforma e-learning Moodle. O principal resultado é um curso sobre o assunto na plataforma Moodle e várias apresentações disponíveis no <http://projectos.esse.ips.pt/epica/>

O objectivo do Programa de Verão EPICA era partilhar o conhecimento das 6 Instituições de Ensino Superior (IES) parceiras europeias no domínio da Educação para a Cidadania do Consumidor, durante um curto período de tempo (2 semanas). O Curso tratou de assuntos interdisciplinares que geralmente não são focados em cursos de ensino numa base regular.

O desenvolvimento curricular proposto incluía áreas do conhecimento, tais como: educação do consumidor, educação para os media, a percepção de risco, organizações políticas, as políticas europeias,... usando uma abordagem diferente geralmente aplicada em áreas como a gestão, o direito, a economia e a sociologia, ou seja, a abordagem de cidadania dos consumidores para a sustentabilidade.

Os objectivos de ensino deste projecto foram a promoção de uma possível resposta construtiva para os desafios de hoje e para isso os parceiros das IES comprometeram-se com a missão de desenvolver um currículo para este programa de verão. Este foi um primeiro passo para um futuro ciclo completo de estudos, a nível do mestrado. Este nível baseia-se na compreensão crítica dos quatro temas principais.

O Programa de Verão foi agendado para começar a 21 de Junho (quando os participantes internacionais chegaram) até 03 de Julho (quando os participantes internacionais partiram) durante 10 dias úteis. O IP começou a 22 de Junho (registo e sessão de abertura) até 02 de Julho (apresentação dos resultados e sessão de encerramento). As expectativas dos parceiros também incluíam a participação dos alunos na criação e publicação de alguns materiais inovadores no fim do programa de verão.

Quanto à logística, este primeiro programa intensivo internacional sobre a temática em apreço teve lugar na cidade de Setúbal, Portugal. O programa foi desenvolvido com a participação de alguns parceiros envolvidos na CCN2 – Citizenship Consumer Network - uma rede internacional gerida pela Universidade de Hedmark (Noruega) de 2006 até 2009.

A Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal foi a instituição coordenadora (Setúbal, Portugal). As outras instituições parceiras incluíram a Rezekne Higher Education Institution, Letónia; Suhr's Metropolitan University College, Dinamarca; University of Economics – Varna, Bulgária; Vilnius Pedagogical University, Lituânia e a Hedmark University College, Noruega (Fig. 1).



Fig. 1

Esta foi uma oportunidade para promover o intercâmbio cultural e o trabalho no campo dos problemas dos consumidores num momento em que os cidadãos europeus estão a enfrentar novos desafios, nomeadamente no domínio da sustentabilidade e do consumerismo.

Neste inquérito, havia quatro temas principais em discussão:

- O papel do cidadão europeu num mundo globalizado,

- Produção e consumo sustentáveis,
- A diversidade cultural e a interdependência,
- Responsabilidade social e cidadania.

O inglês foi a língua de trabalho utilizada pelos grupos-alvo: principalmente estudantes universitários, das IES dos países parceiros que no final receberam um máximo de 3 créditos ECTS.

O procedimento incluiu a selecção de um total de 3 alunos por parte das IES parceiras para participar neste Programa de Verão (com a excepção de Portugal, que seleccionou 5 alunos). O programa foi apoiado pelo Life Long Learning Programme – Erasmus, até 75%. Incluiu uma estadia de 12 noites para os participantes internacionais, sem taxas de inscrição para todos os alunos. Cada IES recebeu apoio para o alojamento, refeições e transporte para os professores e alunos participantes, à excepção dos participantes portugueses que tiveram de pagar a maioria das suas despesas.

A Escola Superior de Educação de Setúbal disponibilizou as instalações, como salas de aula, o apoio de recursos humanos e o acesso a todos os meios e recursos disponíveis para estudantes Erasmus, incluindo serviços de informática e internet.

Quanto à gestão 14 pessoas foram directa ou indirectamente envolvidas na enorme tarefa de criar semelhante projecto em domínios como: coordenação, direcção, apoio institucional financeiro e administrativo, gestão do site, consultoria e apoio logístico.

O programa incluiu alguns momentos culturais e desportivos, mas foi principalmente dedicado ao desenvolvimento do conhecimento dos participantes sobre os principais temas. Assim, as sessões plenárias foram destinadas à introdução aos temas, seguidas de dois workshops básicos: um workshop visando a preparação de um ambiente acolhedor entre os participantes, confiança e cooperação (IceBreak); o outro workshop visando a introdução às ferramentas do Moodle e seus recursos, porque este foi o principal ambiente de aprendizagem - além das sessões presenciais.

Nas sessões plenárias, houve um esforço para a apresentação dos diferentes pontos de vista sobre temas interdisciplinares e o resultado foi muito eclético: assuntos como a sustentabilidade numa perspectiva de marketing até à protecção do consumidor pelas associações foram incluídos, por exemplo. Os oradores convidados vieram de domínios muito diferentes: Pedagogia e Ciências da Educação, Marketing, Comunicação, Multimédia, Teatro, História Contemporânea, Filosofia, Engenharia Ambiental, Engenharia Física, Ciências Sociais e CEO de empresas privadas, num total de 17 oradores.

A estrutura do IP incluiu dois momentos importantes: os workshops temáticos (4 no total) que eram obrigatórios e os workshop opcionais. Estes últimos, oferecidos em simultâneo e livremente escolhidos pelos próprios alunos, tinham como objectivo apresentar abordagens interdisciplinares relativamente aos temas principais, como 'From Consumer Research to Customer Management', 'Environmental impacts included in consumed products and services' e 'Environmental impacts included in consumed products and services'. Os professores convidados trabalharam essencialmente os quatro grandes temas como oficinas obrigatórias.

O workshop introdutório final (ou Workshop C) devia ter acontecido na Herdade do Zambujal, organizado pela equipa Cinzambu com o objectivo de apresentar a história e património natural e cultural da região através da aplicação de alguns dos conceitos que os alunos trabalharam no IP nos últimos dias. Isto incluía acampar e dormir ao ar livre no local. Infelizmente as condições meteorológicas eram terríveis: no final de Junho, uma tempestade e chuva torrencial impossibilitaram continuar com o planeamento e o workshop mudou para uma maratona de fotos.

III ... À MARATONA FOTOGRÁFICA

A ideia subjacente ao Workshop C do IP EPICA estava relacionada com as diferentes formas de lidar não só com as imagens, mas também com o método, neste caso a maratona fotográfica.

"A maratona fotográfica é uma competição, onde aos fotógrafos são dados determinados temas a interpretar dentro de um prazo que poderia ser de 6, 12 ou 24 horas."⁵

A expressão foto-paper está relacionada com o peddy-paper. No caso do peddy-paper "é uma prova pedestre de orientação para equipas, que consiste na realização de um percurso ao qual estão associadas perguntas ou tarefas correspondentes aos diferentes pontos intermédios (ou postos) e que podem determinar a passagem à parte seguinte do percurso. O peddy-paper é uma actividade lúdica, muitas vezes com uma vertente pedagógica, geralmente ligada à aquisição de conhecimentos sobre um determinado tema ou local."⁶

O termo peddy-paper foi criado para designar, em Portugal, a variante pedestre⁷ do rally-paper (ou também rallye-paper). Por sua vez, o termo rally-paper terá chegado à língua portuguesa através do francês, onde terá tido o significado de prova de «caça ao tesouro» adaptada para a participação de várias equipas (daí o uso de rally, no sentido de ajuntamento) deslocando-se a pé, a cavalo, de bicicleta, de automóvel, etc. Em Portugal, o rally-paper ficou, no entanto, exclusivamente ligado a provas realizadas em veículo automóvel, provavelmente por influência da palavra rali.⁸

Outro uso para as imagens, em particular as disponibilizados nos media, como revistas e jornais, é a foto-linguagem. "O termo foi inventado em França em meados de 1960, pelos pensadores religiosos do áudio-visual Pierre Babin, Will e Claire Belisle e os seus colegas no Centro de Recherche et Communication / Áudio Visuel Expression de la Joui (CREC-AVEX) em Lyon, França".⁹ Seleccione-se uma vasta gama de imagens, com qualidade evocativa, espalham-se no chão e convidam-se os alunos a percorrê-las a fim de seleccionar aquela que mais os interpela em relação aos objectivos da sessão lectiva. Em seguida, cada um apresenta a sua escolha e as razões para a mesma, respondendo a algumas perguntas relacionadas com os temas, explorando várias camadas de análise. Isto funciona muito bem em pequenos grupos, facilitando a expressão e a criatividade, mas este não era o caso. Neste workshop as imagens não foram fornecidas, mas recolhidas pelos participantes. Das várias possibilidades, depois poderiam ser usadas para apresentações e discussões no seio deste grupo de alunos (como foi o caso da sessão final do IP) mas também com outros grupos, através da recolha de todas as fotos e usando-as como matéria-prima para trabalhar com outros alunos. Esta não é uma técnica antiga, mas afigura-se muito útil, especialmente quando usada em conjunto com outras, destacando-se as metodologias activas.¹⁰

Em relação a este seminário, procurou-se usar a maratona fotográfica pela realização de uma tarefa simples: tirar fotos a respeito de um assunto dentro de um limite temporal. Não existem outras questões ou tarefas a serem cumpridas algures ao longo do processo, excepto para as questões iniciais que incluem o limite temporal de 8h e a inclusão de um comentário, por exemplo.

A fotografia existe há muito tempo. Não há realmente nada de novo nisso... enquanto técnica, é claro. Já a fotografia associada ao conceito de maratona é algo relativamente recente. Nesta óptica, tudo ainda pode ser criado em relação aos temas abordados. Apesar do nome – maratona fotográfica -, os participantes não precisam de correr.

Um olhar rápido sobre a web fornece alguns exemplos de actividades e eventos que aplicam este conceito. É o caso da maratona fotográfica "Second Look". Aconteceu pela primeira vez em Maio de 2009, organizada pela Associação Second Look localizada em Bristol. "Fundada em Janeiro de 2008 por seis fotógrafos de Bristol, Second Look destina-se a promover a fotografia criativa pela organização de eventos e oferecendo uma montra para a prática fotográfica [esperando] elevar o

perfil da fotografia como uma forma de arte pública e fornecendo uma plataforma para os fotógrafos promoverem e desenvolverem o seu trabalho.¹¹"

O conceito de maratona fotográfica é explicado de uma maneira muito simples e directa. "O evento de um dia desafia a pensar criativamente, conhecer novas pessoas e divertir-se. Cada participante recebe uma máquina fotográfica descartável e uma lista de temas a capturar. Os assuntos devem ser tomados na ordem em que são fornecidos. Apenas uma imagem pode ser tomada para representar cada tópico."¹²

Parecia bastante simples e fácil adoptar esta ideia e aplicá-la caso ocorresse algo de algo errado no planeamento inicial do Workshop C que consistia no acampamento. O que realmente acabou por acontecer por causa do mau tempo. ... Assim, a ideia para o plano B implicava que, neste workshop os alunos deveriam ser capazes de tirar fotografias com as suas próprias câmaras fotográficas ou telemóveis. O objectivo implicava captar os principais temas do curso, como uma maratona de fotografia, escolhendo exemplos positivos e negativos de cada. Uma lista de todos os conteúdos produzidos inclui um total de 96 comentários e 84 fotografias. Apesar dos 21 participantes, apenas foram produzidos 16 contributos (15 mulheres e 1 homem) de todos os 6 países envolvidos no IP: Portugal, Letónia, Dinamarca, Bulgária, Lituânia e Noruega.

Não houve restrições relativas aos locais: eles poderiam ir para onde quisessem, sozinhos ou em grupos, com outros membros do IP ou não, tirando fotos ao longo de todo o dia ou apenas uma parte dele, de apenas um lugar ou em vários. Isso não importava! As únicas condições - além das inseridas no guia de actividades - referem-se à originalidade das imagens (o autor deve sempre ser o próprio aluno) e a obrigação de inseri-las na plataforma e-learning Moodle, até ao final do dia da maratona. Estas foram explicadas no local de partida, mas havia algumas irregularidades que implicaram a exclusão de algumas das fotos recolhidas. No entanto, a falta de qualidade das imagens apresentadas não era importante: o que realmente importava era a capacidade de reduzir os 3 conceitos leccionados nas fotos e, dessa forma, dar informações sobre o modo como os estudantes olhavam para o mundo em que viveram durante 2 semanas - reflectindo não só a sua educação e contexto de aprendizagem, como também as discussões que tiveram ao longo da primeira semana do IP. As fotos foram capturadas principalmente nas cidades de Setúbal e Lisboa.

Quanto à listagem que contém todas as fotos e comentários, os principais problemas encontrados foram a educação, indústria, produtos, comércio, ambiente, energias renováveis, comportamento, reciclagem, transportes, património, pobreza, sociedade e serviços. Os principais temas foram considerados de forma ligeiramente diferente: a sustentabilidade foi vista como duradoura no tempo, incluindo várias gerações no futuro, a cidadania centrada na sociedade e o consumerismo sobre as relações comerciais e práticas afins. Mas o foco principal incidiu sobre o comportamento, que foi transversal a todos os tópicos.

No final do dia houve algumas surpresas. Para começar, os conceitos ainda não estavam claros nas suas mentes. Os alunos usaram com frequência o mesmo tipo de imagens e comentários para ilustrar conceitos diferentes. Por exemplo, os veículos automóveis foram usados para ilustrar a sustentabilidade e a cidadania, ambos como exemplos negativos.



Fig. 2

Consumerismo é um conceito estranho para a maioria dos alunos. Nas suas mentes - e tendo apenas em consideração os seus contributos - resulta de uma mistura de todos os conceitos. E, muitas vezes, havia algumas imagens que os participantes decidiram que abrangiam todos os conceitos num só. Sustentabilidade e cidadania apareciam de forma mais sólida e clara - pelo menos os seus comentários mostravam alguma reflexão e certeza sobre os tipos de exemplos que poderiam inserir.

Além disso, as imagens inseridas mostraram que eles vêem o mundo em apenas duas cores: preto e branco. Apenas alguns notaram que havia áreas cinzentas, principalmente porque o mesmo acto poderia ser positivo e negativo - o uso de carros poderia ser positivo se o carro fosse um Smart - como um bom exemplo de sustentabilidade. Mas mesmo nesses casos, eles não identificaram todos os diferentes tons de cinza. Neste exemplo, o Smart como um carro de apenas 2 lugares significa que apenas 2 pessoas podem usá-lo ao mesmo tempo.



Fig. 3

Além disso, existem alguns conceitos diferentes sobre o papel dos diferentes actores envolvidos: Estado, empresas e sociedade em geral. Para alguns, as empresas são vistas como positivas, porque garantem o desenvolvimento do país, para outros é motivo de poluição.



Fig. 4

Há também um foco importante na reciclagem - que é evidente pelo número de imagens contendo depósitos para reciclagem - e sobre a dependência e o uso excessivo de carros. Houve dualidade nalguns comentários, por exemplo sobre os graffiti: considerado um mau exemplo em matéria de comportamento, mas se usado para expressar (des) contentamento é aceitável. A dualidade é também visível quando a brochura Dolceta foi usada como um mau exemplo para o consumerismo, devido à "ênfase no consumo".



Fig. 5

CONCLUSÃO

Como um dos jovens estudantes referiu, esta actividade foi vista como um exercício leve, percebendo no seu quotidiano o que podiam ou não fazer («daily 'do's' and 'don't's'»). A sua maior dificuldade não eram as questões técnicas relacionadas com a acção de tirar uma fotografia – a tarefa deixou de ser um mistério e é tão simples como tirar uma fotografia com um telemóvel -, mas os seus conhecimentos sobre os 3 conceitos, pois são a base para todas as actividades. Isto foi muito evidente no último dia, quando apresentaram os resultados na sessão plenária. Sustentabilidade, cidadania e consumerismo foram ensinados na primeira semana do IP e a maioria dos alunos já tinha algumas informações prévias relacionadas, mas em geral o conhecimento foi semelhante entre os participantes de forma - talvez o possamos afirmar – tão geral e simplificada como a sociedade em que vivem. Se os académicos enfrentam várias contradições e complexidades quando tentam encapsular cada um dos conceitos mencionados, tal facto assume particular evidência quando se trata do indivíduo comum face ao desafio de identificá-los na sua vida diária.

O método escolhido para resolver um problema prático relacionado com um workshop que não ocorreu devido ao mau tempo, foi uma maratona de fotografia. A ideia era dar liberdade de escolha a cada aluno (locais, tempo, objectos...) mas, ao mesmo tempo, obrigá-los a recolher tantas fotografias quanto poderiam. Nesta medida foi um sucesso, pois apresentaram mais fotografias do que era esperado e os comentários mostraram que tentaram apresentar o seu próprio ponto de vista. Mas esta era apenas uma abordagem, tomada de ânimo leve pelos próprios participantes. Era apenas um ponto de partida, a discussão necessitava maior aprofundamento através de leitura e reflexão. Este foi um programa intensivo que utilizou 2 semanas para trabalhar com um grupo seleccionado de estudantes de diferentes países, período que se revelou insuficiente - pelo menos, relativamente aos principais objectivos. Era necessário mais disponibilidade a posteriori bem como mais preparação antes do início do programa, por exemplo, usando leituras exploratórias e pesquisa mais minuciosa sobre os autores fundamentais em cada tópico.

Apesar destas vantagens e desvantagens, a experiência trouxe à tona algumas linhas úteis de trabalho: a fotografia é, definitivamente, uma maneira fácil, rápida e eficaz de reunir dados, por tornar visível o que nós tomamos por garantido. A maratona fotográfica pode ser usada não só pelos estudantes de graduação, mas também pelos estudantes mais jovens, graças à facilidade na obtenção de um dispositivo de recolha de imagens e em usá-lo. Também obriga os participantes a reflectir ao tentar tirar a foto (os conceitos não são fáceis de transformar em acções) e quando escrevem os comentários sobre as imagens. Houve também um processo de selecção das imagens que eles inseriram na plataforma e-learning Moodle, o que ajuda a desenvolver várias competências em simultâneo, necessárias por outros motivos e campos de estudo.

As imagens coligidas podem ser usadas para outros fins, como a ilustração de materiais pedagógicos. No entanto, há uma grande conclusão a retirar desta experiência: há uma forte necessidade de clarificar conceitos em apreço entre os académicos, a fim de devolvê-los à sociedade, facilitando o seu processo de apropriação e transformação em acções quotidianas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BABIN, Pierre (1993) – Linguagem e cultura dos media, Lisboa: Bertrand Editora
- CASTELLS, Manuel (2004) – A Galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- DOURADO, Alcina (2010), Trabalho final de Curso de Doutoramento em Ciências da Comunicação, FCSH/UNL
- DUMONT, Pierre (1994) – “Imagem e Comunicação Propostas metodológicas” in Colóquio educação e sociedade / propr. e ed. Fundação Calouste Gulbenkian, dir. J. J. R. Fraústo da Silva. – nº 5 (Mar. 1994)-. - Lisboa: F.C.G.
- FERREIRA, Manuela Malheiro, Miranda, Branca Margarida, Alexandre, Fernando, (2000) Educação para a cidadania: tendências actuais, Encontro Internacional Educação para os direitos humanos, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- LOPES, Victor Silva (1981) - Iniciação ao Jornalismo. Lisboa: Dinalivro
- MARTÍNEZ, Rodrigo; Fernández, Andrés, The Social and economic impact of illiteracy: analytical model and pilot study, Publ: 2010; 73 p.; OREALC/2010/PI/H/12
- ÖLANDER, Folke, Lindhoff, Håkan, (1975) Consumer action research: A review of the consumerism literature and suggestions for new directions in research, Social Science Information, 14: 147
- PELTZER, Gonzalo (1991) - Jornalismo iconográfico, Lisboa: Planeta Editora Colecção: Extra Planeta Editora
- SANTOS, Mário Beja (2010) - Consumidor Diligente, Cidadão Negligente. Olhares sobre o mercado actual e as tendências do consumo, Lisboa: Edições Sílabo
- SILVA, Armando Malheiro da, Inclusão Digital e Literacia Informacional em Ciência da Informação, Faculdade de Letras da Universidade do Porto – CETAC.media, in PRISMA.COM nº7 2008 ISSN: 1646 – 3153, p.16
- THORESEN, Victoria (editor) (2005) Consumer citizenship guidelines, Vol. 1 Higher Education, The Consumer Citizenship Network

NOTAS FINAIS

¹ Para facilitar o uso da terminologia, em especial pela tradução de textos do inglês para o português, a autora adoptou os seguintes termos e respectiva tradução: literacy – literacia (ainda que na língua inglesa possa assumir também o significado de alfabetização); illiterate – analfabeto; functional literacy – literacia funcional

² <http://www.perlprojects.org/Project-sites/PERL/Responsible-living/Concepts-and-values>

³ <http://www.perlprojects.org/Project-sites/PERL/Responsible-living/Concepts-and-values>

⁴ Finalmente, o conceito de Responsible Living (ou vida responsável) não estava ainda disponível para ser utilizado neste contexto, estando actualmente em desenvolvimento em <http://www.perlprojects.org/Project-sites/PERL/Responsible-living/Concepts-and-values>

⁵ <http://www.photomathon.com/>

⁶ <http://ec.europa.eu/translation/bulletins/folha/folha30.pdf>

⁷ O antepositivo ped(i)-, do latim pes, pedis (pé em sentido próprio e figurado), terá sido transformado no suposto antepositivo «inglês» peddy-. Começam também a aparecer em Portugal outros termos como eco-paper ou foto-paper. – Nota de rodapé do autor disponível em

<http://ec.europa.eu/translation/bulletins/folha/folha30.pdf><http://ec.europa.eu/translation/bulletins/folha/folha30.pdf>

⁸ <http://ec.europa.eu/translation/bulletins/folha/folha30.pdf>

⁹ <http://www.medialit.org/reading-room/photolanguage-philippines>

¹⁰ Aconselha-se a consulta de 'Images and Objects Active Methodology Toolkit' da PERL disponível em <https://www.hihm.no/content/download/5073/44646/file/1%20ESD%20Images%20and%20Objects%20Active%20Methodology%20Toolkit%20small%20file.pdf>

¹¹ <http://www.facebook.com/group.php?gid=19712026319>

¹² <http://www.secondlook.org.uk/events/2010/may/29/photomathon/>