

A RESPONSABILIDADE EDUCACIONAL E O REAPROVEITAMENTO DOS PRODUTOS MIDIÁTICOS COMO ESTRATÉGIA PARA UM ENSINO MAIS REFLEXIVO

Msc Hercules Farnesi Cunha
Docente do Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas de Três Lagoas - AEMS

RESUMO

Ensino e educação denotam capacidades de entendimento e reflexão de todos os dados aprendidos e acumulados, possibilitando análises pessoais sobre as orientações, coletivas ou não, do que seja certo ou errado diante de cada situação vivenciada em determinado momento. O ensino e a educação exigem construções de estruturas que levem o cidadão à plenitude da aprendizagem, com possibilidades de uma discussão e rediscussão sobre o que aprender, como aprender, porque aprender e para que aprender, levando o indivíduo a pelo menos três níveis: instintivo, descritivo e simbólico.

As mídias de comunicação de massa e as tecnologias, ao longo dos anos, têm possibilitado construções de culturas e, conseqüentemente, aprendizados cada vez mais superficiais, levando-se em conta a quantidade e a generalidade das informações disponibilizadas e que não geram preocupação com as estruturas cognitivas e que conduzem o indivíduo ao verdadeiro processo do ensino-aprendizagem, de acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais e a Lei de Diretrizes e Base da Educação.

Palavras Chave: Ensino e Educação, Produtos Midiáticos, Responsabilidade.

A EDUCAÇÃO NO CINEMA

O Presidente Getúlio Vargas, segundo os historiadores, diversificou os seus quinze anos de administração federal com fases que variavam entre um determinismo progressista, populista e até autoritário anti-democrata, mas marcados por uma preocupação com a educação que permitiu o Brasil se afastar de uma das piores colocações no setor educacional mundial.

E o início dessa preocupação se deu com a criação do Ministério da Educação e Saúde Pública, desembocando no “Manifesto dos Pioneiros da Escola Nova” e que tinha como lema a “Reconstrução social da escola na sociedade urbana e industrial”. Mais tarde, Getúlio Vargas assinaria a Lei nº 378, que criava o Instituto Nacional de Cinema Educativo, que se referia, na Seção III - Dos serviços relativos à educação - item 2. Instituições de educação escolar - Art. 40:

“Fica criado o Instituto Nacional de Cinema Educativo, destinado a promover e orientar a utilização da cinematographia, especialmente como processo auxiliar do ensino, e ainda como meio de educação popular em geral”.

Assinavam a lei o então Presidente Getúlio Vargas e o Ministro da Educação e Saúde Gustavo Capanema, na data de 13 de janeiro de 1937.

Neste mesmo ato, ficou o Poder Executivo autorizado a despendar, no exercício de 1937, com despesas de material necessário ao Instituto Nacional de Cinema Educativo, a importância de quatrocentos mil reis (400:000\$). É curioso observar que, neste mesmo ano, a mesma lei destinava às “despesas necessárias ao desenvolvimento do teatro nacional a quantia de seiscentos mil reis.”

No entanto, o início do emprego do cinema no ensino e na pesquisa científica no Brasil pode ser datado de 1910, quando foi criada a “Filmoteca do Museu Nacional”. Em 1912, o professor Roquette Pinto trazia, do atual estado de Rondônia, os primeiros filmes dos índios ‘Nambiquara’, provocando o surgimento do cinema educativo em diversos pontos do país. Mas, a popularização de todas estas ações foram incrementadas em 1933, com a criação da Biblioteca Central de Educação, no então Distrito Federal, com uma Divisão de Cinema Educativo, com o objetivo de fornecer filmes às escolas públicas do Rio de Janeiro.

Competia ao Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE) editar filmes educativos populares (*standard*, 35mm) e escolares (*substandard*, 16mm), com liberdade para, além de manter a filmoteca, divulgar todos os filmes de sua propriedade, cedendo-os por empréstimo ou por troca às instituições culturais e de ensino, oficiais e particulares, nacionais e estrangeiras.

Roquette-Pinto, como primeiro diretor do INCE, dotou-o de uma filmoteca voltada para a preservação dos filmes brasileiros e que, em 1943, já contava com 587 filmes, de 16 e 35 mm, em seu acervo, com permanente contato com 232 escolas registradas. Para incentivar ainda mais a estratégia de levar educação e cultura para as escolas através do cinema, o Ministro de Educação passou a doar quatro filmes para as escolas que possuísem um projetor sonoro de 16mm.

Em 1966, o Instituto Nacional do Cinema Educativo se transformou no Instituto Nacional do Cinema (INC), repassando não só as atribuições de levar a educação e cultura para as escolas, mas a de criar o Departamento do Filme Educativo com a incumbência de comprar os direitos de contratação de produções independentes, num total de 20 filmes por ano, o que dava ao INC o direito à distribuição de várias cópias no circuito não comercial, de escolas e demais entidades.

Uma nova modificação na estrutura do INC aconteceu em 1976, provocada a partir da sua fusão com a Empresa Brasileira de Filme (empresa estatal brasileira, produtora e distribuidora de filmes cinematográficos), e que deixou o cinema educativo a cargo do

Departamento de Filme Cultural (DFC), subordinado diretamente à Diretoria de Operações não-Comerciais, com o objetivo de elevar o número de atendimentos com cópias emprestadas.

Contudo, os rumos da Diretoria de Operações Comerciais da Embrafilme sofreram novas mudanças a partir de 1990, quando os custos de produção, copiagem e distribuição se elevaram muito, tornando-se inviável as exibições gratuitas, mantidas apenas nos casos em que os projetos eram pagos pelo agente patrocinador do evento. Quando da realização de algum filme, a estatal apenas investia com a garantia de retenção da renda das exibições.

Na administração do presidente Fernando Collor de Mello, a empresa estatal brasileira, com a incumbência de produzir e distribuir os filmes cinematográficos nacionais, foi extinta e as produções se inviabilizam, prejudicando, também, a produção dos curtas metragens, que perdem o seu espaço de exibição, realizado pouco antes da projeção dos longas na maioria das salas do circuito comercial de filmes.

LINHAS DE OBSERVAÇÃO DO ESTUDO

Um estudo mais detalhado nos permite dizer que, ainda na década de 90, a denominação “educativo”, expressa na ficha técnica das produções cinematográficas, indicava um produto cuja temática se relacionasse com conteúdos e habilidades transmitidas pela escola, com importantes intenções formativas e didáticas. Assim, a nomenclatura “filme educativo” existia para os filmes instrucionais e que objetivavam auxiliar e/ou substituir total ou parcialmente a função exercida pelo professor ou treinador.

No entanto, não podem ser deixados de lado os filmes de ficção e que enfatizam tanto a emoção quanto a razão, possibilitando o mesmo tipo de reflexão e que pode ser educativa. Ao contar uma estória (história), tem-se uma estrutura narrativa no desenvolvimento de uma ação. Aos espectadores (crianças, adolescentes e até adultos) é possível perceber um *flash-back* (volta rápida) no tempo e que propicia uma re-análise de acontecimentos que, agora, mais amadurecidos, propicia um entendimento melhor sobre as situações mostradas, mesmo que em outro momento ou situação.

Uma práxis de decodificação consciente da mensagem audiovisual é iniciada pelo conhecimento e da prática de sua codificação. Dessa forma, estabeleci alguns critérios, mesmo que menos indicativos, mas que me permitissem avaliar o que uma imagem pode expressar, a partir da ‘releitura’ (observação diferenciada) dessa imagem, analisada de acordo com a sua estrutura, composição e significados.

De acordo com Albertino Aor da Cunha (1990), pode-se distinguir três níveis de atenção em uma imagem observada:

1. **Instintivo** – É o que se percebe, imediatamente, quando a imagem aparece. Há uma estreita ligação dos elementos que formam este nível com o da percepção: cores, formas, expressões e lembranças que nos vêm tal qual a velocidade das imagens aos nossos olhos, que a transmite ao cérebro e constrói as primeiras impressões. Nesta fase, também, são importantes as tonalidades e as cores das imagens, definidas como quentes ou frias, em acordo com as sensações percebidas pelo nosso corpo.
2. **Descritivo** – Terminadas as informações primárias do nível ‘Instintivo’ e que dura apenas poucos segundos, os olhos passam a observar outros elementos que compõem a imagem. O nível Descritivo permite que o cérebro faça leituras de planos, campos, luzes, sombras e perspectivas que constroem toda a cena, em detalhes. A ele é determinado o tempo necessário para a ‘leitura’ de todo o conjunto da imagem, tornando possível receber, construir e transformar todos os dados em informações.
3. **Simbólico** – Esta terceira fase permite ao observador construir e/ou entender certos simbolismos através da ‘leitura’ dos elementos contidos na imagem. Para que isso ocorra, é necessário que o observador tenha prévios conhecimentos e, portanto, esteja apto à racionalidade do que está ou foi observado. Este é o momento em que há reunião entre todos os conteúdos comunicativos da imagem e que vai permitir uma codificação da mensagem, muitas das vezes de forma individualizada por conta do conhecimento e consequente reflexão de cada pessoa.

De posse destas observações, aproveitei-me de filmes de ação, ficcionais, dramas, romances, roteiros com base em fatos, ou até mesmo animações, todos com o intuito de atrair a atenção, despertar a leitura e, mais ainda, promover ‘releituras’ avaliativas ou conceituais da vida, não só das personagens, mas dos próprios espectadores que, antes da exposição, recebem uma dosagem de informações do conteúdo e os caminhos a serem percorridos durante todo o tempo da exibição da produção cinematográfica.

Para a escolha dos títulos, são levados em consideração, além do assunto a ser

abordado, os “fatores relativos à audiência”, estudados por Mauro Wolf (1995),

“pois é neste âmbito que a fragmentação da pesquisa, o elevado número de variáveis em jogo e o emaranhado das relações recíprocas fazem com que seja quase impossível fornecer uma descrição exaustiva.”

Hyman e Sheatsley (apud Wolf, idem), preferem dizer que

“pressupor uma correspondência perfeita entre a natureza e a quantidade do material apresentado numa campanha informativa e a sua absorção por parte do público, é uma perspectiva ingênua porque a natureza real e o grau de exposição do público ao material informativo são, em grande parte, determinados por certas características psicológicas da própria audiência.”

Assim, posso afirmar que quanto mais as pessoas são expostas a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta e, à medida que esse interesse aumenta, mais as pessoas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele.

Da mesma forma, Mauro Wolf (ibidem) aponta o estudo da “exposição seletiva” como um fator preponderante em todo o conjunto de observação, visto a importância de se conhecer a preferência dos diferentes indivíduos estudados, respeitando a sensibilidade de cada um quanto ao meio de comunicação a que ele está ou foi exposto.

Como último tópico, a “percepção seletiva” é complementada por Klapper (1963), ao afirmar que

“Os elementos do público não se expõem à rádio, à televisão ou ao jornal num estado de nudez psicológica; pelo contrário, apresentam-se revestidos e protegidos por predisposições já existentes, por processos seletivos e por outros fatores”.

Esta afirmativa me leva à interpretação sobre a transformação e adaptação do significado de cada mensagem recebida, que segundo Klapper (idem), “a fixará às atitudes e valores do destinatário até mudar, por vezes, radicalmente, o sentido da própria mensagem.” Diversos requisitos ainda foram apresentados no conjunto destes estudos, mas apenas destacarei, agora, a sua importância ao definir o chamado “campo de aceitação”, que delimita o âmbito dentro do qual as opiniões expressas na mensagem são captadas pelo destinatário como “objetivas” e “aceitáveis”.

Como último ponto, Mauro Wolf (1995), mostra que a “memorização das mensagens contém elementos de seletividade”, análogos aos vistos nos itens anteriores. Aspectos em

acordo com as atitudes e opiniões próprias são memorizadas num grau mais elevado do que os outros e essa tendência acentua-se à medida que vai decorrendo o tempo de exposição à mensagem.

De acordo com Bartlett (1932),

“à medida que o tempo passa, a memorização seleciona os elementos mais significativos (para o indivíduo) em detrimento dos mais discordantes ou culturalmente mais distantes: o chamado ‘efeito Bartlett’ diz exatamente respeito a um mecanismo específico da memorização das mensagens persuasivas.”

Adilson Citelli (2003), focado em discutir como a persuasão está inserida na linguagem, falada ou escrita e como ela se configura, questiona sobre a possível existência de um discurso não-persuasivo. Ampara-se em Eni Orlandi (1999), que apresenta três grandes modos organizacionais do discurso:

- Lúdico.
- Polêmico.
- Autoritário.

Antes de passar a esta verificação, convém lembrar que não estou diante de categorias autônomas, mas de dominância. Ou seja, não são formas puras e sim híbridas, existindo, porém, sempre, a preponderância de uma sobre a outra. Assim sendo, o polêmico pode conter o lúdico, ou o autoritário o polêmico etc. Ocorre que uma das formas estará sempre em situação de dominância, sendo mais visível, portanto, caracterizadora, desde que estejamos analisando o discurso principal.

Diante desta análise, observarei apenas o discurso “Lúdico”, considerando ser esta a forma mais aberta e ‘democrática’ dos discursos apontados por Orlandi (idem). Reside nesta forma um menor grau de persuasão, tendendo, em alguns casos, ao quase desaparecimento do imperativo e da verdade única e acabada. “Lúdico” significa jogo,

“o que pode nos remeter a linguagens figurativas. Seria, pois, um tipo discursivo marcado pela competição de interlocuções. Vale dizer que o movimento dialógico “eu-tu-eu” se dinamiza e passa a conviver com signos mais abertos como nas expressões fílmicas.”

LEITURA FÍLMICA

Além de ter se transformado em uma das linguagens de expressão visual mais significativa, a evolução tecnológica do cinema tem atingido níveis altamente sofisticados, mesmo já carregando o título de “a 7ª Arte”, demonstrando que o registro, projeção e ampliação de um conjunto de sons e imagens em movimento contínuo ao lado das principais invenções científico-culturais que o homem tem acesso.

Há mais de cem anos, o cinema vem permitindo ao homem a produção e consumo de uma variedade de imagens que servem tanto para entretenimento passivo quanto para a difusão de idéias, emoções e expressões mais trabalhadas. Sem dúvida que a produção cinematográfica, inicialmente somente destinada às salas próprias para projeção fílmica, já conquistou um espaço ainda mais significativo na televisão, vídeo e da multimídia, pois ela se interliga com outras linguagens, provocando uma combinação que envolve todos os sentidos.

Por isso mesmo, os temas são os mais variados, passando pelo histórico, filosófico, sociológico, poético, científico, humorístico ou cultural. Assim, pode-se dizer que o cinema, mais do que um objeto estético com especificidades próprias, constitui uma linguagem de formação. No entanto, tem sido visto de forma superficial e subjetiva, o que descaracteriza seu potencial como linguagem de conhecimento.

De acordo com o artigo “O cinema e a sala: apreciação e leitura fílmica”, do professor mestre Claudemir Ferreira, publicado no site Arte na Escola (www.artenaescola.org.br),

“Todo filme requer compreensão como suporte efetivo do pensamento e da reflexão e pode ser utilizado como recurso didático para uma formação mais profunda, reflexiva e crítica. Ver filmes, entretanto, compreende olhares diferenciados, num processo integrado que parte da perspectiva de que é tão importante sua apreciação quanto sua leitura. Tal apreciação e leitura, entretanto, requerem um mínimo de informações acerca de aspectos variados sobre a sua linguagem e sobre os meios utilizados para sua análise. Realizar uma leitura fílmica denota desconstruí-lo para reorganizá-lo posteriormente, dando-lhe significados antes não percebidos.”

Assim, pode-se dizer da necessidade de se desenvolver competências que apontem formas para saber ver um filme, já que todo produto fílmico requer compreensão como suporte efetivo do pensamento e da reflexão.

No entanto, o professor Sérgio Guimarães (1984), explica muito bem essa questão no livro “Sobre Educação – Diálogos”, quando troca percepções com o educador Paulo Freire sobre a relação entre os ensinamentos da escola e os dos meios de comunicação. Diz ele:

“À primeira vista, a impressão que se tem é a de que, com relação à imagem, não haveria problema nenhum, porque, sendo parecida com o real, ela não teria propriamente um código; a linguagem visual não demandaria, de quem fosse ler imagens, aprendizagem nenhuma, enquanto a leitura da palavra exigiria todo um processo de alfabetização.”

Logo em seguida, o professor Sérgio conclui o contrário, dizendo que a leitura de um filme ou de um programa de televisão implica um necessário entendimento das pessoas sobre a maneira como se relacionam as imagens, pois “não é natural que qualquer pessoa de qualquer cultura entenda logo de cara a fotografia aumentada do real.”

BASES PARA OBSERVAÇÕES

Como professor, trabalho com alunos dos ensinos universitário e também fundamental II e médio, adotando diversos filmes, dos mais diferentes gêneros, para fundamentar ou mesmo reforçar alguns pontos do ensino aprendizagem que julgo importantes para os meus alunos, dentro de cada disciplina que ministro.

A escolha do filme se prende a critérios que passam, muitas vezes, pelo interesse da turma, importância do conteúdo programático, ou mesmo uma visão mais ampla e que esteja conjugada com outras disciplinas (multidisciplinaridade) e que farão com que o universo de visão de conhecimento do aluno possa ser melhor aproveitado.

O título do filme nunca é surpresa para o aluno, já que o tema passa por pequenas discussões sobre alguns dos pontos mais importantes a serem observados durante a exibição fílmica. Há situações, inclusive, em que a apresentação é interrompida para pequenos esclarecimentos ou reforço da atenção, mas considero como o mais importante de todo o processo o trabalho de reflexão final sobre todo o conteúdo exibido.

Em seu livro “Retórica das Paixões”, Aristóteles (1998), aponta alguns conceitos fundamentais da comunicação, despertando a atenção para ‘Quem Fala’ é a fonte, ‘O que Fala’ é a mensagem e ‘A Quem Fala’ é o receptor. Séculos depois, David K. Berlo (2003) sugere que essa mesma fonte seja “o produto físico de uma mensagem e que, como sistema sócio-cultural, influencia na comunicabilidade”.

Harold Dwight Lasswell (apud BERLO, idem), depois de muitos estudos, ampliou para cinco pontos a sua linha de observação sobre as influências da persuasão, sem, no entanto, deixar de passar pela primeira análise desenvolvida por Aristóteles, mas que passava pela análise de conteúdos:

1. Quem Fala
2. Onde Fala
3. O Que Fala
4. A Quem Fala
5. Com Que Intenção?

Raymond Nixon (apud BERLO, ibidem) procurou ser mais detalhista nas suas observações:

- *Quem Fala* (com que intenção)
- *O Que Fala* (em que canal)
- *A Quem Fala* (com que efeito e sob que condições)

Depois de diversos aprimoramentos de seus estudos, Wilbur Schramm (1963) definiu novas observações para a ‘Comunicação Coletiva’. Na sua ótica, ela teria três estágios:

- a) Para ser ‘Emitida’, teria que ser ‘Codificada’;
- b) Passaria pela ‘Zona de Interpretação’.
- c) Seria ‘Decodificada’ e ‘Percebida’.

Na sequência desse processo, existiria o ‘Canal Técnico’ (meio) e, na outra ponta, os ‘Receptores’, também denominados de ‘Líderes de Opinião’, devido ao seu trabalho de multiplicar a abrangência da informação, proporcionando o *feed-back* para novas investidas e formulação de outros processos de comunicação.

Todas essas teorias, aliadas às práticas e outras indagações, me levaram a solicitar dos alunos uma observação maior e que permitisse a contextualização sobre as intenções construídas não só pelo ‘roteirista’ ou ‘escritor’ da história (estória), mas também pelo ‘diretor’, ‘ator’ e, até mesmo o momento de parcialidade ou imparcialidade de quem assiste o conjunto da obra.

ATENÇÕES EXTRAS

Cabe ressaltar que as semelhanças entre uma apresentação fílmica e teatral são as mais diversas e, em assim sendo, é preciso uma atenção especial às informações básicas de que a platéia, tanto no teatro quanto no cinema (ou sala de aula), é o espectador (receptor). Ativa ou passivamente, ela codifica os signos que recebe, mesmo com dificuldades na sua homogeneidade, reunindo pessoas por diferentes razões.

Bertolt Brecht (1994) chama a atenção dos estudiosos da comunicação para “a construção da ‘Realidade X Ilusão’.” Afirma que “a emoção não deve sufocar o senso crítico do homem, deixando permanecer aparente a idéia de encenação, do falso.” Revendo as primeiras Teorias da Comunicação, posso dizer que, assim como para Aristóteles a palavra chave da comunicação é a ‘persuasão’, para David K. Berlo (2003) a persuasão é o ponto chave da linguagem teatral.

Depois de um estudo de observação da linguagem teatral, ou comunicação teatral, Raymond B. Nixon (apud MELO, 1994), aponta que o conjunto formado pela produção de um ‘texto’, somados às óticas do ‘diretor’ e do ‘ator’, nos conduz a uma ‘intenção’ que, particularmente, cada um constrói a partir da sua visão, interpretação e conceitos pessoais.

Sendo assim, o ‘espetáculo’ (substantivo) passa a ser todo esse conjunto inseparável de intenções (texto X diretor X ator) e não apenas o adjetivo oriundo da palavra “espetacular”. Teatro, a partir daí, passa a ser todas as ações desenvolvidas pelos elementos e que tratam das suas persuasões, já que teatro é uma arte comunicativa e sempre um ato, ou conjunto de criação que causa a empatia entre Palco-Platéia (público).

A esse Público, de acordo com as suas percepções ditadas pela sensibilidade momentânea de cada um, a Reação pode ser individual, o que levaria o seu resultado ao círculo vicioso de uma ‘reação catártica’ (catarse) conjunta entre ‘ator e platéia’, levando a uma alteração da ‘análise da realidade’ desse ‘público’.

REFLEXÕES

Há algum tempo com os alunos do 6º ano do Ensino Fundamental II, 1º ano do Ensino Médio e o último semestre do curso de Administração, todos da rede particular de ensino, por diversas vezes alterei o formato de apresentação de conteúdos programáticos, mantendo a mesma grade curricular, mas apenas oscilando em reaproveitar, ou não, dos produtos midiáticos em sala de aula, como estratégia para o desenvolvimento de um ensino mais reflexivo para os alunos.

Em um primeiro momento, aqueles alunos que não estão acostumados a assistirem filmes acham estranho a ação do professor, mesmo depois de receberem todas as informações e que facilita o entendimento do conteúdo fílmico, além da sua inserção no conteúdo programático da disciplina. Mas, a expectativa gerada também faz parte do jogo ‘ensino-aprendizagem’ e cabe ao facilitador tomar as medidas de incentivo e ilustração para que as ações não sejam prejudicadas.

Em todos os níveis de escolaridade, mesmo quando a utilização do filme é total (há situações em que somente é exibida parte do filme, intercalando-se novas discussões para que a outra parte da película seja reproduzida), o resultado tem se mostrado mais consistente, com assimilações mais reflexivas e, conseqüentemente, mais permanente e participativo do que o método tradicional de ensino.

Na última ação desenvolvida, com todas as séries com quem trabalho, exibi o filme “Alice no País das Maravilhas” (Lewis Carrol (Charles Lutwidge Dodgson), 1865), produzido em 2010. Para todos, sugeri que me fizessem, além de uma narrativa, uma resenha do filme, explanando sobre a verdadeira existência, ou não, do País das Maravilhas em que Alice é levada pelas suas visões. Os primeiros resultados já mostraram discussões mais amadurecidas sobre comportamento, independência, administração de tempo, tomada de decisões, além de outros pontos que se tornaram atitudes, individuais ou de grupo.

Discussões mais aprofundadas levaram os alunos a reflexões sobre o comportamento social, nas mais variadas épocas, conseqüentemente, direitos, deveres, necessidades e importância do conhecimento como base para a conquista das liberdades, mas, sobretudo nas ‘releituras’ (observação diferenciada) de cada uma das atitudes das personagens, não só da Alice, mas de grande parte dos que circundavam a protagonista, facilitando, inclusive, a identificação dos seus caracteres e simbolismos.

PASSO A PASSO

Para o alcance desses resultados, sugiro alguns passos iniciais no desenvolvimento das ações e que não terminam com a apresentação do filme. Um dos elementos mais importantes está relacionado com a aplicação do filme durante as aulas, ou seja, como o professor pode orientar a ação dos seus alunos para que os melhores resultados possíveis possam ser atingidos.

Isso inclui um planejamento prévio para o educador ter clareza quanto aos objetivos relativos à utilização do filme e que passam por:

1. Se a produção será apresentada na íntegra ou apenas alguns trechos.

2. Qual a relação entre o filme e os conteúdos trabalhados em sala de aula.
3. Que elementos principais devem ser destacados antes, durante e depois da apresentação da película.
4. As atividades que serão realizadas.

Como primeiros resultados, mesmo que ainda faltando a catalogação de todos os dados relativos a pesquisa, podemos apontar alguns benefícios do cinema na educação:

- Reforça a capacidade de argumentação do aluno.
- Melhora e amplia o vocabulário do aluno.
- Desenvolve a imaginação.
- Dá uma visão mais ampla de mundo ao estudante.
- Aproxima os conteúdos escolares do estudante, por ser um recurso lúdico.
- Facilita a compreensão de temáticas que, por vezes, podem ser bastante complexas e difíceis de serem trabalhadas em sala de aula.
- Abre espaço para debates e comparações com o que foi dito em aula ou estudado a partir de outras fontes.
- Mobiliza não apenas a razão e o intelecto, mas também as emoções, o que é, sem dúvida, importante para que os alunos se envolvam e tenham mais disposição para aprender.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ARISTÓTELES. *Retórica das Paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARTLETT, Frederic Charles. *Lembrando*. Cambridge: University Cambridge, 1932.

BERLO, David K. *O Processo da Comunicação. Introdução à Teoria e à Prática*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BRECHT, Bertolt. *Teatro Completo 4*. São Paulo: Paz e Terra, 1994.

CARROLL, Lewis. *Alice no País das Maravilhas* (1865). Direção, Tim Burton. Roteiro, Linda Woolverton. Produção, 2010, 108'.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Ática, 2003.

CUNHA, Albertino Aor da. *Telejornalismo*. São Paulo: Atlas, 1990.

GUIMARÃES, Sérgio; FREIRE, Paulo. *Sobre Educação – Diálogos*. São Paulo: Paz e Terra,

HYMAN, H.; SHEATSLEY, P. 1947.

KLAPPER, Joseph T. *Os efeitos da Comunicação de Massa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1978.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. *Ensaio Brasileiro*, 1941.

SCHRAMM, Wilbur. *A Ciência de uma Comunicação Humana*. New York: Livros Básicos, 1963.

WOLF, Mauro. *Teorias das Comunicações de Massa*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

http://www.artenaescola.org.br/pesquisa_artigos_texto.php?id_m=48

*HERCULES FARNESI DA COSTA CUNHA é professor universitário nos cursos de Comunicação Social e Especialização da AEMS – Três Lagoas (MS), UniSalesiano – Araçatuba (SP), e Diretor Administrativo do Fênix - Colégio e Cursos – Araçatuba (SP), formado em Comunicação Social pela UFJF (MG), Especialista em Gestão Governamental pela UFMS/FGV (SP), Especialista e Mestre em Comunicação Social pela UMESP (SP) e doutorando pela Universidad San Carlos, campus de Ciudad Del Este – Paraguai.