



CLICK VERDE: A EDUCAÇÃO AMBIENTAL E A VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO POR MEIO DA FOTOGRAFIA.

Loislaine Rodrigues SADHAS¹, Eduardo Perotto BIAGI², Elton Tamiozzo de OLIVEIRA³.

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Campo Grande - Mato Grosso do Sul

RESUMO

O Click Verde é um projeto do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Bosco, que tem como objetivo a educação ambiental e a valorização do espaço público por meio da fotografia, estimulando um novo modo de comunicar, informar, ver, reconhecer, registrar e divulgar os espaços verdes de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul. Optou-se pela fotografia como abordagem pois sempre foi natural o homem registrar o que acontece à sua volta, desde as pinturas rupestres. A prática busca aprofundar o conhecimento dos envolvidos (docentes, acadêmicos extensionistas e público participante) sobre os locais, procurando reconhecer características, necessidades, exigências e peculiaridades, impelindo um novo olhar, uma nova reflexão sobre os espaços públicos, sua relação com a comunidade e sua importância no contexto ambiental da cidade. O projeto não se restringe ao contexto acadêmico e escolar, tampouco somente às questões ecológicas, precisa associar problemas ambientais com os sociais na tentativa de construir um mundo mais justo e igualitário.

Palavras chave: Meio Ambiente. Fotografia. Educação

¹ Acadêmica do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco. Contato lois_sadhas@hotmail.com

² Mestrando em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco. Contato: adobiagi@gmail.com / adobiagi@ucdb.br

³ Mestrando em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco. Contato: eltontamiozzo@msn.com / eltontamiozzo@ucdb.br



Introdução

O presente projeto tem condição de aliar conhecimentos técnicos às atividades práticas, esta indispensável para o desenvolvimento completo do profissional de qualquer área. No caso específico da Comunicação Social, a inserção na sociedade, de forma participativa, integrada e produtiva, é inerente ao seu perfil profissional, e mais ainda quanto ao profissional de Publicidade e Propaganda, que pode articular técnicas e estratégias para promover marcas, produtos, serviços e ideias.

É nesse contexto que se insere o projeto CLICK VERDE, tendo como característica fundamental o seu caráter extensionista, que faz com que necessariamente essa atuação seja integrada à comunidade. Assim o curso de Publicidade e Propaganda da UCDB desenvolve, com seus parceiros, atividades que, por meio da fotografia, contribuam para a educação ambiental e valorização dos espaços verdes da capital sul-mato-grossense.

As técnicas de propaganda estão cada vez mais relacionadas aos conceitos de responsabilidade social, sustentabilidade, contribuição para a qualidade de vida, hoje condições indispensáveis para toda e qualquer atividade produtiva. A fotografia se mostra como uma ferramenta importante na construção e registro de uma história, bem como de possibilitar reflexão sobre a realidade. Pode-se, assim, contribuir para o incremento e valorização do meio ambiente e dos espaços públicos presentes em Campo Grande, beneficiando a população.

Por intermédio deste projeto busca-se a integração entre os conhecimentos teóricos adquiridos pelos acadêmicos extensionistas e a prática docente realizada por eles, entendendo a fotografia como uma maneira de comunicação e, principalmente, de interferência na realidade social.

Material e Metodologia

Em relação a forma tradicional da educação, Gutierrez (1978 *apud* SILVA, 2009) há mais de três décadas já havia alertado que já não se pode continuar pensando



em uma escola encerrada entre quatro paredes e completamente desvinculada do processo de comunicação.

Recentemente, instituições de ensino também perceberam que um fator de competitividade mercadológica é ser socialmente responsável, em função do ganho na imagem institucional. Tal percepção estimula a busca constante de novas possibilidades de projetos sociais utilizando a comunicação e seus instrumentos como ferramenta potencial para disseminar esta preocupação.

Etimologicamente, a palavra “comunicação” deriva-se do latim “communicare”, cujo significado seria tornar comum, partilhar, trocar opiniões, conferenciar. Assim, comunicação quer dizer trocar ideias, consultar os demais, tornar comum, tornar legível, fazer-se compreendido e compreender os outros.

Comunicar-se é uma das maiores prerrogativas do homem, porque implica em pensar, ter ideias, emitir juízos de valor. Ao transmitir ou partilhar estas ideias, o homem as codifica através de símbolos, palavra escrita e/ou falada. A outra pessoa que ouve e/ou vê a mensagem a decodifica. Esta troca de informações entre as pessoas é que chamamos de comunicação. [...] Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como um momento pedagógico que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade (NEUMANN, 1990, p. 13).

A comunicação é fundamental na vida do homem, capaz de atribuir significados aos fonemas. De acordo com Berlo (1999, p. 1), “gastamos cerca de 70% do nosso tempo ativo nos comunicando: ouvindo, falando, lendo e escrevendo, ou seja, cada um de nós gasta de 10 a 12 h por dia, todos os dias, em comportamento de comunicação”.

Desse modo, comunicação é um dos principais agentes do processo social, pois possibilita a permuta de informações que se processa entre um emissor, que envia a mensagem e um receptor, que a acolhe. Por meio da comunicação o homem se torna um ser social e assim mantém-se. De acordo com Steinberg (1986, p. 23), “sem a comunicação, os homens não poderiam ajuntar-se, empreender tarefas conjuntas, nem



progredir no domínio do mundo físico. Visto que as invenções e descobrimentos dependem quase sempre de uma acumulação de informações”.

Dado esse conceito, pode-se concluir que comunicação é um processo social ativo e não passivo. Ativo, pois é um processo que cria laços, envolve, amarra, influencia, dirige, manipula, oprime, reprime, liberta. Todo processo de comunicação, independente do veículo usado, deve ser entendido como uma transmissão de ideias, quer seja por meio de processos convencionais, quer pela linguagem falada ou escrita, de aparelhamento técnico sonoro/visual, que afirma ou nega a perspectiva da construção de uma nova sociedade.

Portanto, é fácil entender o motivo que levou, ao longo dos anos, a popularidade da palavra “comunicação” e que segundo Aristóteles (*apud* Berlo 1999, p. 23), comunicação é: “a procura de todos os meios disponíveis de persuasão, a tentativa de levar outras pessoas a adotarem o ponto de vista de quem fala” e que não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação. Sobre este aspecto, Bordenave (1986, p. 32) concluiu que:

[...] assim se desenvolveu a grande árvore da comunicação. Começou com os grunhidos e gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance, aumentando sua influência nas pessoas e, através delas, incidindo na cultura, na economia, no desenvolvimento e na política das nações.

O ser humano e a comunicação evoluíram, evoluindo também a forma de comunicação, e entre elas a fotografia, que antes eram apenas imagens que eram usadas para efetuar os registros que se acreditavam serem importantes. De acordo com De Fleur e Ball-Rokeach (1993 *apud* LUCAS, 2006, p. 18): “muitos estudos evidenciam e apontam a evolução da vida dos primeiros habitantes através das imagens petrogramadas, desenhadas ou pintadas, ou petroglifadas, gravadas ou talhadas, como testemunhas da mentalidade e evolução da espécie humana.”. De certa forma, os registros pictográficos deixados nas grutas, pedras, cavernas que continham imagens em



formato de animais de perfis, de chifres, mamíferos etc, são fotografias. Hoje somos classificados como a civilização da imagem, designada pelo homem contemporâneo, compreendendo um conjunto de fatores que caracterizam a imagem como transmissão e comunicação de mensagens.

O ato de fotografar consiste no processo capaz de gravar e reproduzir imagens de tudo o que nos cerca e a possibilidade também de parar o tempo, retendo uma imagem que jamais se repetirá (KUBRUSLY, 1982). Silva (2009, p. 8) expande o conceito quando afirma que “fotografar é reduzir parte da complexidade das combinadas informações do nosso cérebro a um momento de tempo e a uma fração de espaço, confinando um plano de uma realidade existente”. Para Borges (2010, p. 152) a imagem está presente em tudo o que rodeia o cidadão, e reafirma a sua importância dizendo que “os diversos meios de comunicação e informação jornalística, publicitária ou cultural que nos envolvem e fascinam, são essencialmente fotográficos, seja na forma de imagens estáticas ou dinâmicas”.

A fotografia foi chamada a prestar serviço, como objetos simbólicos e como elementos de informação, em importantes instituições de controle, nomeadamente a família e a política. (SONTAG, 1981, p. 29), e essas instituições influenciam o processo fotográfico, informação reafirmada por Kossoy (2001 apud SILVA, 2009, p. 9) quando destaca a importância do filtro cultural, da bagagem cultural do fotógrafo, diante da realidade fotografada, citando que “o registro visual documenta, por outro lado, a própria atitude do fotógrafo diante da realidade”. Alves (2008, p. 9) concorda quando assume que “fotografias não são verdades absolutas, elas são apenas visões parciais de um sujeito que seleciona e recorta referenciado em suas vivências pessoais”.

Silva (2009, p. 8) destaca um paradoxo e aponta uma porta para a educação, assumindo que a informação visual “não se resume na confirmação do óbvio” e que pode ser uma porta de entrada para provocar reflexões “a partir de indicativos oferecidos por um momento real roubado ao tempo”. A relação de possibilidade de



interferência da fotografia na realidade é também indicada por Borges (2010, p. 152) ao afirmar que a “a fotografia provoca dúvidas, gera questionamentos e sugere soluções na busca de resultados, tanto para artistas quanto para cientistas, e também ao homem comum, em sua contemplação desinteressada (ou não) do mundo que o cerca”.

Nesta ceara, abre-se caminho para o uso da fotografia no processo de educação ambiental, foco do projeto CLICK VERDE. A prática da educação ambiental é regulamentada no Brasil pela Lei 9.795/1999 (BRASIL, 1999) que diz em seus artigos primeiro e segundo:

Art 1º. Entende-se por Educação Ambiental os processos pelo meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do Meio Ambiente, bem do uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

Art 2º. A Educação Ambiental é um componente essencial e permanente da educação nacional, devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo em caráter formal e não formal.

A fotografia é um instrumento adequado para a educação ambiental, pois estimula a integração dos indivíduos com o meio ambiente de maneira lúdica, permitindo que “coisas esquecidas ou nunca vistas sejam percebidas, educando o sujeito para a imaginação e para um olhar multifacetado que vai além da imagem cristalizada que se tem naquele momento” (SILVEIRA, 2008, p. 142). Sabino (2009 *apud* BORGES, 2010) complementa o pensamento quando diz que a fotografia no processo de educação ambiental oportuniza a aplicação das imagens como forma de mudança de comportamentos e atitudes em relação aos problemas ambientais e ecológicos.

Para Ferrara (1999 *apud* BORGES, 2010, p. 152), a fotografia pode ser um instrumento eficaz detonador da capacidade perceptiva, ou indicador do estágio dessa percepção. Ou seja, uma imagem, se não é capaz de sensibilizar, pode, ao menos, demonstrar quanto o observador conhece sobre o assunto em questão, pois se uma



fotografia não causa nenhum tipo de “agitação”, isso pode levar a crer que a percepção ambiental daquele indivíduo é baixa.

Relação entre Ensino, Pesquisa e Extensão

Nos cursos de Comunicação Social existem especificidades, e o ensino, pesquisa e extensão devem estar presentes no processo de aprendizagem. O ensino acontece no espaço das salas de aula, a pesquisa é necessária para a realização de trabalhos e os acadêmicos são estimulados a participarem de congressos científicos, e a extensão permite a união das duas primeiras com o objetivo de interferir positivamente na comunidade. Essa inter-relação permite ao acadêmico perceber como a universidade - e como cada um dos acadêmicos - pode fazer diferença na vida de pessoas e comunidades, e entender que o papel mobilizador e questionador da comunicação se faz cada dia mais necessário.

Além da integração entre o ensino, a pesquisa e a extensão, a interdisciplinaridade é apontada, desde o início do curso, como fundamental para formação de um bom profissional e um bom cidadão. O Click Verde integra os alunos e a comunidade. No início do projeto são oferecidas as capacitações para que os extensionistas atendam às necessidades dos participantes e também para realizarem suas produções fotográficas.

A Fotografia Publicitária é uma disciplina presente no curso de Publicidade e Propaganda, e a realização de saídas fotográficas permite a integração da sala de aula com a extensão. Para a confecção das apostilas e das apresentações os acadêmicos utilizam conhecimentos adquiridos também em outras disciplinas, como direção de arte (I e II), Linguagens em comunicação e Semiótica (trabalhada na disciplina de Tópicos em Comunicação).



Metodologia e Avaliação

O projeto é dividido por duas partes: uma teórica e outra prática. Na parte teórica o projeto Arte-Educação, grupo de teatro mantido pelo vereador Eduardo Romero (parceiro do Click Verde) realiza a educação ambiental com os alunos nas escolas. Após essa fase os alunos recebem aulas teóricas para propiciar o aprendizado dos fundamentos da fotografia e dos equipamentos fotográficos (podendo ser inclusive aparelhos celulares).

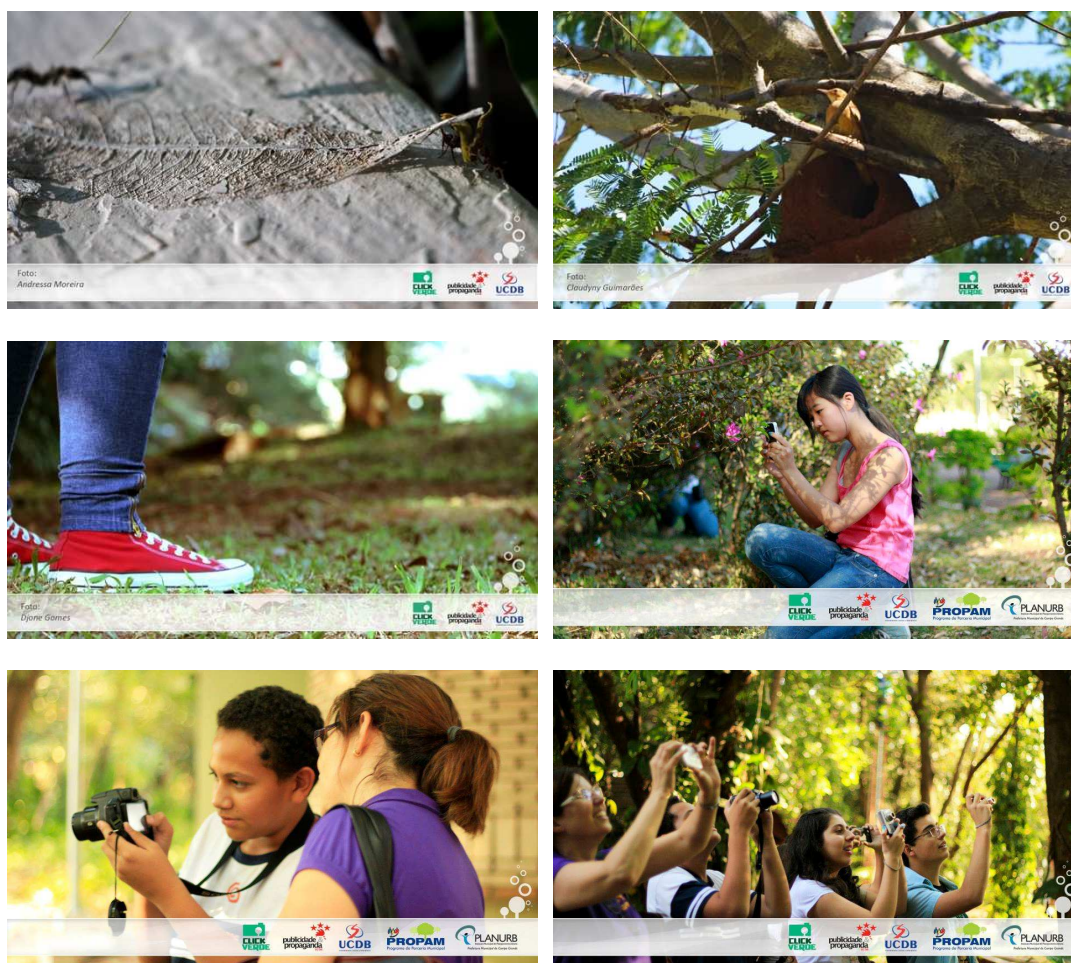
O projeto utiliza para as aulas teóricas as câmeras fotográficas disponíveis no Laboratório de Comunicação (LabCom) da UCDB, para exemplificar os principais conceitos. Como a maioria dos alunos não possui esse equipamento semiprofissional e normalmente fotografa com câmeras digitais comuns – as chamadas *point-and-shot* - ou até com telefones celular, esses dois últimos equipamentos recebem o foco principal nas aulas teóricas. Pede-se ao parceiro da ação (escola) que disponibilize computador e projetor para as aulas teóricas.

O tratamento e a identificação das imagens tiradas pelos participantes – alunos das escolas – são feitos utilizando os computadores da Agência Experimental Mais Comunicação, outro projeto de extensão da Universidade Católica Dom Bosco.

As partes práticas são compostas primeiro por uma observação espacial do local, procurando entender o papel que cada espécie desenvolve no seu contexto, para posterior obtenção das imagens.



Figura 1 - Fotografias tiradas durante saídas fotográficas



Fonte: Página do Projeto Click Verde no Facebook⁴.

Resultados e discussões

Não só durante o período do projeto, mas também após a realização do mesmo, há a realização de pesquisas com alunos, professores, docentes e acadêmicos extensionistas com o objetivo de saber se o principal propósito vem sendo cumprido.

⁴ <https://www.facebook.com/ClickVerde>



Com um trabalho satisfatório, participação ativa de alunos que fazem parte do projeto e incentivo de professores, os resultados obtidos do mesmo são convincentes. Ao longo dos anos de projeto o público atendido foi bem diversificado e os resultados dependeram da ação realizada, mas o projeto normalmente trabalha com alunos do 8º e 9º anos do ensino fundamental. A parte teórica costuma ser realizada na própria escola e a parte prática – as saídas fotográficas - em áreas públicas, normalmente parques, em Campo Grande. Percebeu-se que a parte prática, principalmente para os alunos, foi a parte onde houve maior envolvimento.

Já foram parceiros escolas privadas, como a Escola GAPPE, ONGs, como a Juliano Varela - que trabalha com alunos com síndrome de Down, e escolas públicas, como Escola Estadual Elvira Mathias de Oliveira, Escola Estadual José Barbosa Rodrigues e Escola Municipal Iracema de Souza Mendonça.

Um outro trabalho realizado, não previsto inicialmente no projeto, foi com os alunos da Universidade da Melhor Idade (UMI), da Universidade Católica Dom Bosco, as aulas teóricas foram realizadas na própria Universidade, e a parte prática em um sábado pela manhã – fora do horário de funcionamento tradicional do projeto – para facilitar a participação das pessoas.

Conclusão

Desde quando o projeto teve início, até o presente momento os objetivos vêm sendo alcançados. Atendendo diversas escolas e obtendo contato com diversos alunos, seja da rede pública ou privada, o entendimento geral dos dois assuntos, fotografia e meio ambiente, vem abrindo novos horizontes e dando nova visão para os participantes do projeto.

A participação na extensão permite também aos extensionistas uma mudança de postura pessoal e profissional. O fato de deixar de ser aluno para ser professor, tendo a responsabilidade de conduzir o processo de ensino, assusta inicialmente, mas além do aprendizado técnico em fotografia o projeto permite a interação do acadêmico de



Publicidade e Propaganda com a comunidade, ensinando que na emissão de uma mensagem o importante não é o que o emissor – no caso o acadêmico - fala, mas sim o que o receptor – a comunidade - entende.

Além de abordar os temas já citados acima, ao longo do projeto foi usado de métodos para aproveitar assuntos bastante comentados e que se tornaram de interesse geral da população. Preservação ao meio ambiente, a importância de preservar a fauna brasileira e até mesmo os cuidados necessários para a prevenção de proliferação de mosquitos transmissores de doenças, tudo englobando o meio em que vivemos e a conscientização dos cuidados necessários.

Referências

ALVES, Jefferson Fernandes Alves (coord.). **Fotografia e Educação: Alguns Olhares do Saber e do Fazer.** In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Setembro de 2008. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0259-1.pdf> >. Acesso em 15 jan. 2016

BARBOSA, Leila Cristina Aoyama; PIRES, Dario Xavier. **O uso da fotografia como recurso didático para a educação ambiental** - uma experiência em busca da educação problematizadora. In: Experiências em Ensino de Ciências – V6(1), pp. 69-84, 2011.

BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática.** 9.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BORDENAVE, Juan e. Diz. **O que é comunicação.** São Paulo: Nova Cultura-Brasiliense, 1986.

BORGES, Marília Dammski; ARANHA, José Marcelo; SABINO, José. **A fotografia de natureza como instrumento para educação ambiental.** In: Ciência & Educação, v. 16, n. 1, p. 149-161, 2010.

KUBRUSLY, Cláudio. **O que é fotografia.** São Paulo: Editora Brasiliense, 2003. Coleção Primeiros Passos; 1982



LUCAS, Silvana Mendes. **A imagem fotojornalística do atentado terrorista de Madri**. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Linguagem. Universidade do Sul de Santa Catarina. 2006

MARTELLI, Josyanne Milléo. **O uso da imagem na pesquisa educacional**. 26ª Reunião Anual da ANPEd - GT 16: Educação e comunicação/n.16. Disponível em <<http://26reuniao.anped.org.br/trabalhos/josyannemilleomartelli.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2016

NEUMANN, Lauricio. **Educação e comunicação alternativa**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

OLIVEIRA, Elizabeth P.; MEIRA, Mirela R. **“Transler” o ambiente escolar: a fotografia na visão de crianças da educação infantil**. 2009; Monografia; (Aperfeiçoamento/Especialização em Especialização em Educação Infantil) - Universidade Federal de Pelotas

SILVA, Priscila Kalinke. **A fotografia como recurso na educação para a cidadania**. In: V Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. UNICENTRO, Guarapuava/PR – 8 a 10 de outubro de 2009.

SILVEIRA, L. S. da, ALVES, J. V. (2008). **O uso da fotografia na educação ambiental: tecendo considerações**. Revista Pesquisa em educação ambiental, vol. 3, n. 2, p. 125-146.

SOARES, Sabrina Delgado; BRANCO, Lucivone Maria Peres de Castelo; IGLESIAS, Jacqueline de Oliveira Veiga. **A importância da fotografia dentro da disciplina de ciências no ensino fundamental**. In: II Simpósio Nacional de Ciência e Meio Ambiente. A importância da Fotografia dentro da disciplina de Ciências no Ensino Médio. 2011. (Simpósio)

STEINBERG, Charles S. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1966.

TSUKAMOTO, Neide Mitiyo Shimazaki; FILIETAZ, Marta Rejane Proença. **O uso de fotografia para inclusão de alunos com surdez na educação infantil**. In: Educasul 2010 - Lugares e Desafios da Docência na Educação Básica (Congresso).