

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

Instituto de Geociências
Monografia de Conclusão de Curso

**Os Estudos do Meio e a venda de
“lugares pedagógicos”**

Da experiência pessoal ao mercado

Aluna: Elisa Ap. Lopes da Rocha
Orientador: Profº Drº Wencesláo M. de Oliveira Jr.

TCC/UNICAMP
R582e
1290004463/IG

Campinas, 2005



201000729
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
CHAMADA R5822
EX.
TOMBO BC/ 4463
TOMBO IG/ 82
PROC. 16.734.10
 D
PREÇO R\$ 11,00
DATA 15/01/10
MCPD

cod. tit. 707742

1. Geografia - Trabalho de campo.
2. Estudo do meio.

Monografia apresentada ao Instituto de Geociências da Universidade Estadual de Campinas, para obtenção do título de Bacharel em Geografia, sob orientação do Prof. Dr. Wenceslão Machado de Oliveira Jr.

**“LER A PAISAGEM É MAIS COMPLEXO DO QUE VER E
PERCEBER A PAISAGEM. ENVOLVE UMA VISÃO DE
MUNDO, CONSCIENTE E INCONSCIENTE, SEMPRE
SUBJETIVA E PERMEADA PELO IMAGINÁRIO”...**

Adyr Rodrigues

Índice

AGRADECIMENTOS	5
APRESENTAÇÃO	6
INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1: COMO TUDO COMEÇOU	10
1.1 - SURGE UMA NOVA PROPOSTA... E ALGUMAS DÚVIDAS.....	12
CAPÍTULO 2: O ESTUDO DO MEIO NO CURRÍCULO DO COLÉGIO	14
2.1 - ALGUMAS PALAVRAS SOBRE CURRÍCULO.....	14
2.2 - A PROPOSTA CURRICULAR DO COLÉGIO.....	15
2.2.1- <i>A base legal</i>	16
2.2.2- <i>O material didático: Sistema de Ensino Dom Bosco</i>	17
2.2.3- <i>Projeto desenvolvido no colégio: Big Friend</i>	18
2.3. O CURRÍCULO DO COLÉGIO E SUA RELAÇÃO COM O ESTUDO DO MEIO.....	19
2.3.1 - <i>Afinal, o estudo do meio é possível nesta realidade curricular?</i>	21
CAPÍTULO 3: A TENTATIVA DE REALIZAÇÃO DE UM ESTUDO DO MEIO	23
3.1 – O APOIO ENCONTRADO NO MATERIAL DIDÁTICO.....	23
3.2 – OS CONTRATEMPOS E IMPREVISTOS DO DIA-A-DIA ESCOLAR.....	24
3.3 – A SELEÇÃO DOS LOCAIS PARA A REALIZAÇÃO DE UM ESTUDO DO MEIO.....	25
CAPÍTULO 5: A EMPRESA PROMOVENDO	29
5.1 – APRESENTAÇÃO.....	29
5.2 - A EMPRESA E O COLÉGIO.....	29
5.3 - O MATERIAL DE DIVULGAÇÃO DA EMPRESA.....	30
A – <i>O encarte impresso</i>	30
5.4 - AS PROPOSTAS DA EMPRESA E A NECESSIDADE DOS PROFESSORES DO COLÉGIO.....	35
B- <i>O site</i>	35
5.4.1 - <i>As ausências na proposta escolhida</i>	38
5.5 - COMO A EMPRESA CONVINCE O PROFESSOR/ESCOLA A ADQUIRIR SEUS SERVIÇOS.....	40
5.5.1 – <i>A Linguagem fotográfica</i>	41
5.5.2 - <i>Ausência de fotos e imagens</i>	45
CAPÍTULO 6: O ESTUDO DO MEIO E O LUGAR	47
6.1-O LUGAR: EM BUSCA DE UMA DEFINIÇÃO.....	47
6.1.1 – <i>O local se torna um lugar turístico</i>	49
6.1.2 - <i>..Mas também pode se tornar um lugar pedagógico</i>	50
6.2- COMO FAZER PARA QUE O LUGAR DESPERTE O INTERESSE DE POSSÍVEIS VISITANTES.....	51
6.2.1 – <i>Estratégias para a venda do lugar: foco turístico ou pedagógico?</i>	52
6.3- A VENDA E O CONSUMO DOS LUGARES.....	53
6.3.1 – <i>O consumo do lugar como turístico</i>	53
6.3.2 – <i>O lugar pedagógico como mercadoria</i>	54
CAPÍTULO 7: PALAVRAS FINAIS	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	61
ANEXO 1: PROPOSTA CD-ROM DA EMPRESA IVIAN – PRIMEIRA ESCOLHA/BARCO ESCOLA.....	61
ANEXO 2: O TEMA “ÁGUA” NO CONTEÚDO DO MATERIAL DIDÁTICO ADOTADO.....	63

Índice de Figuras

<i>FIGURA 1: ÍNDICE DE “ATIVIDADES” OU “LOCAIS” OFERECIDOS PELA EMPRESA PROMOVENTOS</i>	<i>26</i>
<i>FIGURA 2: CAPA DA REVISTA PROMOVENTOS, Nº 11, 2005.....</i>	<i>31</i>
<i>FIGURA 3: CONTRA-CAPA DA REVISTA PROMOVENTOS, Nº11, 2005.....</i>	<i>32</i>
<i>FIGURA 4: PROPOSTA DE ATIVIDADE NO SÍTIO MURIQUI: USO INTENSIVO DE IMAGENS DO LOCAL.....</i>	<i>33</i>
<i>FIGURA 5: PROPOSTA DE ATIVIDADE NA FAZENDA TONZAN – NOTAR A MAIOR UTILIZAÇÃO DA LINGUAGEM ESCRITA.....</i>	<i>33</i>
<i>FIGURA 8: PÁGINA INICIAL DO SITE DA EMPRESA – WWW.PROMOVENTOS.COM.BR.....</i>	<i>36</i>
<i>FIGURA 9: PÁGINA DO SITE DA EMPRESA PROMOVENTOS COM AS OPÇÕES “OUTRAS ATIVIDADES” EXPOSTAS – WWW.PROMOVENTOS.COM.BR.....</i>	<i>36</i>
<i>FIGURA 10: FOTOS DIVULGADAS NA PROPAGANDA DO SÍTIO MURIQUI – FEIÇÕES FELIZES DE CRIANÇAS ENVOLVIDAS EM ATIVIDADES DIFERENCIADAS</i>	<i>43</i>
<i>FIGURA 11: FOTOS DIVULGADAS NA PROPAGANDA DA FAZENDA TONZAN: ÊNFASE NOS ASPECTOS LOCAIS COMO POSSIBILIDADES DE ATRAÇÃO DO VISITANTE</i>	<i>44</i>

Agradecimentos

A realização deste trabalho só foi possível graças a mais preciosa das ajudas: a presença de *Deus* em cada uma das etapas transpostas rumo a um crescimento pessoal e profissional. A Ele minha maior gratidão pelas realizações alcançadas... Pude contar também com a compreensão, companheirismo, palavras de apoio e afeto de pessoas maravilhosas que dividiram este processo de criação comigo. Foi um processo longo, com momentos de incerteza diante dos obstáculos e dificuldades encontradas, mas repleto de descobertas, aprendizagens e conquistas felizes que possibilitaram chegar ao presente trabalho.

A estas pessoas meus mais sinceros agradecimentos: *minha família* - meus pais, irmãos, minha avó, tias, tios, primas, primos... todo o pessoal - que acompanhou meus momentos mais profundos de tensão e euforia! Ao *pessoal do Colégio*, minhas colegas de trabalho, que estiveram sempre me incentivando...

Minhas sempre amigas *Silvana, Cris, Francis, Gisele, Carol Ibarra, Karen, Ana, Fernanda, Camila, Elisângela, Christian, Juliana*...

Meus amigos mais queridos *Moab, Hugo, Henderson, Caio, Alexandre Pavia, Adiel, Leandro, Rafael (Cajamar)*... Alguns mais próximos, outros nem tanto, mas todos sempre presentes...

A minha inesquecível amiga *Elisângela Siqueira*, que me ajudou a compreender que os desafios existem para serem superados e nos fazer crescer cada vez mais...

Ao pessoal do grupo de pesquisa OLHO: *Elaine, Rodrigo, Adriano, Henrique e Pablo*, obrigado por me receberem entre vocês, busquei aproveitar ao máximo cada discussão realizada, há um pouco de vocês neste trabalho também.

Agradeço também os ensinamentos e orientações de todos os *professores do Instituto de Geociências* que estiveram presentes durante minha graduação, assim como ao *"Seu" Aníbal e a "Jô"*, grandes companheiros de todas as horas...

E finalmente, meu muito obrigada especial àquele que, com paciência e companheirismo me orientou neste trabalho, mostrando os caminhos possíveis para que esta realização se concretizasse da melhor maneira: meu orientador Prof° *Wencesláo*, ou como o chamamos carinhosamente, *Professor "Wences"*.

Apresentação

O presente trabalho de conclusão de curso foi inspirado a partir de fatos vivenciados no decorrer da disciplina de graduação EL 857 – Estágio Supervisionado em Geografia, no ano de 2004. Fatos estes, relacionados a uma proposta não realizada de um Estudo do Meio. A não realização deste estudo despertou-me particular interesse sobre esta prática pedagógica e seu papel no processo de ensino-aprendizagem. Não suficientes fossem estes questionamentos pessoais, o tema aparece novamente em meu trajeto profissional e, porque não dizer, acadêmico, durante uma reunião de planejamento no colégio onde atuaria no ano de 2005.

Apesar da relação existente entre as etapas de concepção (elaboração e proposição), as possibilidades de aprendizagem presentes e a(s) forma(s) de legitimação de um Estudo do Meio, no decorrer do trabalho, estas últimas acabaram, se sobressaindo sobre a primeira, sendo assim, melhor exploradas.

O contato com empresas que ofereciam propostas previamente elaboradas de Estudos do Meio despertou a busca pelo entendimento da maneira como esta(s) empresa(s) “produz(em)” potencialidades para os lugares, levando-os a serem tomados como pedagogicamente interessantes. Essas potencialidades pedagógicas seguem a esteira das potencialidades turísticas – das quais, inclusive, não se descolam tanto – e serão oferecidas ao “público escolar”, potenciais compradores. Voltei, então, meu interesse a entender como estas empresas atuam de maneira a conferir a estes lugares identidades próprias capazes de torná-los atrativos à realização de atividades elaboradas a partir de suas potencialidades.

À medida que este questionamento era desvendado, percebi o importante papel do Estudo do Meio na concepção, produção e venda dos lugares, aqui chamados de “lugares pedagógicos”, através da atuação destas empresas junto às instituições de ensino, tornando assim, evidente o caráter geográfico deste trabalho, uma vez que a ação destas empresas vem dobrando sobre estes “lugares pedagógicos” novos sentidos e usos, bem como vem desenvolvendo uma forma de olhar para os demais

lugares e paisagens que visa “descobrir” neles e nelas alguma potencialidade pedagógica a ser oferecida.

Ao longo da leitura, espero que o leitor vá entendendo o porquê do verbo “descobrir” estar entre aspas no parágrafo anterior. A partir do olhar mais detalhado dos materiais e formas com que estes lugares são vendidos junto dos Estudos do Meio, aponto o quanto esta “descoberta” tem de criação. Desta forma, entendo que as tais potencialidades do lugar são antes produzidas através de textos e fotos, do que existentes por si mesmas naqueles lugares.

Gostaria ainda, de destacar as dificuldades em distinguir local e lugar, bem como as dificuldades de despregar, num estudo inicial como este, o Estudo do Meio com fins pedagógicos do universo cultural do turismo. A despeito das distinções terem sido de algum modo apontadas, reconheço a necessidade de uma reflexão mais detida sobre as duas dificuldades apontadas acima.

Introdução

Este trabalho de conclusão de curso encontrou muitas idas e vindas ao longo de sua realização, por esse motivo, acredito ser possível afirmar que ele se divide em duas partes principais: uma voltada à reflexão acerca do caráter pedagógico do Estudo do Meio, e uma segunda mais direcionada a forma de produção e apresentação dos locais/lugares destinados a realização de tal atividade.

O foco inicial do trabalho, voltado à reflexão em busca de um entendimento sobre as possibilidades de aprendizagem advindas de uma atividade de Estudo do Meio realizada junto a uma turma de Ensino Fundamental foi deslocado para uma outra perspectiva de análise diante dos acontecimentos e imprevistos que inevitavelmente fazem parte do cotidiano escolar.

No decorrer do trabalho, o leitor poderá acompanhar as possibilidades encontradas de realização do Estudo do Meio, que se legitima dentro da realidade e características curriculares do colégio em que leciono – foco desta análise. A intenção inicial era, portanto, refletir sobre o tipo de conhecimento gerado através desta atividade diferenciada do dia-a-dia escolar dentro da sala de aula. Logo no início das etapas de planejamento do estudo, foi possível notar-se a constante presença de empresas que ofereciam ao colégio diversas possibilidades de atividades pré-elaboradas de um Estudo do Meio, o qual se tornaria foco da análise deste trabalho.

Entretanto, a não realização da atividade extra-classe, e a impossibilidade de se refletir sobre a proposta inicial, conduziu esta pesquisa a um outro rumo: minha atenção voltou-se para as formas de apresentação que as empresas utilizavam para vender seus serviços e, por que não dizer, sua mercadoria – o Estudo do Meio. Dentre as empresas que entraram em contato com o colégio, uma delas, a Promoventos, tornou-se o foco principal da análise por apresentar uma grande diversidade nas maneiras de apresentar os locais/lugares e suas potencialidades turísticas e/ou pedagógicas.

Mesmo tendo alterado o rumo da pesquisa propriamente dita, optei por manter a primeira parte, mais descritiva, onde aparecem os percalços resultantes da tentativa frustrada de realizar um Estudo do Meio cuja organização seria interna da própria escola. Deste modo, entendo levar o leitor a compreender em que contexto escolar vem

se dando a ação das empresas que vendem os Estudos do Meio. Um contexto, a meu ver, que favorece esta ação, na medida mesma que desincentiva os próprios docentes da escola a organizarem estes estudos.

A reflexão sobre as formas como a empresa Promoventos apresenta e divulga estes locais/lugares conduziu a pesquisa por rumos conceituais onde procurei discutir um pouco a forma como um local é concebido e divulgado, por diferentes linguagens, para apresentar valores e características capazes de atrair a atenção de pessoas exteriores a ele e, como neste processo, o local vai sendo produzido e ganhando significados próprios que o permitem chamá-lo de lugar, seja ele turístico ou pedagógico.

Capítulo 1: Como Tudo Começou...

Tradicionalmente conhecidas pela constante utilização da metodologia de Estudo do Meio como forma de proporcionar melhor apreensão, além de uma vivência concreta e real dos conteúdos trabalhados em sala de aula, as disciplinas de Geografia e Ciências, de certa forma, aparecem para a coordenação do Colégio como as grandes responsáveis em planejar e executar tais atividades durante o ano letivo.

No início do presente ano letivo (2005), um determinado colégio recebeu, pelo correio, um material promocional de uma empresa especializada em oferecer roteiros e atividades de Estudos do Meio previamente programadas – “IVIAN – estudodomeio.com”. As professoras responsáveis pelas disciplinas acima citadas, entre as quais me encontro, foram convidadas pela coordenação da escola, na primeira reunião pedagógica que ocorreu em 18 de janeiro, a analisarem as propostas apresentadas no encarte promocional, bem como no CD-rom que o acompanhava com informações complementares sobre os diversos “roteiros” apresentados.

A coordenação estava finalizando a elaboração do calendário de eventos que seria entregue aos pais no início das aulas. Para os responsáveis em divulgar tal calendário, era assim que o Estudo do Meio parecia se apresentar: como mais um evento da escola.

No entanto para nós professoras, a proposta de um Estudo do Meio deveria ser feita com cautela, tendo-se em vista a importância desta atividade no processo de aprendizagem. Além disso, desconhecíamos o conteúdo exato do material didático adotado pela escola, que ainda não fora entregue, tínhamos apenas o conhecimento dos conteúdos básicos a serem trabalhados em cada série e, após considerarmos temas comuns como solo, meio ambiente, entre outros, acabamos optando pelo tema “Água” – uma questão bastante presente no mundo atual.

Considerou-se ainda, o caráter interdisciplinar do tema, capaz de proporcionar uma grande integração com as diferentes disciplinas, bem como com o “projeto”

implantado no Colégio que recebeu o nome de BIG Friend¹, o qual foi prontamente apresentado aos professores recém contratados.

Através deste projeto, a coordenação deixou claro que “o objetivo do colégio não é formar apenas o aluno na aprendizagem do conteúdo, mas também enquanto cidadãos que terão uma atitude diferenciada em suas vidas futuras/adultas”.

A coordenação lembrou que devido ao reduzido número de alunos nas salas do Ensino Fundamental II², o estudo deveria contemplar ambas as turmas, para que, em questões de custo, mobilização de pessoal, meio de transporte, entre outras, a atividade pudesse se tornar viável. Inicialmente, optamos por sugerir uma atividade que seria desenvolvida em um barco escola na cidade de Americana³, que a princípio pareceu capaz de possibilitar um trabalho com conteúdos interdisciplinares de ciências e de geografia relacionados à dinâmica das águas, a questão de qualidade e conservação dos recursos hídricos e seus entornos, chamar a atenção dos alunos para os aspectos visíveis do corpo hídrico, as condições da água, da margem – se há ou não vegetação ciliar; lixo ou entulho, se há sinais de desbarrancamento nas encostas, se a região próxima ao corpo hídrico é habitada, entre outras coisas; bem como a realização de atividades conjuntas com as demais disciplinas do colégio.

Foi feito um contato inicial com a empresa que se comprometeu a enviar à coordenação da escola o custo da atividade num segundo momento. Este fato impossibilitou a inclusão da proposta no Calendário de Eventos que estava sendo elaborado, pois sem o conhecimento dos custos seria impossível divulgá-la aos pais e responsáveis.

A coordenação então colocou às professoras que tal atividade poderia ser comunicada posteriormente desde que se encaixasse no conteúdo que estaria sendo trabalhado em um determinado momento do ano letivo, afinal ao adotar o Sistema de Ensino Dom Bosco, a escola assumiu uma espécie de compromisso com o conteúdo proposto por este.

¹ Será melhor explicado em outro momento.

² Por se tratar de um Colégio ainda em formação, as turmas do Ensino Fundamental II iniciaram suas atividades em 2005, com apenas 28 alunos (sendo 21 na 5ª série, e 7 na 6ª série), número mínimo aceitável para a cobertura de custos, por exemplo, com transporte.

³ A proposta apresentada pela empresa pode ser acompanhada no ANEXO 1.

A presença de um material didático com propostas pedagógicas próprias, em torno do qual, provavelmente, se estrutura o currículo deste colégio deve ser especialmente considerada ao se pensar na realização de um Estudo do Meio. Quais as facilidades e dificuldades impostas por essa realidade? Em que momentos o material didático e o currículo deste colégio permitem a inserção desta proposta? São questões para as quais se buscará respostas, caso elas existam, no decorrer deste trabalho.

1.1 - Surge uma nova proposta... E algumas dúvidas

Ao receber a resposta, via e-mail da empresa IVIAN, a coordenação, assim como as professoras, verificaram a impossibilidade de se realizar a atividade escolhida por duas razões: o alto custo (calculado em valores superiores a 50 reais por aluno) e principalmente porque a empresa exigia um número mínimo de 40 alunos para a realização da atividade.

Estas informações foram passadas pela coordenação, que na ocasião apresentou as professoras uma outra possibilidade: escolher entre as propostas de uma segunda empresa, cujo material também havia chegado no colégio: a *Promoventos – Turismo: cultural, pedagógico e lazer*. O material de divulgação desta empresa era bastante distinto da primeira, no qual tinha-se uma breve descrição das atividades numa linguagem bastante direcionada ao corpo docente da escola, com informações objetivas sobre as potencialidades pedagógicas do local. O encarte da Promoventos, por outro lado, apresentava uma grande variedade de fotos e imagens dos locais, com breves comentários sobre as atividades propostas.

Duas empresas diferentes, empenhadas em oferecer o mesmo tipo de serviço aos colégios, mas que, no entanto, se utilizam de formas bastante distintas ao divulgá-los, levanta alguns questionamentos... Será que esta diferença tem alguma relação com a concepção que cada empresa tem de “Estudo do Meio”? Que tipos de Estudo do Meio elas vendem através de seus materiais de propaganda e como este material “vende” o local a ser visitado? Além disso, é preciso considerar qual conhecimento pode ser transmitido nessas propostas, em seus diferentes momentos.

Após uma reflexão sobre o currículo escolar, particularmente o do colégio em questão, e a sua relação com o Estudo do Meio, irei buscar respostas para tais questionamentos a fins de se compreender as características das atividades oferecidas por estas empresas aos colégios, bem como a forma de convencimento por elas utilizadas.

Capítulo 2: O Estudo do Meio no Currículo do Colégio

Como definir um currículo? Como ele se apresenta aos professores e alunos? Que tipo de atividades e posturas ele permite ou mesmo exige que se adote no processo de ensino-aprendizagem? Como propor uma atividade de Estudo do Meio dentro das características específicas do currículo no colégio em questão?

2.1 - Algumas palavras sobre Currículo

O currículo pode ser definido como uma questão de poder (SILVA, 2004), uma vez que resulta de seleção de determinados conhecimentos. Estes, de alguma forma, por algum motivo, são legitimados em detrimento de outros, que acabam sendo excluídos do currículo. Assim, o currículo se define justamente pelo tipo de conhecimento que privilegia e pela forma que este processo ocorre. De acordo com as teorias curriculares tradicionais, que surgem com a institucionalização da educação das massas, o currículo aparece simplesmente como um campo organizacional de conteúdos a serem repassados aos alunos – o que iria conferir à educação um status científico. Ralph Tyler⁴ consolidou um modelo de currículo em torno da idéia de organização e desenvolvimento, tornando-o uma questão técnica – que consistia no levantamento dos conteúdos e habilidades necessários aos indivíduos de acordo o *status quo* de cada um.

Na década de 1960, durante as grandes agitações e transformações nos diferentes setores da sociedade, emergem as Teorias Críticas do Currículo que buscam uma inversão nos fundamentos das Teorias Tradicionais, consideradas simplesmente como uma atividade técnica de como fazer o currículo, a partir de um referencial – o *status quo*. As Teorias Críticas apresentam uma preocupação com as conexões entre saber, poder e identidade, buscam o desenvolvimento de conceitos que permitam a

⁴ Citado em SILVA, 2004

compreensão do que o currículo faz ao transmitir determinados conhecimentos e não outros, determinadas ideologias e não outras.

Para Alfredo Veiga-Neto (2001), o currículo é, desde sua invenção nos fins do séc XVI, *“um dos mais poderosos dispositivos encarregados de fabricar o sujeito moderno”* (CANEN & BARBOSA, 2001, p. 235), daí a importância em se buscar compreender a estrutura do currículo do colégio onde se realiza este trabalho, para que se tornem claro os objetivos a serem atingidos com a realização de um estudo do meio interdisciplinar ou não!

Segundo as teorias reconceptualistas, o currículo deve ser entendido como *“uma atividade que não se limita à nossa vida escolar educacional, mas a nossa vida inteira”* (SILVA, 2004, p. 43), aceitando desta forma a realização de um estudo do meio, aqui entendido como uma atividade que favorece o contato do aluno com a realidade de forma diferenciada.

Este contato seria capaz de incentivar uma observação sistematizada de um mundo oculto, ainda repleto de questões a serem compreendidas (SÃO PAULO, 1992). Um mundo que se faz presente não apenas em locais distantes do contexto escolar, ele pode se revelar também em situações cotidianas. Neste caso, cabe ao aluno dirigir um olhar diferenciado para seu entorno, uma atividade que apresenta estreita relação com os aspectos educacionais e cotidianos. Para Portella & Chianca (1995), o estudo do meio deve constituir uma atividade interdisciplinar capaz de evidenciar ao aluno *“que a realidade é única, mas múltipla em suas manifestações”* (PORTELLA & CHIANCA, 1995, p.25).

2.2 - A Proposta Curricular do Colégio

O colégio apresenta um plano de Ensino Fundamental direcionado particularmente as séries iniciais (1ª a 4ª), como já foi dito, o funcionamento da 5ª e 6ª séries apenas teve início neste ano de 2005, portanto não há ainda um plano específico para elas. Desta forma, adota-se os objetivos propostos e princípios traçados para as séries iniciais também às subseqüentes, salvo particularidades na abrangência dos conteúdos mínimos de cada disciplina.

Além da Legislação Educacional, a Proposta Pedagógica e o Regimento do Colégio, na definição da Matriz Curricular em questão, aparecem dois fatores igualmente importantes na orientação de todo trabalho pedagógico a ser desenvolvido: o Material Didático adotado (Sistema de Ensino Dom Bosco) e o projeto *Big Friend*, já citado anteriormente.

A seguir, veremos uma descrição dos principais aspectos destes “atores” responsáveis pelas ações pedagógicas desenvolvidas, uma análise sobre o tipo de currículo resultante e uma reflexão sobre os momentos em que eles favorecem ou dificultam a realização de atividades de Estudos do Meio.

2.2.1- A base legal...

Em seu plano de Ensino Fundamental apresentado à Secretaria de Educação, o colégio apresenta como finalidade importante a formação básica do cidadão, mediante a percepção da integração, dependência e de agente de transformação do ambiente, identificando seus elementos e as interações entre eles, contribuindo ativamente para a melhoria do meio ambiente (Colégio XXX, 2004), entre outros aspectos de igual relevância, que incentivam o questionamento da realidade, a formulação e resolução de problemas, através da utilização do pensamento lógico, da criatividade, da intuição, da capacidade de análise crítica, e da seleção de procedimentos e verificação de sua adequação – princípios estes que também são objetivos do material didático adotado conforme veremos posteriormente.

O Quadro ou Matriz Curricular do Ensino Fundamental se operacionaliza a partir do Plano Escolar, e atende aos critérios de organização e composição curricular, definidos na legislação educacional, na Proposta Pedagógica e no Regimento Escolar. Assim, segundo o plano escolar, o currículo da escola é desenvolvido com base nas diretrizes norteadoras da ação pedagógica abaixo relacionadas:

- *Princípios ÉTICOS da AUTONOMIA, da RESPONSABILIDADE, da SOLIDARIEDADE e do RESPEITO ao BEM COMUM;*
- *Princípios POLÍTICOS dos DIREITOS E DEVERES da CIDADANIA do EXERCÍCIO da CRITICIDADE e do RESPEITO à ORDEM DEMOCRÁTICA;*

- *Princípios ESTÉTICOS da SENSIBILIDADE, da CRIATIVIDADE e da DIVERSIDADE de MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS e CULTURAIS*”.

A partir destes princípios básicos são objetivos do colégio, expostos no Plano de Ensino: a aquisição da ética que fará parte da vida cidadã de cada um; a introdução de cada educando na vida em sociedade, buscando a justiça, a igualdade e a felicidade individual e comunitária; o aparecimento da dúvida construtiva a partir da análise de padrões que considerem direitos e deveres na formulação de julgamentos; além de *“estimular a curiosidade, o espírito inventivo, a disciplina para a pesquisa, o registro de experiências e descobertas, o reconhecimento de modos próprios de ser, agir e expressar”* (Colégio XXX, 2004).

O Currículo do Ensino Fundamental se apresenta com uma Base Nacional Comum, que inclui o estudo da Língua Portuguesa e da Matemática, das Ciências Naturais, Sociais e Históricas, além do ensino de Artes e Educação Física, complementada por uma Parte Diversificada que inclui uma Língua estrangeira Moderna (inglês), Ensino Bíblico, Música e Informática.

Os conteúdos curriculares expostos no Plano do colégio observam as diretrizes de: difusão de valores fundamentais ao interesse social, os direitos e deveres dos cidadãos, de respeito ao bem comum e à ordem democrática; consideração das condições de escolaridade dos educandos; orientação para o trabalho; promoção do desporto educacional e apoio às práticas desportivas não formais.

2.2.2- O material didático: Sistema de Ensino Dom Bosco

O material didático adotado pelo colégio apresenta como objetivo primordial o resgate do homem em sua vida cidadã, colocando-se para isso como uma ferramenta para aprendizagem. Um fenômeno que, segundo os fundamentos epistemológicos adotados, é visto ocorrendo de dentro para fora, por autodescoberta a partir do indivíduo e do modelo educacional vivido, o qual o material busca assegurar através de experiências que permitem aos alunos: *“reconhecer seus talentos, aptidões, habilidades e potencialidades; expandir sua inteligência e criatividade; oportunizar acesso ao conhecimento científico, à exploração, à descoberta e à pesquisa”* (DOM BOSCO,

2004). A concepção pedagógica do material destaca ainda o objetivo de inserir os alunos na comunidade, enquanto seres atuantes e transformadores no contexto social em que vivem.

A metodologia se operacionaliza através de disciplinas ou projetos, com a ordenação em espiral dos conteúdos, baseada na interdisciplinaridade e transdisciplinaridade e auxilia no recebimento das informações e de condições de processá-las afins de que o aluno possa construir seu conhecimento de modo a transformá-lo. Nesta visão, o professor atua como um *“elo de integração entre o saber sistematizado e a interpretação das experiências vividas, inserindo os alunos na realidade social, de modo a interagir com ela”* (DOM BOSCO, 2004).

Especificamente em relação ao ensino de Geografia, o material apresenta uma perspectiva crítica e de diálogo que visa a relação entre os conteúdos teóricos e a prática vivida dos alunos. Ressalta-se a importância da busca pela autonomia moral e intelectual, a partir da qual eles sejam capazes de adquirir e utilizar os conhecimentos relacionados à geografia e aos espaços geográficos, questionando seus conhecimentos anteriores e acontecimentos do dia-a-dia, através do estabelecimento de relações com os assuntos abordados, que integrados de forma coerente e lógica possam ser utilizados na resolução dos exercícios propostos e de situações cotidianas vivenciadas por cada um.

2.2.3- Projeto desenvolvido no colégio: Big Friend

De autoria da equipe pedagógica do colégio, o projeto *Big Friend* vem sendo aplicado desde a criação do colégio em 2004 e aparece de forma bastante evidente nas atitudes cotidianas de toda equipe de trabalho (professores e funcionários). Nele se busca apresentar e incentivar nos alunos, em suas atitudes cotidianas, valores que a equipe considerou essenciais para a vida adulta⁵. Busca-se, também a criação de *“um clima que favoreça a aprendizagem e a participação na vida escolar como um todo para formar o cidadão, desenvolvendo nos alunos valores para a vida”* (Colégio XXX, 2004).

⁵ Segundo o projeto Big Friend, os **Valores para a Vida** são: Responsabilidade, respeito, cooperação, confiança, amizade, justiça, honestidade e sinceridade.

Através do uso constante de palavras e atitudes que reflitam os objetivos básicos do projeto, espera-se inculcar nos alunos a valorização por atitudes que demonstrem apego ao convívio comunitário com responsabilidade, honestidade, cooperação, cidadania e outros valores; a dedicação ao processo de aprendizagem, refletida no desempenho escolar dos alunos; a responsabilidade individual e conjunta sobre o patrimônio escolar e particular de cada um.

Além dos incentivos diários por parte de todos os envolvidos, os alunos passam por uma espécie de avaliação semanal onde suas atitudes são pontuadas por professores e colegas, de forma conjunta. Ao fim do bimestre promove-se uma festa de reconhecimento dos alunos que alcançaram as maiores pontuações em cada turma – são os alunos que realmente aparecem como “Grandes Amigos” dos outros, do colégio e dos valores constantemente incentivados.

2.3. O currículo do Colégio e sua relação com o estudo do meio

A partir das caracterizações feitas anteriormente, torna-se possível afirmar que a concepção de currículo deste Colégio apresenta aspectos relacionados à diferentes correntes teóricas:

Tal concepção se encaixa, por exemplo, nas Teorias Tradicionais, isto porque, em seus documentos legais, ao apresentar o que chamou de “Quadro Curricular”, o Plano Escolar se limitou a uma questão de organização das disciplinas oferecidas⁶.

Por outro lado, o currículo deste colégio também aponta as relações de poder que se estabelecem no processo educacional, foco de análise da Teorias Críticas e Pós-Críticas, “preocupadas com as conexões entre saber, identidade e poder” (SILVA, 2004, p.17). Estes apontamentos aparecem quando, logo em seguida o Plano Escolar afirma que o desenvolvimento de seu currículo ocorreu a partir da análise e da reflexão das “Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental, Parâmetros Curriculares Nacionais e Temas Transversais para o Ensino Fundamental” (Colégio XXX, 2004), documentos legais que fornecem os princípios norteadores da ação

⁶ “As teorias tradicionais se preocupam com questões de organização” (SILVA, 2004, p.16)

pedagógica do colégio e implantam uma organização curricular proposta pela Legislação Educacional. Uma demonstração clara das relações de poder que se estabelecem na seleção dos conhecimentos considerados legítimos de serem transmitidos aos educandos – às novas gerações.

Não se encontra em momento algum um questionamento quanto ao processo de legitimação deste tipo de estrutura ou mesmo dos conhecimentos mínimos propostos, ou ainda daqueles conteúdos propostos no material didático. Apesar disso, há uma ênfase constante feita tanto por este material, como pelo Plano Escolar, de que se valorizam um processo de aprendizagem, onde o aluno, através da transformação do conteúdo exposto possa relacionar suas aprendizagens com situações do cotidiano, se tornando um cidadão crítico da sua vivência.

Nota-se ainda, no cotidiano do ambiente escolar, alguns aspectos relacionados à noção de Currículo Oculto (Silva, 2004), que apesar de não constituir propriamente uma teoria, exerce forte influência em perspectivas críticas do currículo. O Currículo Oculto se constitui basicamente por todos os *“aspectos do ambiente escolar que, sem fazer parte do currículo oficial, explícito, contribuem de alguma forma implícita para aprendizagens sociais relevantes”* (Silva, 2004, p. 78), como por exemplo, as relações sociais estabelecidas no colégio, a organização do espaço escolar.

A presença deste Currículo Oculto se faz em diferentes momentos, por exemplo, na busca de um dos objetivos expressos no Plano Escolar: a formação básica do cidadão, que, pode aparecer, em diferentes atividades onde os educandos tenham contato com uma dada realidade de modo a problematizá-la, com o desenvolvimento da percepção de que constituem seres atuantes no ambiente, pelo qual tem certa responsabilidade. Outras atividades de caráter semelhante são favorecidas ao se desenvolver os Valores para a Vida, presentes na concepção do projeto *Big Friend*, que incentiva a participação dos alunos na busca conjunta pela resolução de situações-problema constatadas, tendo-se em vista uma melhor convivência social.

Na busca por este novo conhecimento capaz de, em certa medida, apresentar soluções para um problema exposto, cabe ao educando recorrer aos seus conhecimentos básicos obtidos e utilizar as ferramentas de que dispõe, como, por

exemplo, o próprio material didático, para que possa “*construir seu conhecimento de modo a transformá-lo*” (Dom Bosco, 2005).

2.3.1 - Afinal, o estudo do meio é possível nesta realidade curricular?

A partir das leituras dos projetos/fatores norteadores da ação pedagógica buscou-se possibilidades para a inserção de um proposta de realização de um Estudo do Meio ao longo do ano letivo. Esta inserção poderia ocorrer com forte embasamento teórico a partir dos próprios documentos que compõem o currículo deste colégio:

A- A base legal: Está explícito no Plano Escolar o objetivo de formação básica do cidadão, a partir do desenvolvimento da percepção deste enquanto agente de transformação do ambiente, igualmente responsável pelo questionamento da realidade em busca da solução de problemas. Uma percepção e uma atuação transformadoras perfeitamente compatíveis com as atividades desenvolvidas durante um Estudo do Meio, onde é apresentado ao educando um mundo novo ou situações-problema que necessitam de reflexão e busca de soluções.

B- Material Didático: Favorece a realização de uma atividade de Estudo do Meio ao incentivar a exploração, a descoberta e a pesquisa no processo de aprendizagem; ações que também fundamentam tal atividade. Além disso, a inserção dos alunos na comunidade, conscientes de que constituem seres atuantes e transformadores de seus contextos sociais, requer um conhecimento prévio desta realidade, obtido não apenas através de conteúdos sistematizados, mas das próprias vivências de cada um. Outros objetivos propostos pelo material didático também favorecem a realização de Estudos do Meio, como a priorização da relação entre os conteúdos teóricos e a prática vivida dos alunos; a relação dos conhecimentos pertinentes à geografia e aos espaços geográficos com a resolução de exercícios propostos e de situações cotidianas vividas por cada educando.

C. O Projeto Big Friend: a formação do cidadão de valores se relaciona diretamente ao conhecimento e valorização do ambiente vivido. O Estudo do Meio seria uma

atividade capaz de incentivar a realização de atitudes ligadas aos valores, desde a solidariedade em situações cotidianas com os colegas a elaboração de campanhas voltadas para a solução de alguma situação-problema apontada durante a realização do estudo ou mesmo ao próprio (re)conhecimento e valorização do local visitado, suas potencialidades e principais características.

Desta forma, acredito sim, que a realização da atividade proposta encontraria amparo na estrutura do currículo do colégio em questão. Resta saber se realmente este Estudo do Meio se realizará ou não... E, mais importante ainda: os motivos, os acontecimentos que conduzem a cada uma das possíveis situações...

Capítulo 3: A TENTATIVA DE REALIZAÇÃO DE UM ESTUDO DO MEIO

3.1 – O apoio encontrado no material didático

Como dito no início deste trabalho, a coordenação de um certo colégio pediu às professoras de Ciências e Geografia que optassem por uma atividade de Estudo do Meio a ser realizada durante o presente ano letivo. Como ambas desconheciam o conteúdo exato do material didático, elegeram como tema gerador, a questão da água, capaz de propiciar o desenvolvimento de um trabalho interdisciplinar no decorrer do ano.

Após a primeira reunião de planejamento na qual se levantou tal possibilidade, recebeu-se o material didático da Editora Dom Bosco e se verificou que o tema seria perfeitamente possível de ser trabalhado a partir da apostila, que abordava a questão nas disciplinas de Geografia e Ciências para a 5ª série e na Disciplina de Geografia para a 6ª série⁷.

Faz-se necessário considerar que por se tratar de uma escola particular na qual os pais pagam pelo material didático bimestralmente, existe uma certa cobrança – ainda que não declarada verbalmente, oficialmente – de que o conteúdo do mesmo seja visto a cada período. Há uma liberdade para que o professor complemente conteúdos, insira assuntos relacionados, realize atividades paralelas, mas a relação destas com o conhecimento “programado” pela apostila é algo que não pode ser ignorado pela equipe de trabalho do colégio.

Assim, ao propor o Estudo do Meio, permitido pela estruturação curricular da escola, segundo seus princípios norteadores, foi preciso o estabelecimento de relações com aquilo que estava já proposto pelo material didático e seria trabalhado de forma sistemática em sala de aula, antes ou após a realização da atividade, de acordo com as condições e possibilidades de realização desta.

⁷ Conforme se pode acompanhar no ANEXO 2.

3.2 – Os contratempos e imprevistos do dia-a-dia escolar

Diante da impossibilidade de realização da atividade promovida pela Empresa Ivian, foi oferecido as professoras um encarte contendo propostas de uma nova empresa, a Promoventos, o que iniciou um novo processo de escolhas de locais a serem visitados de acordo com suas potencialidades de aprendizagem, e a relação com o tema gerador já estabelecido.

Com o início das aulas, os contratempos e acúmulo de atividades de ambas as professoras dificultaram a comunicação entre elas, e a idéia permaneceu por um tempo, relegada a segundo plano. Por se tratar de um colégio ainda em formação, muitos aspectos, por dizer, mais urgentes precisavam ser resolvidos e as conversas sobre o provável Estudo do Meio ocorriam esporadicamente em encontros nos corredores do colégio, sem a seriedade e reflexão necessária para que se tomasse alguma decisão efetiva.

Quando finalmente se optou por uma das atividades oferecidas pela Promoventos e se fez o contato com a empresa, as professoras receberam outra resposta negativa: o número mínimo de alunos e o custo envolvido na realização da atividade, novamente inviabilizaram mais esta opção (este fato será visto mais detalhadamente nos próximos capítulos).

Surgiram algumas idéias de se realizar um Estudo do Meio sem o intermédio de qualquer uma das empresas, no próprio entorno do colégio. As professoras se responsabilizariam por toda a organização da atividade em suas diferentes etapas. A coordenação do colégio, não se pronunciou (a favor ou contra) sobre a incipiente proposta que, por motivos diversos, nunca foi mais bem elaborada e apresentada formalmente.

Diante da maior praticidade oferecida pelas empresas, acabou-se optando por não exigir dos educadores que elaborassem sua própria atividade de Estudo do Meio, que acabou não se realizando, como previsto. De certa forma, este fato evidencia a força com que estas empresas atuam nas escolas, não apenas junto à direção, mas também aos próprios professores.

Sendo assim, optou-se aqui por realizar uma análise um pouco mais profunda da forma como estas empresas oferecem seus serviços, encarando os locais/lugares como produtos a serem consumidos por um público alvo específico...

3.3 – A seleção dos locais para a realização de um Estudo do Meio

O Estudo do Meio é oferecido, particularmente pela empresa Promoventos, como uma possibilidade de integração em seus diferentes aspectos: entre os alunos, desses com o professor, com o meio ambiente, através do desenvolvimento de valores sócio-culturais. Ressalta-se que a realização da atividade contará com profissionais dispostos *“em oferecer confiabilidade, segurança, qualidade, boas condições de serviço e atendimento, respostas adequadas às necessidades e expectativas das escolas...”* (REVISTA PROMOVENTOS, 2005).

Visto como uma oportunidade de incentivar o aluno a olhar seu entorno de uma nova forma, de modo a descobrir realidades antes “ocultas” (não percebidas por ele), o Estudo do Meio apresenta assim, uma forte relação com as características dos locais selecionados, sejam eles próximos, ou não, do cotidiano de cada um.

A possibilidade da descoberta de um novo mundo, de novos questionamentos e conhecimentos, através do contato direto do educando com a realidade é uma das razões que levam os professores à sempre buscarem os melhores locais para serem visitados. Estes locais, dentro de suas características específicas, precisam oferecer ao aluno estas possibilidades e contemplar, de certa forma, as ansiedades dos professores. Mas, nem sempre os professores têm a oportunidade de conhecer pessoalmente o local, especialmente quando se deparam com uma grande lista de sugestões oferecidas por empresas da área.

É interessante notar-se que estas sugestões de Estudos do Meio a se realizar são divulgadas pela empresa em questão através dos nomes dos locais, ao invés de, por exemplo, através dos temas ou disciplinas que cada um deles contempla ao receber a visita de um grupo de alunos. As características e potencialidades de aprendizagem destes locais somente são “percebidas” quando se parte do índice da revista para seu interior na exposição de cada um deles.

FIGURA 1: ÍNDICE DE “ATIVIDADES” OU “LOCAIS” OFERECIDOS PELA EMPRESA PROMOVENTOS

Parques, jardins e áreas verdes
 As áreas verdes, jardins e parques são importantes para a saúde e o bem-estar humano. O espaço verde é essencial para a melhoria da qualidade de vida e para a redução do estresse. Este índice apresenta a lista de locais que oferecem essas áreas verdes em São Paulo.

Índice

Fazenda Solar das Anúbis	02
Fazenda Belmonte (Aosho Belmonte)	04
Sítio do V. Branco	05
Rancho Nativo	08
Fazenda do Unioeste (Fazenda da Serra)	11
Sítio Municipal	12
Zoo Botânico Municipal de Anhemas	14
Terra Maria Fátima	16
Serra do Japi	18
Fazenda Santo Antônio	20
Água Nuvem	21
SESI (Aprendizado com a Natureza)	24
Fazenda Monte D'Este	26
Campos dos Senhores	29
Parque da Selva	32
Parque da Mônica	33
Parque da Mônica	34
Parque Londrini	36
Parque (Frua das Cavernas)	38
Sítio do Tau Zeco	41
Parque do Sorocaba (Espaço de Aventura)	42
Zoológico de Paulínia	44
Zoológico de Americana	46
Zoológico de São Paulo	48
Zoológico de Sorocaba	50
Busque dos vegetais	51
Outras atividades	52

PROMOVENTOS
 Rua Rio de Santa Gertrudes, 11 - Jd. Dom Vitor
 Campinas/SP - CEP: 13088-215
 Fone: (19) 3272-8895 - Fax: (19) 3273-4272
 e-mail: promoventos@promoventos.com.br
 Site: www.promoventos.com.br
 E-mail: promoventos@promoventos.com.br

Design Gráfico
 Patrícia Cordeiro de Azevedo
 Jornalista Responsável
 Mônica Fontenelle
 MTR/04420

Impressão
 Graph 360 - Rua da Indústria, 1116
 Fone: (19) 3209-8888

A forma como cada local é apresentado pela empresa, através de diferentes materiais de propaganda, bem como as diferentes linguagens (visual, escrita) utilizadas serão analisadas detalhadamente mais adiante. No entanto já é possível notar que a principal maneira de “atrair” os visitantes para cada localidade apresentada é justamente destacar as particularidades ali presentes: qual o tipo de conhecimento que aquele local/lugar é capaz de proporcionar que um outro qualquer não seria (ao menos, a princípio)...

CAPÍTULO 4: AS PROPOSTAS DE ESTUDOS DO MEIO OFERECIDAS POR EMPRESAS “ESPECIALIZADAS”

É bastante comum, especialmente entre os colégios particulares, que as atividades extra-classe, como passeios e estudos do meio sejam realizadas por intermédio de empresas especializadas que realizam uma intensa propaganda de seus serviços, através de encartes, folders, revistas, *cd-roms* e mesmo através de sites. Elas são freqüentemente requisitadas pelo colégio em questão, entre outros motivos, pela praticidade que representam, pois oferecem o roteiro já planejado, com monitores treinados, atividades locais já preparadas, agendam datas, horários, providenciam o transporte... O papel do colégio após a escolha da atividade se resume em contatar os pais e cuidar do(s) pagamento(s).

Pode-se dizer que, apesar da escolha partir dos professores que têm objetivos pré-determinados neste momento, todo o desenvolvimento da atividade fica por conta das empresas contratadas – a eles, resta os momentos prévios e posteriores à atividade para que desenvolvam realmente o conteúdo escolhido como gerador para a atividade. Esta realidade justifica uma preocupação com relação à qualidade e ao caráter dessas atividades oferecidas pelas empresas como Estudos do Meio.

Como exposto anteriormente, no início do ano letivo, as professoras tiveram contato com propostas de duas empresas diferentes: A IVIAN estudo do meio.com e a Promoventos – Turismo: Cultural, Pedagógico e Lazer, ambas apresentam, de modos diferenciados, sugestões diversas a partir de diferentes temas geradores, de acordo com os objetivos de cada professor ou escola.

Cada uma dessas empresas apresenta sua própria concepção de Estudo do Meio, o que se pode perceber pelas afirmações contidas em seus respectivos encartes promocionais: para a Ivian, a atividade configura uma metodologia onde o aluno é conduzido em busca do conhecimento, através da investigação e do desvendamento do mundo e do meio em que vive. A Promoventos destaca a importância de um “*novo programa que já faz parte do currículo escolar*” (REVISTA PROMOVENTOS, 2005), o

Estudo do Meio que compreende a observação e vivência em campo dos conceitos vistos em sala de aula, como forma de complementar o método de ensino tradicional.

Neste primeiro momento, nota-se uma diferença fundamental entre as duas empresas: na primeira o estudo do meio é o início de uma aprendizagem, que através da observação e do levantamento de questionamentos conduz o aluno em busca de conhecimentos sobre as questões tratadas; por outro lado, a segunda empresa apresenta a concepção de um estudo do meio que atuaria prioritariamente na complementação do conteúdo trabalhado em sala de aula pelo professor.

Qual destas concepções responderá melhor aos objetivos do professor? Que tipo de estudos do meio estas empresas são capazes de oferecer? Corre-se o risco de a atividade não passar de uma saída, um passeio com a escola? Que tipo de trabalho é possível o professor desenvolver nos momentos que antecedem e se seguem à atividade coordenada pela empresa, onde ele aparece como mero coadjuvante?

Para responder a estas questões, é necessário que se tenha claro o objetivo a ser buscado com a realização da atividade, e neste momento a concepção que o educador tem do Estudo do Meio é fundamental para que ele próprio possa direcionar suas escolhas e ações nas diferentes etapas da atividade...

Diante da riqueza de detalhes e aspectos a serem analisados na forma como a empresa Promoventos realiza sua divulgação e traz sua concepção de Estudo do Meio ao conhecimento de seu público, julgou-se merecido dedicar um capítulo exclusivamente para estas observações e análises a partir do material de propaganda da empresa, e à forma como ela apresenta os locais/lugares a serem visitados, ou porque não dizer, “consumidos” às pessoas que os desconhecem, estão distantes deles em seu cotidiano.

Capítulo 5: A empresa Promoventos

5.1 – Apresentação

Constituída no ano de 1994, a empresa *Promoventos - Promoções e Eventos Ltda-ME*, se localiza na cidade de Campinas, e visa à promoção de eventos (culturais, pedagógicos e lazer), através da divulgação, organização e realização dos mesmos. A empresa se propõe a contribuir para o desenvolvimento da cultura e educação dos participantes através de atividades culturais pedagógicas a serem introduzidas nas escolas *“como um complemento visual e teórico, auxiliando o professor em sala de aula e propiciando ao aluno uma riqueza de informações, por meio da fixação visual, tornando mais fácil a compreensão dos fatos”* (REVISTA PROMOVENTOS, 2005).

A empresa objetiva com o “Estudo do Meio”, uma oportunidade de integração entre os alunos e desses com o professor, nas relações interpessoais, no desenvolvimento de valores sócio-culturais, no respeito ao meio ambiente, etc. Para tanto oferece acompanhamento e orientação de profissionais capacitados em oferecer *“confiabilidade, segurança, qualidade, boas condições de serviço e atendimento, respostas adequadas às necessidades e expectativas das escolas e em busca da excelência”* (IDEM).

5.2 - A empresa e o colégio

O contato da empresa como o colégio, dá-se através do envio de encartes promocionais, a cada início de ano letivo, contendo sugestões de atividades a serem realizadas com as mais diferentes faixas etárias e temáticas abordadas.

No próprio encarte consta de forma bastante visível o endereço eletrônico da empresa onde é possível se encontrar, além das propostas do material impresso, outras sugestões de atividades.

5.3 - O material de divulgação da empresa

A divulgação das propostas da empresa ao colégio e professores pode ocorrer, portanto, através de dois tipos de material distintos: o encarte impresso e o *site*, nos quais a divulgação dos locais propostos à visita é feita através de fotos e textos breves contendo características básicas, atividades desenvolvidas e outras atrações dos mesmos. No entanto, algumas propostas carecem de fotos e são expostas apenas através de um pequeno texto explicativo, ou ainda apenas com o nome do local a ser visitado (no caso do encarte impresso).

Esta diferença entre os elementos utilizados para expor as opções de atividades indica que a empresa utiliza diferentes formas de convencimento para que a escola ou o professor escolha algum de seus serviços. Também mostra que, na concepção da própria empresa, existem atividades que se diferenciam por algum motivo e merecem ser “destacadas” com o uso constante de fotos, enquanto outras são divulgadas apenas através de breves textos.

Desta forma, busca-se entender qual tipo de Estudo do Meio esta empresa pretende vender as escolas, porque alguns destes estudos merecem ser ilustrados ricamente com fotos e outros não... Para responder a estes questionamentos, torna-se necessário uma breve descrição do material de propaganda da Promoventos e as distintas formas de apresentação das propostas de Estudos do Meio.

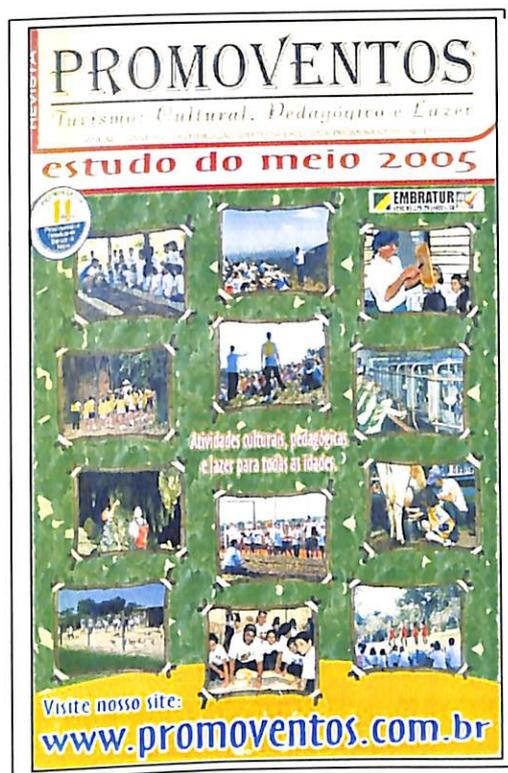
A – O encarte impresso

O material impresso é enviado anualmente às escolas. O deste ano (2005) apresenta uma excelente qualidade: são 52 páginas coloridas, em papel de revista, sendo a capa um papel de maior espessura e brilho.

A capa traz na parte superior o nome estilizado da empresa, destacando logo abaixo a expressão “Estudo do Meio 2005”. Na parte inferior da capa, mas bastante visível consta o endereço eletrônico da empresa, o restante da capa é preenchido com fotos, emolduradas com pequenos gravetos e distribuídas sobre um fundo de folhas verdes. São retratados diferentes locais, mas em todas há grupos de crianças/jovens observando um monitor (identificado com o colete da empresa) ou outra pessoa que

demonstra estar explicando algo (pois aponta para algum lugar ou objeto). Dentre as fotos, ao centro, consta a frase “Atividades culturais, pedagógicas e lazer para todas as idades”; no canto superior esquerdo há um logotipo, no formato de selo, onde se lê: “Promoventos – 11 anos – Promovendo e realizando Estudo do Meio” e ao lado direito há um logotipo da EMBRATUR⁸.

FIGURA 2: CAPA DA REVISTA PROMOVENTOS, Nº 11, 2005.



Na contra capa, tem-se uma breve apresentação da empresa, sua formação, objetivos, metodologias de trabalho etc (figura 3). Seguida por um índice das atividades apresentadas (identificadas pelo nome do local a ser visitado) a localização da empresa

⁸ Empresa Brasileira de Turismo criada no Rio de Janeiro em 18 de novembro de 1966 com o objetivo de fomentar a atividade turística, criando condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o País. Em 2003, com a instituição do Ministério do Turismo, sua atuação concentrou-se na promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. (<http://www.institucional.turismo.gov.br>)

na cidade de Campinas e meios de contato (telefone, fax, e-mail) e por fim, a identificação da equipe responsável pela elaboração do material⁹ (figura 1, pág.26).

FIGURA 3: CONTRA-CAPA DA REVISTA PROMOVENTOS, Nº11, 2005.



Seguem-se a partir daí as opções de atividades que apesar de distintas, apresentam alguns aspectos bastante comuns que merecem ser destacados: cada uma das propostas ocupa sempre duas páginas seguidas (de modo a formar uma espécie de mini-pôster); todas elas apresentam ricas ilustrações fotográficas (coloridas) das mais diversas situações (o local e suas estruturas, grupos de alunos sendo acompanhados em alguma atividade, as paisagens e animais presentes no local etc); a presença da expressão estudo do meio no canto superior esquerdo e a identificação e contato da Promoventos no canto inferior direito aparecem em todas as páginas pares, de forma idêntica.

⁹ Equipe: Marta Fontenele (jornalista responsável); Legítima Comunicação Integrada (design gráfico) e Citygrafica Artes Gráficas Ltda (impressão – tiragem de 5000 exemplares). É importante dizer que há a seguinte ressalva na identificação da revista: “O material editorial e as imagens utilizadas nesta edição são de total responsabilidade dos anunciantes”.

Além das fotos, cada proposta traz um texto destacando as vantagens e possibilidades do local a ser visitado, que varia de tamanho entre elas – indo de descrições “detalhadas” a simples identificação das fotos. Os locais são identificados com logotipos próprios distribuídos de forma distinta entre as fotos e breves textos.

FIGURA 4: PROPOSTA DE ATIVIDADE NO SÍTIO MURIQUI: USO INTENSIVO DE IMAGENS DO LOCAL.

FIGURA 5: PROPOSTA DE ATIVIDADE NA FAZENDA TONZAN – NOTAR A MAIOR UTILIZAÇÃO DA LINGUAGEM ESCRITA

5.4 - As propostas da empresa e a necessidade dos professores do colégio

Dentre as atividades disponíveis listadas nesta penúltima página, uma delas despertou a atenção por apresentar relação com nossa proposta inicial: uma visita à nascente do Rio Tietê na cidade de Salesópolis (SP), que talvez pudesse contemplar o tema proposto (água e sua relação com o meio ambiente e a sociedade), por se tratar de um rio de grande importância para o estado, que como tantos outros apresenta um sério problema de poluição. Diante da falta de informações no material impresso, tornou-se necessário buscá-las em outras fontes – o *site* da empresa.

B- O *site*

A página inicial do site apresenta-se de forma bastante ilustrada, com fotos de diferentes locais se alternando na parte central desta, que também traz em destaque a capa da revista deste ano, e os selos de 11 anos de serviços prestados e da EMBRATUR. As palavras “Bom atendimento”, “Confiabilidade” e “Segurança” aparecem com destaque à direita da tela.

No canto esquerdo encontramos uma seqüência de categorias dos possíveis locais a serem visitados (parques, fazendas, museus e outras atividades), as quais abrem-se em outras opções de acordo com o interesse do “consumidor” (figura 8).

De maneira geral, as categorias trazem as mesmas atividades expostas no material impresso, com um número maior de fotos e, algumas vezes informações adicionais. Na categoria “Outras Atividades”, encontramos a proposta que despertou interesse – a visita à Nascente do Rio Tiete, conforme acompanhamos na figura 9. Logo em seguida, temos as informações apresentadas sobre esta possibilidade de Estudo do Meio.

Tal proposta é brevemente apresentada através de um texto explicativo sobre o público alvo da atividade, os assuntos que serão contemplados e o roteiro indicado. Ao contrário do que se percebeu nas propostas anteriores, não há nesta, nenhuma imagem ou ilustração do local.

FIGURA 8: PÁGINA INICIAL DO SITE DA EMPRESA – WWW.PROMOVENTOS.COM.BR

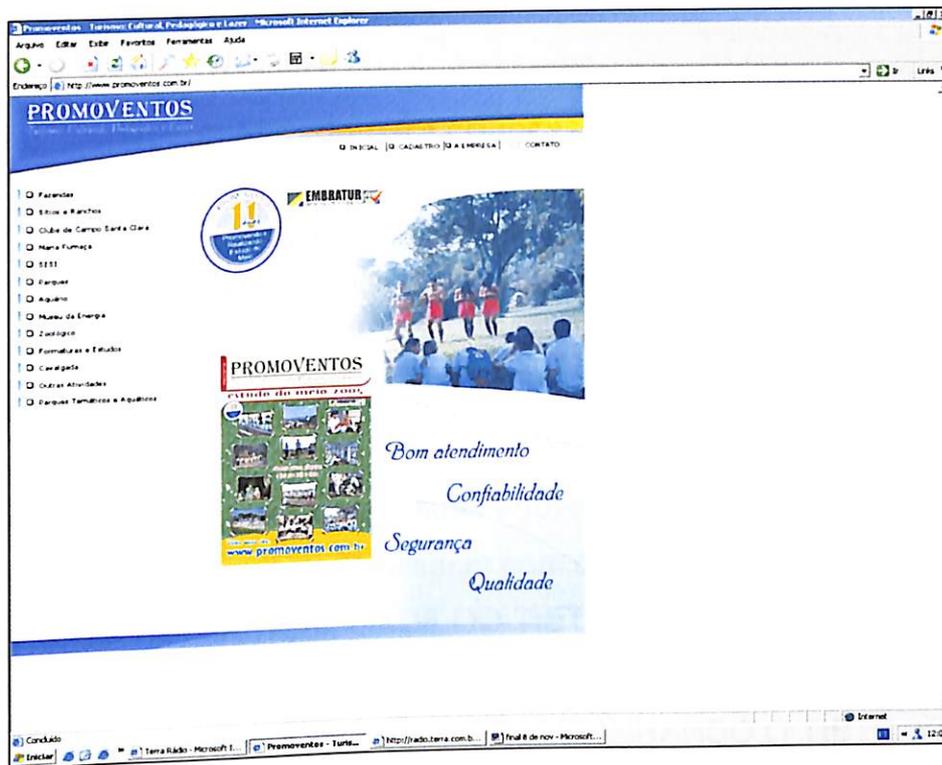
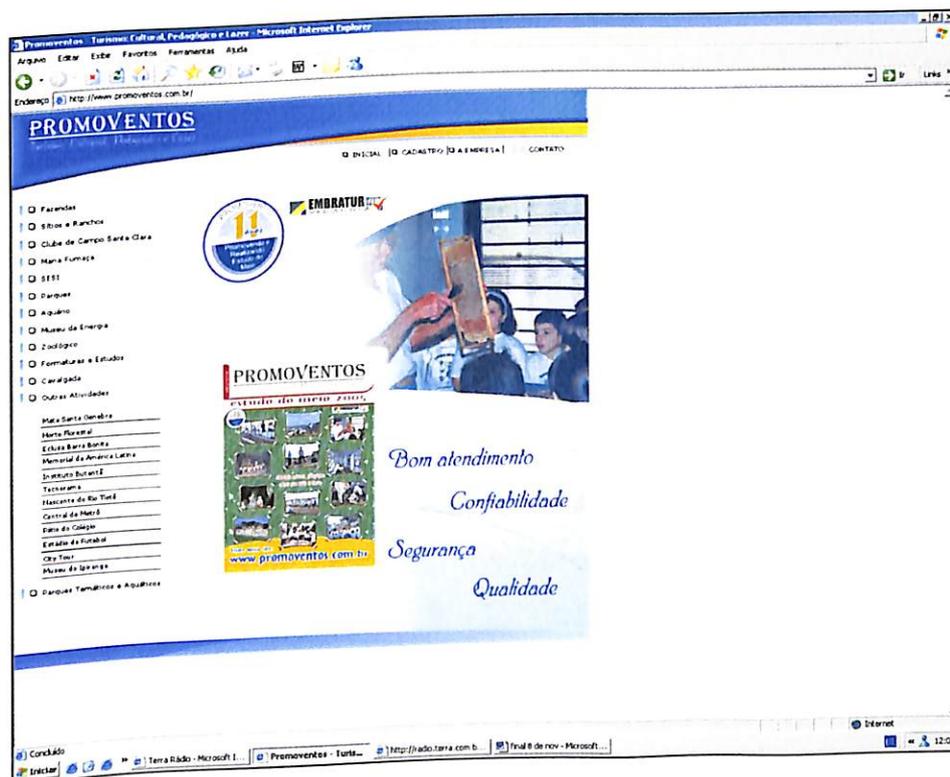


FIGURA 9: PÁGINA DO SITE DA EMPRESA PROMOVENTOS COM AS OPÇÕES “OUTRAS ATIVIDADES” EXPOSTAS – WWW.PROMOVENTOS.COM.BR.



Nascente do Rio Tietê na Serra do Mar

Período integral - Horário a combinar.

Recomendado para crianças a partir de 10 anos.

"TIETÊ VIVO" - Destinado a alunos do Primeiro Grau até nível superior, com a adaptação das matérias e linguagem às necessidades das idades e cursos. Terão contato com a diversidade de climas, relevos, espécies vegetais e animais, criando uma consciência crítica sobre o ambiente em que vivem. Em visita ao Tietê, que nasce na Serra do Mar, em Salesópolis, há 100 Km da capital, atravessando a região da Mata Atlântica, observarão o local, onde o mais importante Rio Paulista ainda mantém suas águas límpidas e cristalinas. É neste ambiente onde fatores naturais e culturais se interagem com o Rio que os projetos serão desenvolvidos.

"IMPACTO AMBIENTAL - A REALIDADE DO TIETÊ" - Além das expectativas pedagógicas, visa oferecer informações e motivações para entender o meio, e assim, despertar para a necessidade de defendê-lo e preservar. ACOMPANHANDO O TIETÊ, VIVO, MORTO E RENASCENDO: SALESÓPOLIS (NASCENTE, VIVO), MOGÍ DAS CRUZES, CINTURÃO VERDE (COMEÇANDO A MORRER), SÃO PAULO (MORTO), SANTANA DO PARNAÍBA, (MORTO), ITU E PORTO FELIZ, (COMEÇANDO A REVIVER). ROTA DOS BANDEIRANTES.

PACOTE COMPLETO: Transporte (ônibus), Refeição (opcional), Autorizações, Crachás (adesivos), Monitoria (do local) e Monitor (assessorando o passeio do início ao fim).

Obs.: cada 15 pagantes uma cortesia p/ professor.

**Nosso objetivo é o enriquecimento da cultura dos alunos através do entretenimento.
Ou seja, passeando, divertindo-se e aprendendo.**

Promoventos - Fone: (19) 3272-8895 Fax: (19) 3273-6372 / Cel.: 9794-6121 / 9796-7687.

E-mail: promoventos@promoventos.com.br

5.4.1 - As ausências na proposta escolhida

Em contato com a empresa através de e-mail, pedi maiores informações sobre a atividade, assim como questionei sobre a possibilidade de me enviarem fotos do local de maneira a fortalecer nossa (minha e da professora de ciências) proposta junto a direção do colégio.

A responsável pelo contato da empresa com a escola respondeu pedindo um prazo que fizesse a cotação da atividade. Após alguns dias, a empresa respondeu com um e-mail (reproduzido adiante) contendo um roteiro da proposta, que apesar de incluir atividades não especificadas no site não trazia maiores detalhes sobre as mesmas. O valor havia sido definido, mas se impunha uma quantidade mínima de 40 pagantes – o que inviabilizaria a realização ao colégio que apresenta apenas 28 alunos nas 5ª e 6ª séries. No entanto, chama a atenção o fato de a empresa admitir a inexistência de folders ou imagens/fotos do local¹⁰, um problema que se tentou minimizar com a indicação de uma outra escola que já havia realizado a atividade. Foi passado o telefone da coordenadora da escola e sugerido que se entrasse em contato com a mesma, a fins de adquirir algum registro visual da atividade realizada que pudesse despertar maior interesse pela proposta.

Diante da inviabilidade da realização desta atividade, a coordenação do colégio julgou desnecessário fazer tal contato, e continuou-se sem qualquer imagem do local que havia despertado o interesse de nós, professoras!

¹⁰ Destaque na mensagem.

PROMOVENTOS

Turismo: Cultural, Pedagógico e Lazer

ESCOLAS, CLUBES, EMPRESAS, ASSOCIAÇÕES, BARRIAS, COMUNIDADES, FÉLIDADE, ETC.
FONE (19) 3272-8895 / FAX (19) 3273-6372 / CELULAR (19) 9794-6121 / 9796-7687
Site: www.promoventos.com.br / E-mail: promoventos@promoventos.com.br
Essa é uma das garantias p/ o sucesso do seu evento - EMBRATUR: SP.10.03.379.293/0001-58

Campinas, 20 de junho de 2005.

(controle 231/05)

COLÉGIO XXXX.

A/C. PROF^a. XXX

Atividade: NASCENTE DO RIO TIETÊ – (SALESÓPOLIS – SP.).

PERÍODO INTEGRAL - MÍNIMO DE 40 PAGANTES.

PREÇO PÔR ALUNO = R\$ 50,00 – Incluso no preço – Transporte (ônibus de turismo – Luxo- Caprioli) + **Atividades** Durante o trajeto observamos e comentamos sobre as Rodovias, Pedágios, Cidades, Paisagem, Relevo, Indústrias, Agricultura Rural, Pecuária, Rios, Riachos, Poluição, Etc. No Parque das nascentes do Rio Tietê (trilhas), visita a barragem de Ponte Nova, Mapas da Barragem, Alto Tietê, Formação de Relevo, Mata Atlântica, Estado de São Paulo, Maquete de Relevo, Coleta de água com análise e atividade interativas pedagógicas + **Almoço** (Cardápio variado sistema self-service, sobremesa e suco) + **Autorização** + **Crachá** (adesivo e personalizado) + **Monitor** (Pedagógico e lazer saindo da escola) + **Monitoria** (Pedagógica e lazer do local) **Coordenador** (assessorando a atividade do início ao fim).

Sem o almoço R\$ 42,00 por aluno.

Para cada 20 pagantes uma cortesia p/ professor.

Não temos folder nem cartaz.

Obs.: Fizemos um trabalho para a XXXXXX no dia 16 de junho, os professores gostaram muito. Coord. XXXX tel XXXXX.

5.5 - Como a empresa convence o professor/escola a adquirir seus serviços

A empresa Promoventos, há 11 anos atua na área do turismo cultural, pedagógico e de lazer, fazendo-se presente nas escolas, como já dito, através de seu material de propaganda e da visita de seus promotores¹¹ responsáveis, cada um, diretamente por um grupo de escolas, de modo a produzir uma sensação de confiança. A relação escola-empresa é substituída pela relação promotor-coordenador/diretor, tornado-se menos impessoal, facilitando contatos e a aquisição de serviços.

Ao oferecer seus serviços, a empresa busca sempre enfatizar sua confiabilidade no mercado. Isso se comprova no fato de estarem presentes, na capa do material impresso, assim como na página inicial de seu site, o selo de 11 anos de atuação desta na intenção de demonstrar certo sucesso em sua área de atuação, pois indica uma “tradição” na qual se pode confiar. Além disso, é destacado o logotipo da EMBRATUR, uma tradicional empresa de turismo, visando aumentar ainda mais a confiabilidade/credibilidade da própria *Promoventos*.

Além de confiança e credibilidade a empresa busca também transmitir uma sensação de segurança àqueles que contratam seus serviços. Prova disto é o destaque dado aos “materiais de apoio” oferecidos como os coletes e fitas coloridas que facilitam a identificação dos grupos de alunos; os crachás com nome do colégio.

Mais do que segurança, os materiais oferecem também praticidades à escola e aos pais, como no caso das autorizações e carnês identificados com o nome da empresa e do colégio contratante dos serviços. Também é oferecido pela empresa o uso de amplificadores de voz profissional, que facilita as explicações e avisos ao grupo de alunos e de rádios comunicadores, bastante eficazes para casos onde há mais de um ônibus de alunos, ou mesmo para comunicação entre os monitores em diferentes momentos da atividade.

¹¹ Até este momento não havia sido citada a figura do Promotor de eventos da empresa. Isto porque no colégio em questão não houve esta visita, uma vez que a diretora do colégio já conhecia a empresa e a promotora responsável por aquela região, devido ao fato de também ser dona de uma pré-escola que há vários anos utiliza os serviços da empresa. Desta forma, com a inauguração do novo colégio não foi necessária a visita do promotor, apenas a divulgação do material de propagando do ano corrente.

Ao divulgar as opções e atividades disponíveis, em especial no material impresso, a empresa abusa das fotos e imagens dos locais. De forma geral, as fotos são de crianças realizando alguma atividade educativa, esportiva, ecológica, cultural ou de lazer em diferentes lugares. Vários são os nomes que podem ser dados a estas atividades, mas a verdade é que as fotos mostram, além de várias paisagens belíssimas e locais propícios à diversão, crianças felizes e sorrindo mostrando que estão se divertindo... Em outros momentos as crianças aparecem atentas a alguém que parece lhes explicar algo relacionado ao local em que encontram...

5.5.1 – A Linguagem fotográfica

Mais do que os textos que brevemente ressaltam as características estruturais e pedagógicas do local, as fotos atuam como uma forma bastante eficaz de convencimento. Elas possuem um elevado status de credibilidade, sendo aceitas e utilizadas como prova definitiva, testemunhas da verdade do fato, pela grande maioria das pessoas que se envolvem de formas particulares com a imagem observada.

KOSSOY (2000) considera a fotografia como uma representação a partir do real, mas também como um documento que deve ser compreendido quando inserido no processo de construção da representação que o originou. Dessa forma, as fotos que aparecem marcadamente em algumas propostas e se fazem ausentes em outras estão carregadas de intencionalidades – desde o momento de sua concepção/criação até sua divulgação...

Além das fotos...

Como já vimos, a imagem fotográfica atua como um documento comprovador de uma dada realidade. Ela representa um papel ideológico enquanto instrumento de comprovação documental empregado nas mais distintas situações, como por exemplo, na divulgação de um produto ou serviço a ser consumido. Trata-se, assim de um *“instrumento de veiculação de idéias e conseqüente formação e manipulação da opinião pública”* (KOSSOY, 2000, pág. 20).

Por apresentar tamanha influência nas reações e opiniões daqueles que as “recebem” é que as fotos apresentadas ou mesmo a ausência delas nas propostas da

empresa *Promoventos* devem ser analisadas de forma mais cuidadosa, pois se relacionam diretamente ao tipo de Estudo do Meio que a empresa oferece aos seus clientes (escolas/professores).

Em suas múltiplas realidades, a fotografia possibilita inúmeras interpretações de acordo com as experiências e concepções prévias de cada um de seus receptores. Mas também demonstra os processos de intencionalidades presentes no momento de sua criação.

Na presente análise é importante considerar o objetivo da empresa ao produzir ou mesmo divulgar fotos de grupos de crianças sorrindo, atentas, realizando atividades estranhas ao cotidiano escolar, atividades que mais se parecem com um “passeio de férias” do que com a realidade dentro da escola durante o processo de ensino-aprendizagem. Assim também, existe certa intencionalidade com os pontos específicos a serem divulgados em cada local a ser visitado, uma vez que as fotos apresentam “partes do lugar”, representando-o como um todo.

I- As pessoas

A grande maioria das fotos divulgadas pelo encarte da empresa, que coincidem com as fotos do site apresenta, em comum, grupos de crianças identificadas pelo uniforme escolar sempre envolvidas em alguma atividade que lhes desperta bastante interesse ou prazer.

No exemplo apresentado anteriormente (página 33), sobre a proposta do Sítio Muriqui, as fotos mostram as crianças envolvidas, por exemplo, em contato com animais de fazenda, com mini-hortas, com um lago; além de retratá-las em atividades de recreação (cama elástica, playground, piscina, campo de futebol) e no refeitório (bastante organizado e limpo no momento de sua utilização)

A agradável sensação causada pelas fotos divulgadas remete a sentimentos de tranqüilidade, e até mesmo de diversão que a princípio pouco se relacionam com a idéia de uma atividade escolar. Provavelmente, este seja realmente o objetivo da empresa, proporcionar ao professor uma sensação de que a atividade escolhida poderá oferecer momentos de aprendizagem diferenciados onde se fazem presente o lazer, o interesse dos alunos, a diversão, o inusitado... Elementos que contribuiriam de forma

especial na aprendizagem do tema focado pelo professor ao escolher determinada atividade.

FIGURA 10: FOTOS DIVULGADAS NA PROPAGANDA DO SITIO MURIQUI – FEIÇÕES FELIZES DE CRIANÇAS ENVOLVIDAS EM ATIVIDADES DIFERENCIADAS



II- Os locais

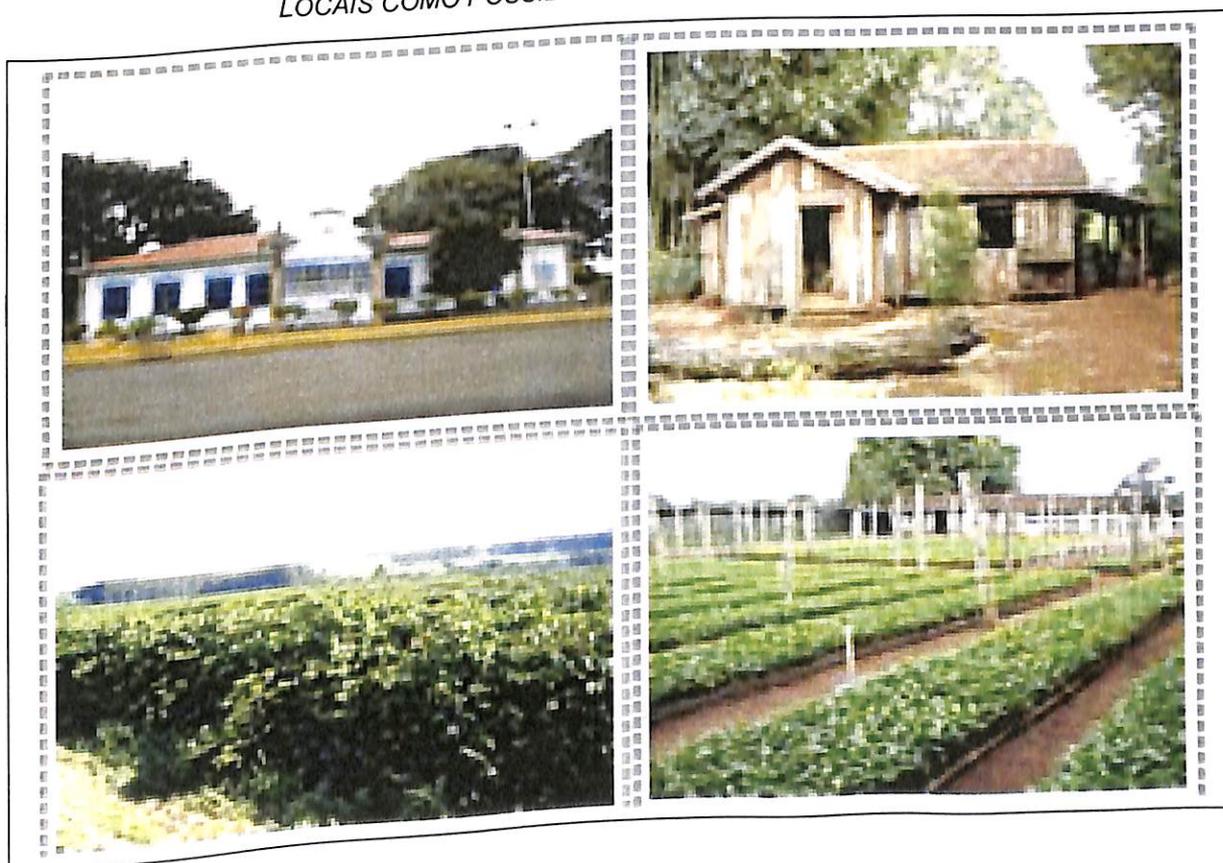
No entanto, é importante recordar que esta escolha ocorre, num primeiro momento, através dos nomes dos locais, conforme apresentados no índice do material impresso ou mesmo na página inicial do site.

Esta é a forma que a empresa utilizou para listar as possibilidades de atividades oferecidas e não por acaso, se lembrarmos que o local (um ponto no território) é um lugar único, exatamente por sua capacidade de receber e reproduzir vetores de ordem externa, de acordo com sua própria dinâmica (KAHIL, 2004). Isto é, ao se pretender configurar como um local a ser constantemente visitado, ele próprio (o local) é estruturado para receber tais visitas, seja em questões de infra-estrutura ou

pedagógicas, como possibilidades de oferecimento de determinadas atividades, mas sem se esquecer de suas características primeiras que tornaram possível o despertar de algum interesse por ele. Assim também, na divulgação das fotos, são selecionados pontos estratégicos do local/lugar, capazes de fazer com o que o observador (receptor das fotos) faça uma associação das partes deste local/lugar com seu todo e se disponha a realizar tal atividade.

Ao contrário da grande maioria das propostas apresentadas pela Promoventos, há uma que, ao divulgar suas fotos, direciona o foco da atenção justamente para as características pontuais dos locais/lugares e suas reais potencialidades de atração, trata-se do exemplo já visto da Fazenda Tonzan, que anteriormente se destacou por apresentar uma maior quantidade de texto em sua divulgação. Novamente, este lugar se diferencia dos demais, pois esta maior presença do texto é justamente para ressaltar suas características enquanto um lugar capaz de proporcionar aprendizagens específicas, de acordo com o tema focado na visita (que pode ser o período cafeeiro, a escravidão ou a imigração) de uma *“fazenda colonial em pleno funcionamento”* (REVISTA PROMOVENTOS, 2005), para usar uma expressão própria da propaganda realizada.

FIGURA 11: FOTOS DIVULGADAS NA PROPAGANDA DA FAZENDA TONZAN: ÊNFASE NOS ASPECTOS LOCAIS COMO POSSIBILIDADES DE ATRAÇÃO DO VISITANTE



É desta forma, que a empresa busca vender seus produtos, oferecendo um Estudo do Meio que possibilite a integração entre alunos e professores à medida que propõe atividades que aproxime as pessoas diante de novas descobertas e vivências de forma agradável e prazerosa como demonstra as feições dos alunos fotografados.

Ainda que o professor ou a escola opte por determinada atividade com base em critérios pré-estabelecidos de conteúdo, é praticamente impossível desconsiderar o papel fundamental da imagem fotográfica no momento da escolha decisiva. Isto porque, através da fotografia, a imaginação humana é fortemente estimulada, indo além das imagens retratadas, possibilitando o despertar de sensações, em geral familiares e agradáveis, que levam a um maior interesse pelas novidades que o local possam reservar.

5.5.2 - Ausência de fotos e imagens

Mas, e quando as fotos não fazem parte da propaganda da empresa? Toda e qualquer informação ou interesse que se possa adquirir do local provém de textos explicativos, em geral breves.

Nestes casos, a escolha do professor certamente se baseará em outros critérios que não os sentimentos e sensações proporcionados pelas imagens fotográficas. Nós, professoras do colégio em questão, nos interessamos pela atividade realizada na “Nascente do Rio Tietê” por acreditarmos que ela poderia colaborar de alguma forma com a aprendizagem dos alunos dentro de um dos conteúdos propostos pelo livro-apostila adotado.

A busca posterior por imagens que pudessem despertar maior interesse, não apenas nosso, mas da direção/coordenação do colégio e dos próprios alunos revelou a impossibilidade de nós também utilizarmos a mesma estratégia de convencimento da empresa nas outras propostas: o uso de imagens como forma de melhor divulgar e vender determinada atividade de Estudo do Meio.

Acredito, assim, que o processo de convencimento da empresa, nesta atividade em particular torna-se menos eficiente, uma vez que denota ainda que sutilmente uma certa redução de atenção dispensada a determinadas atividades em relação a outras. Esta diferenciação pode ter diversas origens, mas é possível que estas atividades que

não apresentam fotos em sua divulgação são menos requisitadas pelo público da empresa, que centraliza suas atividades nas opções que proporcionem além de aprendizagem, momentos de lazer e diversão – como aqueles demonstrados nas fotografias.

Esta opção de Estudo do Meio na Nascente do Rio Tietê, ao que parece, apresenta uma característica mais de aprendizagem (vivências de conceitos e fatos trabalhados no cotidiano escolar), em detrimento de suas potencialidades de lazer e diversão. Afinal, não se trata de um parque temático estruturado para receber visitas, mas de um trajeto realizado por diferentes cidades acompanhando o percurso do rio em momentos distintos.

Capítulo 6: O Estudo do Meio e o Lugar

Como já vimos nos capítulos anteriores, a escolha por um determinado local onde se realizará um Estudo do Meio pode ocorrer de diferentes maneiras. As propostas divulgadas pela empresa Promoventos diferem entre si na forma como são apresentadas: ora privilegiando imagens, ora textos com pouca ou nenhuma fotografia do local.

Mesmo entre aquelas que expõem imagens dos locais nota-se uma diferença no elemento destacado nestas: alunos (identificados por uniforme escolar) ou outros visitantes do local com expressões de interesse e felicidade, ou ainda aspectos relevantes de determinados pontos do local a ser visitado, como infra-estrutura organizada, locais de visitação e belas paisagens¹².

As diferentes características e potencialidades turísticas ou de aprendizagem de cada um destes locais são ressaltadas nas imagens divulgadas como forma de atrair, seduzir aqueles que buscam os serviços da empresa, em geral, professores e coordenadores de escolas que se tornam “consumidores” dos locais oferecidos à visitação. Estes locais, por suas singularidades, podem ser tomados como lugares – categoria geográfica bastante complexa que merece aqui ser discutida. Uma discussão que se dará, principalmente, na interface da geografia com o turismo, para o qual a paisagem – importante conceito geográfico - se configura como um recurso a ser produzido, explorado, vendido, e consumido.

6.1-O lugar: em busca de uma definição

O lugar pode ser entendido como o *“resultado de um feixe de relações que soma as particularidades (políticas, econômicas, sociais, culturais, ambientais...) às demandas do global que o atravessa”* (LUCHIARI, 2000, p.107), ou seja, o lugar é resultante das relações que se estabelecem entre as influências externas a ele e suas

¹² Muitas vezes, estes pontos específicos do local, retratados nas fotos atuam de maneira a levar o leitor a tomá-los como parâmetros para pensar o local como um todo.

particularidades que respondem a tais influências de modos distintos. Ou ainda, como nos diz Carlos (1996), o lugar é produzido na articulação contraditória entre o mundial e o particular, sem, todavia anularem-se as singularidades existentes.

A Fenomenologia, segundo Rodrigues (2001), considera o lugar como *“centro de significância ou de um foco de ação emocional do homem... um elo afetivo entre o sujeito e o seu entorno”* (RODRIGUES, 2001, p.86). Para esta autora, o lugar, enquanto categoria filosófica, não é uma construção objetiva, passando a existir apenas a partir do ponto de vista do sujeito que o experiencia, o vive. É, portanto, o referencial da experiência vivida de cada indivíduo, para quem o lugar é pleno de significado, sendo em sua materialidade, particular e único.

Diante dessas definições de lugar sob pontos de vistas diferenciados, acredito que todas elas dizem algo sobre o conceito que deve ser considerado neste estudo: Luchiari e Carlos ressaltam a produção do lugar através da relação deste com os outros lugares, com o global, porém sem que se ignore a permanência das particularidades pré-existentes. Ou seja, mesmo que um lugar seja produzido seguindo padrões (estéticos, funcionais) externos a ele, é praticamente impossível que se anulem todas as suas características singulares (muitas vezes sendo estas as que o tornaram atraente para o “consumo”).

É, principalmente a partir destas singularidades que o lugar adquire importância do ponto de vista daqueles que o buscam, o consomem (seja para atividades turísticas ou pedagógicas), e aqui concordamos com Rodrigues que lembra a importância da vivência de um sujeito no lugar ao qual confere significado próprio, relacionando-o às suas experiências de vida. Ao entrar em contato com um local, ainda que de forma indireta (por exemplo, através de um material de propaganda), o indivíduo realiza uma associação daquilo que vê com seu imaginário, suas fantasias (no caso do turista) ou ainda seus objetivos pedagógicos (no caso do professor que busca a realização de um Estudo do Meio). Quanto mais este lugar, com características e identidade próprias, atender às expectativas de um provável “consumidor” mais atraente ele se tornará.

Desta forma, acredito que estes “lugares pedagógicos” – cuja existência vem sendo criada tanto nas práticas educativas quanto nos sites, folders e demais materiais de propaganda das empresas que vendem Estudos do Meio – se configuram como tais

na confluência das duas definições de lugar acima expostas: tanto por um processo de apontar as diferenças entre o local e aquilo que lhe é externo materialmente (estabelecendo uma relação entre local e global por diferenciação) quanto por um processo de criar uma identificação entre os objetivos educativos e as potencialidades/singularidades do lugar (estabelecendo um “elo de ligação afetiva” entre os sujeitos e os locais).

6.1.1 – O local se torna um lugar turístico...

A partir das particularidades existentes num local, nota-se como este pode se tornar um foco de atração para atividades turísticas direcionadas ao lazer. A partir do momento em que um determinado local é dotado de significâncias próprias capazes de despertar interesse de pessoas exteriores a ele, é possível considerá-lo como um lugar turístico – no qual ocorrem, além das ações do cotidiano, características dos modos de vida, as possibilidades de o visitante vivenciar novas experiências e aprendizagens estranhas ao seu próprio cotidiano. O lugar turístico oferece assim, ao seu visitante, a oportunidade de experimentar o novo, o inusitado, aquilo que lhe é estranho, porém atraente.

Neste ponto, sugiro portanto, uma diferenciação entre as duas palavras local e lugar: sendo a primeira utilizada para designar pontos ou parcelas específicas do território, independente de suas características ou formas de uso; enquanto à segunda atribuo características, valores e significâncias próprias a esta parte do território.

Os fatores de atração dos locais se encontram, justamente nas possibilidades que eles oferecem, no momento em que podem ser chamados de lugares. Além disso, é importante considerarmos que, como já dito anteriormente, a “idéia” construída por cada indivíduo acerca de um lugar desconhecido, a partir de informações visuais ou orais destes, são decorrentes das fantasias e expectativas de cada um. Tais fantasias podem atuar de modo a favorecer ou não a escolha de um determinado lugar a ser visitado mediante os objetivos a que esta visita se direcione.

Não basta, portanto, que as fotos e escritas sobre os lugares (re)produzam espaços equipados com infraestruturas de ótimo nível e programações de atividades de aprendizagem específicas se não corresponderem às intencionalidades do personagem

que busca algo bastante específico neste lugar (lazer ou momentos de aprendizagem). Nesta busca, o indivíduo pode ser considerado um consumidor: o produto a ser consumido é o próprio lugar – enquanto um recorte do espaço geográfico com características e potencialidades próprias, mas que busca se relacionar e atender aos interesses do consumidor.

6.1.2 - ..Mas também pode se tornar um lugar pedagógico

Assim como o turista que busca por novos lugares a visitar, o professor ou a equipe pedagógica também realiza esta busca ao se propor realizar uma atividade de Estudo do Meio com um grupo de alunos. Entretanto há algumas diferenças entre estas buscas, uma vez que os objetivos destes agentes sociais são distintos.

A escolha de um lugar para a realização desta prática de ensino exige que o educador inicialmente responda a algumas questões fundamentais: "o que buscar neste local?", "que tipo de aprendizagens, vivências quero proporcionar aos educandos?", "o que há nesse local que o torna merecedor de ser visitado, o que ele oferece?"...

Ao respondê-las o educador estará considerando além de seus objetivos pré-estabelecidos, as singularidades e potencialidades de aprendizagem do local, que ao ser escolhido mostra, de certa forma, que oferece potencialidades pedagógicas próprias, distintas dos demais locais possíveis de serem visitados, mas que não foram escolhidos.

Um Estudo do Meio pode se realizar nos arredores da instituição escolar (visando expor e buscar soluções a problemas e dinâmicas locais) ou em locais distantes, desconhecidos dos alunos, mas que podem, assim como os primeiros, tornarem-se um "lugar pedagógico", por serem capazes de transmitir algum tipo de conhecimento aos seus visitantes, dadas suas particularidades e dinâmicas próprias.

A realização de um Estudo do Meio envolve sensações diferenciadas da atividade turística, inevitavelmente relacionada ao prazer, à aventura. O intuito de um Estudo do Meio pode também ser este, mas em suas justificativas pedagógicas ele é, principalmente o de proporcionar ao educando a aprendizagem a partir de uma dada realidade a ser (re)conhecida e, mais do que buscar momentos de prazer, ele visa a descoberta e aquisição de novos conhecimentos. No entender do educador, mais do

que uma atividade agradável, uma excursão além dos limites escolares, o Estudo do Meio se constitui como necessário, uma atividade que busca mais do que um lugar turístico: um lugar pedagógico...

6.2- Como fazer para que o lugar desperte o interesse de possíveis visitantes

Que fatores levam um indivíduo ou um grupo de pessoas a se deslocarem do lugar onde moram, trabalham, vivem para outros desconhecidos? O que elas buscam, esperam encontrar ao chegarem ao destino de sua “viagem”?

Provavelmente, as respostas para tais dúvidas podem ser encontradas numa análise mais cuidadosa dos atributos, características de cada um destes locais, elementos cuidadosamente expostos e, porque não dizer, criados e explorados pelas empresas turísticas (como a Promoventos) que realizam propagandas com o objetivo de “vendê-los” a um público alvo específico.

O ser humano é, segundo Rodrigues (2001), um viajante nato, pois suas necessidades e desejos se encontram fora de si mesmo. A autora relembra a visão de Júlio Verne na qual o ato de viajar é responsável pela transição entre a experiência do conhecido e as experiências por conhecer, num processo de busca constante por renovação e superação própria.

Assim, o que atrai o ser humano “turista” a um determinado lugar, antes desconhecido, é exatamente a possibilidade, o desejo de vivenciar situações novas e inusitadas. Reforçando esta idéia, encontramos Urry (1996)¹³, para quem o mais importante, ao turista, é a diferenciação entre prática cotidiana no mundo do trabalho e a prática, do lugar do turismo, onde as regras são, até certo ponto, desnecessárias.

Além disso, existem situações em que as pessoas buscam lugares novos para atender a objetivos específicos que vão além do desejo de se aventurar, como por exemplo, as professoras que buscam apresentar aos alunos lugares capazes de, em algum momento, contribuírem no processo de aprendizagem destes. Lugares capazes de, graças a aspectos e características próprios e singulares, transmitir algum tipo de

¹³ Citado em LUCHIARI, 2000

conhecimento novo aqueles que o visitam, e que podem assim ser chamados de “lugares pedagógicos” .

6.2.1 – Estratégias para a venda do lugar: foco turístico ou pedagógico?

A empresa Promoventos oferece um claro exemplo do princípio anteriormente destacado por Rodrigues e Urry, de que o desconhecido, a possibilidade de vivenciar novas situações é um aspecto de atração bastante forte junto aos visitantes de um lugar, ao divulgar fotos de diversos lugares onde o grupo de alunos realiza uma atividade alheia ao cotidiano escolar, como forma de aprendizagem, conforme vimos anteriormente. Nota-se que, em alguns casos, os aspectos pedagógicos são deixados em segundo plano, privilegiando-se os aspectos turísticos dos locais, bem como o papel da empresa no transporte e organização da atividade de “estudo do meio”, como ela própria coloca.

Pode-se dizer que a empresa utiliza-se de estratégias oriundas das práticas empresariais do turismo, deixando uma visão um tanto reducionista do que seria o Estudo do Meio, enquanto prática pedagógica. Tal visão é minimizada, entretanto, quando se observa que, o material de propaganda divulga pontos estratégicos dos lugares a serem visitados, capazes de reforçar as possibilidades de aprendizagens oferecidas pelos mesmos.

Para LUCHIARI (2000), a atividade turística independe da “vocação natural” de uma região, podendo ser construída artificialmente pelo poder econ mico e político (através da cria o de parques temáticos, de uma natureza artificial etc.). Dessa forma, os lugares que se dispõem a receber visitantes, oferecendo-lhes a realiza o de alguma atividade em particular (seja de lazer ou educacional) v em-se diante da necessidade de se modificar estruturalmente para tanto, através da produ o de pontos específicos (ou estratégicos) no lugar, para que atuem como grandes atrativos   sua visita o.

Esta produ o de espaços, muitas vezes artificiais, ocorre em diferentes pontos do mundo e requer particular aten o, pois se realiza visando um outro processo: o de consumo do espaço. Um consumo decorrente de intensa propaganda realizada de diversas maneiras junto   popula o em geral ou, especificamente em nosso estudo, a

propaganda é realizada pela empresa Promoventos que se propõem a vender opções de Estudos do Meio às instituições escolares, através do convencimento de professores e coordenadores.

Transformado em mercadoria, o lugar oferece a seus “visitantes-consumidores” possibilidades de atividades pedagógicas ou de lazer e, assim como toda mercadoria ou produto a venda, precisa ser escoado (RODRIGUES, 2001), através da incansável propaganda das empresas promotoras que divulgam estes lugares-mercadorias junto a um público específico.

6.3- A venda e o consumo dos lugares

6.3.1 – O consumo do lugar como turístico

Como acabamos de ver, os lugares são capazes de atrair seus visitantes graças às suas singularidades e às diferenças em relação ao cotidiano daqueles que o buscam. Para Damiani (1999), o lugar é acima de tudo, o diferente! Tais diferenças aparecem, portanto, como os benefícios que cada lugar é capaz de oferecer aos que o visitam e são, intensamente divulgados por imagens ou descrições, de acordo como o objetivo da pessoa ou grupo social responsável por esta “venda”.

A empresa Promoventos oferece aos seus clientes diferentes possibilidades de locais a serem visitados em busca de objetivos pré-determinados. Para tanto, estes locais são expostos através de um índice que os identifica pelos próprios nomes¹⁴, os quais, na intenção da empresa, já dizem algo sobre os locais. Ao receberem este atributo inicial, os locais são dotados de significâncias próprias, relacionadas a suas características, o que nos permite chamá-los de lugares.

As imagens utilizadas para divulgar as opções de locais oferecidas pela empresa expõem, ao “consumidor” uma visão apenas parcial, mas fundamental do lugar sugerido: parcial, porque como já dissemos as fotos são pontuais, salvo raras exceções, não se tem uma visão mais ampla, geral do lugar; fundamental porque são valorizadas exatamente as paisagens mais atrativas e direcionadas ao consumo do público, seja ele específico ou não.

¹⁴ Ver capítulo 3 .

Estes consumidores, ávidos por conhecerem novos locais, por viverem novas aprendizagens e vivências vêm-se diante de uma diversidade de lugares a visitar. Este contato é ainda mais comum, no período atual, onde o desenvolvimento tecnológico possibilita uma maior divulgação dos locais turísticos através de propagandas em diferentes meios de comunicação (rádio, TV, internet, material impresso...). Rodrigues (2001) afirma que a tecnologia possibilita, de certa forma que os lugares cheguem até seus prováveis consumidores e os seduza. Uma sedução que, em grande medida, é feita pelas fotografias, cuja credibilidade as torna capazes de dar visibilidade às coisas do lugar, sendo aceitas como prova definitiva do fato (KOSSOY, 2000).

6.3.2 – O lugar pedagógico como mercadoria

Através do desenvolvimento do turismo¹⁵, os lugares são cada vez mais divulgados e encarados como mercadorias simbólicas. Em relação ao Estudo do Meio¹⁶, o consumo do lugar apresenta um objetivo bem definido: a produção de conhecimento através da observação e do contato direto com algum elemento ou dinâmica característica do lugar. Nessa visão, o lugar seria capaz de fornecer explicações de determinados fatos ou processos por si mesmo, ou ainda ser utilizado para a explicação ou demonstração de algo *in loco*.

O contato da empresa com as escolas favorece este consumo específico: ao analisarem as propostas apresentadas, os professores ou a coordenação da escola partem de objetivos já estabelecidos, como o tema a ser trabalhado ou a finalidade da atividade como apenas lazer, e se deparam com as imagens, os textos explicativos que elencam as potencialidades de cada lugar.

Diante das informações disponíveis, faz-se a escolha do lugar a ser consumido por alunos e professores durante a realização do Estudo do Meio que possibilitará aos alunos o contato com uma realidade alheia ao seu cotidiano e rica em conhecimentos a serem descobertos através da vivência corporal daquele lugar. A atividade educativa é, dessa forma, transformada pela empresa em uma opção de mercado, voltada a um

¹⁵ Segundo Rodrigues (2001), a atividade turística corresponde ao 3º produto mundial, perdendo apenas para a o setor petrolífero e armamentício.

¹⁶ Visto aqui como uma atividade que favorece o contato do aluno com a realidade, junto à qual há de se construir um novo conhecimento, ou ainda realizar a busca por soluções para uma situação-problema dada.

cliente específico e exigente: um grupo de professores e alunos que, de alguma forma, buscam (ainda que, para o segundo grupo, não espontaneamente) algum conhecimento a partir do lugar visitado.

O consumo do lugar através do Estudo do Meio tem início quando professores e educadores elegem um determinado lugar a ser visitado acreditando que este, por ser único em aspectos determinados, possa trazer ao seu grupo de educandos a possibilidade de adquirir novas vivências e construir novos conhecimentos indispensáveis no processo de aprendizagem iniciado no ambiente escolar.

Quando se trata de um local desconhecido da equipe docente, em geral, esta escolha ocorre diante das informações fornecidas por terceiros ou pelas próprias empresas que apresentam os lugares a cada escola. Uma apresentação que se realiza mediante estratégias de convencimento que, como já vimos, vão desde a afirmação da confiabilidade e segurança oferecidas pela empresa até a forma como os locais são apresentados. Interessante notar que essa apresentação dos locais para Estudos do Meio é feita com enorme similaridade com as promoções de produtos realizadas em supermercados...

Capítulo 7: Palavras finais

Nesta parte final do trabalho, gostaria de ressaltar alguns aspectos de grande importância identificados no decorrer desta pesquisa.

Começo pelo papel do Estudo do Meio no processo de aprendizagem, e a maneira como ele encontra, no caso analisado, um amplo espaço de inserção neste processo. Esta inserção é possível, a medida que entendemos o Estudo do Meio como uma atividade capaz de responder a alguns dos diferentes princípios formadores elencados no Plano Escolar, em especial aqueles relacionados à formação do aluno enquanto cidadão consciente do mundo que o cerca e das suas possibilidades de interferência neste.

Outro aspecto vinculado à realização do Estudo do Meio que despertou a atenção é a forma como ele é utilizado por empresas de cunho inicialmente turístico como uma maneira de incentivar o consumo dos lugares. Um consumo que vai além dos desejos turísticos de aventura e prazer, mas que encontra seu principal fator de atração nas possibilidades de aprendizagem a partir das características e dinâmicas de um dado local.

E aqui chegamos, talvez, no principal ponto levantado no decorrer deste trabalho: como um lugar é apresentado às pessoas que não o conhecem, como ele é, de certa forma, produzido, criado para que possa atrair visitantes. Visitantes estes que podem ser além de turistas, professores e educadores, que viram naquele local, características únicas, particulares capazes de transmitir algum conhecimento a um grupo de educandos. A apresentação do local – tornando-o um lugar pedagógico – é cuidadosamente elaborada, buscando enfatizar exatamente os aspectos que mais possam interessar ao público alvo, através do uso de linguagens – tanto escritas como fotográficas – que estimulam o imaginário do “consumidor” quanto a suas potencialidades de aprendizagem.

A ausência de imagens fotográficas, em alguns casos, mostra como a propaganda “elege” seus locais de maior atração, especialmente aqueles que oferecem, além da aprendizagem, momentos de lazer, em detrimento de outros.

Curiosamente, no caso da escolha feita por mim e pelas demais professoras, o local, Nascente do Rio Tietê, cuja propaganda não continha imagens, apresentava características diretamente relacionadas mais ao ensino, e que, portanto era divulgado simplesmente através de suas possibilidades pedagógicas. Fica a pergunta: aqueles locais de pouco interesse turístico seriam apresentados de maneira pouco turística, ou seja, sem o aspecto sedutor da imagem fotográfica, bastando o texto escrito para atrair a atenção e o interesse dos educadores? Ou talvez seria o fato de que certos locais são tidos como pedagógicos em si, como as nascentes de rios, não necessitando maiores propagandas e seduções, estando estas últimas já postas nos currículos e práticas escolares?

Assim, é curioso e instigante pensarmos no Estudo do Meio como sendo, além de uma prática pedagógica, um instrumento utilizado na produção dos lugares, por agentes distintos. Nota-se que, uma “simples atividade de excursão” realizada com um grupo de alunos é capaz de movimentar uma dinâmica tão importante nos processos de concepção, produção e venda dos lugares.

Acredito ser de grande relevância destacar que, diante das idas e vindas ao longo de um ano letivo, no qual, por motivos diversos não foi possível a realização de um Estudo do Meio, acabamos por descobrir um aspecto bastante rico, presente, ainda que de forma discreta, nesta prática, conforme comentado no parágrafo anterior. Aliado a isso, a forma de convencimento utilizada pela empresa analisada, também mostra a importância dada à produção de um espaço que, através da ação de agentes determinados, torna-se uma mercadoria a ser consumida. Um fato que, ao meu ver, não deve ser desprezado pelos estudos geográficos realizados na universidade.

Também acredito ser importante que no ensino fundamental este seja um assunto debatido entre os professores da área ou destes com os alunos; o que evidenciaria a necessidade destes professores estarem em contato constante com as produções acadêmicas de sua área de ensino, identificando de que maneiras os processos sociais exteriores às escolas vêm atravessando estas últimas, propondo outras práticas educativas.

Por fim, a despeito das leituras e reflexões feitas neste trabalho e das respostas que busquei dar, diante das interfaces entre turismo e educação no contexto atual em

que esta última vem sendo tornada mercadoria, fica-nos a pergunta: seria a realização de Estudos do Meio que torna um local no espaço geográfico um lugar pedagógico ou seria o olhar educativo dado a um local que o tornaria um lugar pedagógico, sendo então, e só então, passível de ter um estudo de seu meio programado como atividade educativa? Talvez a pergunta seja outra, já subjacente às conclusões deste trabalho: de que modo práticas educativas e práticas turísticas de produção de lugares se entrecruzam na criação destes lugares pedagógicos? Algumas respostas estão dispersas acima, outras estão a ser buscadas...

Referências Bibliográficas

- CARLOS, A. F. A. **“O Lugar no/do Mundo”**. Editora Hucitec, São Paulo: 1996.
- COLÉGIO XXX. **Plano de Ensino Fundamental**, Campinas, 2004.
- DAMIANI, A. L. **“O lugar e a produção do cotidiano”** In **“Novos Caminhos da Geografia”**. Carlos, A.F.A. (Orgs), Coleção Caminhos Da Geografia. Editora Contexto, São Paulo: 1999.
- JACOBINI, M.L.P. **“Metodologia do Trabalho Acadêmico”**. Editora Alínea – 2ª Edição, Campinas, 2004.
- KAHIL, S.P. **“Ensinando geografia: entre o mundo e o lugar, a cidadania”**. In 12º Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino, Curitiba, 2004.
- KOSSOY, B. **“Realidades e ficções na trama fotográfica”**. Ateliê Editorial – 2ª edição Cotia, SP: 2000.
- LUCHIARI, M.T.D.P. **“Urbanização Turística: um novo nexo entre o Lugar e o Mundo”** In **“Olhares Contemporâneos Sobre o Turismo”** – Luchiari, M.T.D.P. (Orgs) – Editora Papyrus, Campinas, Sp: 2000.
- MACAMBIRA, T.P. **“A Fotografia como elemento técnico de apreensão da paisagem”**. , Monografia de Conclusão de Curso, UNICAMP, Campinas, 2003.
- MROCZECK, A. (direção editorial) **“Apostila Dom Bosco de Ensino Fundamental”**. Editora Dom Bosco, Curitiba: 2005.

- PORTELLA, R. & CHIANCA, R.M.B “**Didática de Estudos Sociais**” – Editora Ática, São Paulo:1995.
- **Revista IVIAN**: roteiros pedagógicos, formaturas e lazer, 2005.
- **Revista Promoventos** Nº 11, Citygráfica Artes Gráficas, Campinas: 2005.
- RODRIGUES, A.B. “**Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**”. Editora Hucitec, São Paulo: 2001
- SÃO PAULO (cidade). Secretaria Municipal de Educação (SME-SP): Divisão de Orientação técnica de Educação de Adultos (DOT-SP). “**Estudos do Meio e outras saídas para o ensino noturno**’, Caderno 4: julho, 1992.
- SILVA, T. T. “**Documentos de Identidade**” – Ed. Autêntica, Belo Horizonte: 2004.
- VEIGA-NETO, A. “**Currículo e exclusão social**” *in* - Ênfases e Omissões no currículo – Ana Canen e Antonio Flavio Moreira Barbosa (orgs)– Ed. Papirus, Campinas: 2001.

Sites Consultados

<http://www.promoventos.com.br> <http://estudodomeio.com.br>
<http://www.institucional.turismo.gov.br> <http://www.dombosco.com.br>

CD-Roms

XII ENDIPE – Conhecimento local e Conhecimento Universal (12º Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino), Curitiba. 2004

DOM BOSCO: Material de apoio ao professor – 5ª a 8ª série, Curitiba: 2005.

IVIAN – estudos do meio (material pertencente ao encarte promocional enviado aos colégios).

ANEXOS

ANEXO 1: Proposta cd-rom da empresa Ivian – primeira escolha



BARCO ESCOLA DA NATUREZA

Americana – SP

Objetivos

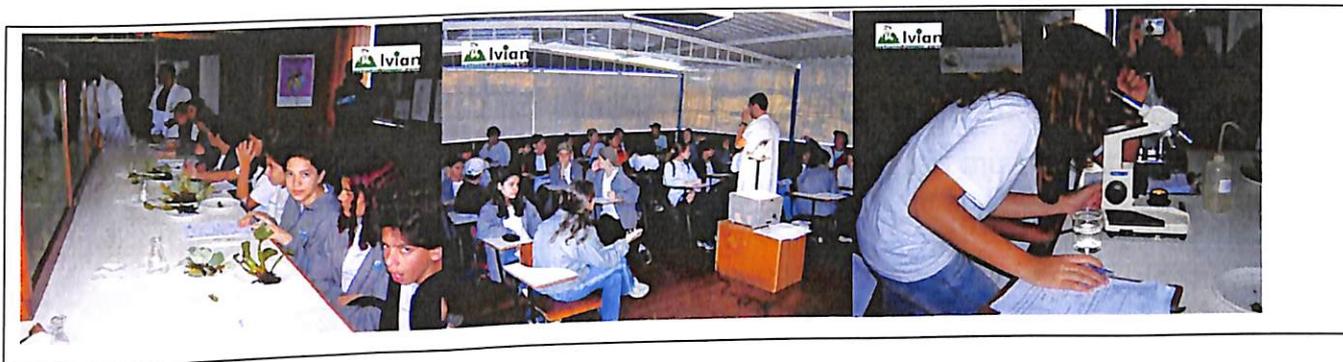
Conduzir crianças, jovens e adultos através da educação ambiental, à conscientização e à importância da preservação do meio ambiente, formando um cidadão com conhecimentos para atuar como defensor da preservação da natureza é o objetivo da ONG - Barco Escola da Natureza.

Atividades Educacionais

Para o desenvolvimento das atividades educacionais, o projeto dispõe de: Embarcação Navegante, para o desenvolvimento das atividades práticas na represa de Salto Grande, e um Barco Fixo com sala de projeção, mini laboratório, sala de recreação e escritório. Os barcos são vistoriados e autorizados pela Marinha do Brasil, além de contar com dois marinheiros treinados e dois monitores educacionais.



Na embarcação ancorada são fornecidas orientações sobre a importância dos recursos hídricos e da preservação do meio ambiente, principalmente os impactos ambientais e exposição de normas de segurança para utilização da embarcação navegante que enfoca os aspectos geográficos da represa, coleta e análise de água e plantas que interagem com a represa, identificações de matas e animais que circundam a represa e os malefícios da poluição. No final há uma interação dos alunos e monitores para esclarecimento de dúvidas.



ANEXO 2: O tema “Água” no conteúdo do material didático adotado

Sumário da Apostila Dom Bosco:

A – GEOGRAFIA

5ª série	6ª série
2º bimestre	2º Bimestre
Unidade 7: “Terra – planeta água” <ul style="list-style-type: none">* Introdução a partir de uma tabela indicativa do consumo da água em diferentes atividades do cotidiano para induzir a realização de um debate sobre o assunto;* A importância da água na vida das pessoas (nos aspectos econômicos, sociais, biológicos...)* As águas oceânicas e suas características / relevo submarino* Riquezas dos mares e oceanos* Águas continentais – rios e seus elementos; bacias hidrográficas; águas subterrâneas* Água pura/poluída* Texto complementar sobre o desperdício de água (artigo da Revista Superinteressante) e interpretação da letra da música “Planeta água” – Guilherme Arantes	Unidade 4: “Águas Brasileiras” <ul style="list-style-type: none">* As belezas naturais do Brasil – em geral locais com muita água* A grande disponibilidade hídrica do país – características da hidrografia brasileira* Bacias hidrográficas brasileiras – aspectos físicos e econômicos* As riquezas que vem do oceano* Qualidade das águas – tipos de poluição* Texto complementar sobre a escassez de água Sugestão de pesquisa e debate: Projeto de Transposição do Rio São Francisco

<p>Material Complementar</p> <p>Projeto interdisciplinar: “Por um mundo melhor” consiste em realizar uma campanha de preservação das águas e conscientização da preservação do meio ambiente</p>	<p>Material Complementar</p> <p>Projeto interdisciplinar chamado de “O rio do meu município”:</p> <p><i>“Realizar uma campanha de preservação de um rio que passe pelo município e promover a conscientização da comunidade escolar sobre os problemas ambientais que ele enfrenta e suas conseqüências para a vida dos seres humanos, da fauna e da flora”</i> – para isso o projeto sugere uma visita ao rio que possibilite a observação pelos alunos do rio e seu entorno.</p>
---	---

OBS: com algumas adaptações os projetos podem se transformar em apenas um a ser desenvolvido com as duas séries.

B – Ciências

<p>5ª série</p> <p>3º Bimestre</p>	<p>6ª série</p>
<p>Unidade 5: “A água”</p> <ul style="list-style-type: none"> * Utilização da água pelo ser humano e sua importância para os seres vivos * Estados físicos da matéria * Ciclo da água na natureza * Interferência humana no ciclo da água * Poluição da água * Doenças de veiculação hídrica * Formas de purificação da água * Higiene pessoal e saúde * Crise de água e o futuro da humanidade 	<p>O tema água não é abordado diretamente por esta disciplina na série indicada.</p>