

# EDUCAÇÃO PARA A MÍDIA: A TELEVISÃO COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO E OBJETO DE ESTUDO

ACCIOLY, Denise Cortez da Silva – UFRN

GT: Educação e Comunicação / n. 16

Agência Financiadora: CAPES

## Introdução

Trata-se de uma reflexão sobre a educação para a mídia<sup>1</sup> tendo como objeto de estudo a televisão como mais um instrumento pedagógico a favor da educação. A educação para a mídia defende uma leitura crítica das mídias: a mídia impressa, a mídia visual e sonora eletrônica e as novas mídias interativas. É definida como uma disciplina científica, interdisciplinar, que se insere entre a pesquisa de comunicação tradicional e a pesquisa pedagógica.

A televisão pode contribuir para estreitar a diferença que existe entre o professor e o aluno deixando este mais próximo da escola e esta mais perto do aluno. Para integrá-la na educação é necessário transformar esse meio em objeto de estudo, ensinar os mecanismos técnicos e econômicos de seu funcionamento, oferecer orientação e recursos para análise crítica dos conteúdos, realizar uma abordagem do conteúdo televisionado partindo de todas as perspectivas: técnica, expressiva, ideológica, social, econômica, ética, cultural, etc. Incluir a televisão na sala de aula, em todas as áreas e níveis de ensino, não para aumentar o seu consumo, mas para melhorar o processo de ensino-aprendizagem, pode ser uma alternativa de ensino-aprendizagem.

Para Prinsloo (2002) a educação para a mídia tem por objetivo específico educar sobre a mídia. Refere-se à cultura popular porque está contida nos textos da mídia, é um processo contínuo e sem fim, portanto “diz respeito à forma como as pessoas usam a mídia para ‘ler o mundo a partir da palavra” (PRINSLOO, 2002,

---

1O termo educação para a mídia pode receber diferentes nomeações que dependem das diferentes tradições e teorias pedagógicas em diversos países. Tem sido chamada de “educação para a compreensão da mídia”, “educação para a conscientização da mídia”, “compreensão visual da linguagem” e “educação para a mídia” (CARLSSON; FEILITZEN, 2002, p.235). Autores brasileiros utilizam o termo “mídia-educação” ou “educação para as mídias”, que se refere à dimensão “objeto de estudo” e tem importância crescente no mundo da educação e da comunicação. Corresponde a *media education* em inglês; *éducation aux médias*, em francês; *educación em los medios*, em espanhol; educação e mídia, em português e comunicação educacional, referente à dimensão “ferramenta pedagógica” (BELLONI, 2001, p.9). A palavra mídia utilizada no Brasil tem origem do termo *medium* (singular) e *media* (plural) que significam meio e meios. Em inglês, os termos são usados para designar um meio (*medium*) e os meios (*media*) de comunicação. A palavra mídia, sem s, antecedida do artigo feminino (a mídia) é mais comumente empregada, tanto no jornalismo impresso, ou nos meios eletrônicos em geral, como o rádio e a televisão (SANTAELLA, 1996, p.24).

p.188). Paulo Freire também discute a distância entre a leitura escolar e a leitura do mundo.

O que quero dizer com a dicotomia entre ler as palavras e ler o mundo? Minha impressão é que a escola está aumentando a distância entre as palavras que lemos e o mundo em que vivemos. Nessa dicotomia, o mundo da leitura é só o mundo do processo de escolarização, um mundo fechado, isolado do mundo onde vivemos experiências sobre as quais não lemos. Ao ler palavras, a escola se torna um lugar especial que nos ensina a ler apenas as ‘palavras da escola’ e não as ‘palavras da realidade’. [...] Você pode pensar nessa dicotomia como uma espécie de cultura do silêncio imposta aos estudantes. A leitura da escola mantém silêncio a respeito do mundo da experiência, e o mundo da experiência é silenciado sem seus textos críticos próprios (FREIRE, 1999, p. 22).

Freire (1979) propõe conhecer a realidade do aluno no sentido de compreender as diferenças culturais e as distâncias lingüísticas existentes na escola e no contexto do aluno, para que o professor possa planejar e executar o curso, selecionar os objetivos educacionais, os métodos de ensino e a própria avaliação do processo ensino-aprendizagem. A realidade que o aluno conhece e vive não é somente aquela empiricamente apreendida; é também, a realidade sonhada, a das idéias, das crenças, das emoções, das aspirações, das fantasias, dos desejos. O professor, quando tenta conhecer a realidade do aluno, costuma dar mais importância aos aspectos empíricos que constituem uma parte desta realidade, e impõe a ela um significado diferente do que o aluno lhe atribui. Desconhece as dimensões simbólicas da realidade, sem o quê é impossível ter acesso ao mundo do aluno e à sua visão sobre o mundo.

Paulo Freire foi um dos primeiros educadores a traçar um conceito de comunicação e sua ligação com a educação. No seu livro Extensão ou Comunicação o autor estabelece uma noção de comunicação que se insere no agir pedagógico libertador. Para ele a comunicação é “co-participação dos sujeitos no ato de pensar”. “O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo” (FREIRE, 1979, p. 66 e 67). Para Freire “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (FREIRE, 1979, p. 69).

Kaplún (1997) denomina a inter-relação comunicação/educação de Comunicação Educativa, cuja função é dar à educação um suporte capaz de qualificar os docentes para que possam adquirir uma competência necessária ao uso adequado

da mídia. Para este autor a relação comunicação/educação pode ser entendida de várias formas, entretanto, pelo menos duas maneiras são preponderantes. De um lado, considera-se o modelo transmissor, que concilia a educação como transmissão de conhecimentos para serem memorizados e aprendidos pelos educandos. De acordo com esta visão os educandos são depositários das informações recebidas. Na visão de Paulo Freire (1983) tal concepção é denominada de educação bancária onde os alunos recebem as informações ou conteúdos de forma passiva, sem questionamentos e a avaliação, por sua vez, vai verificar a assimilação de tais conteúdos, completamente desvinculados do contexto. Nesse modelo a comunicação é entendida de forma unidirecional. A mensagem do emissor é transmitida para o receptor, sem nenhuma possibilidade de diálogo. Ainda, segundo Kaplún (1997), outro modelo educativo fundamenta o processo ensino/aprendizagem na participação ativa dos educandos, considerados sujeitos da educação. Nessa visão, a aprendizagem é um processo ativo de construção e reconstrução do conhecimento. A troca de experiências entre educandos e educadores é condição básica para aquisição do conhecimento. Educar-se é, sobretudo, envolver-se em uma rede de interações. Essa opção tem seu correlato na comunicação entendida como diálogo em um espaço entre o emissor e o receptor, que também se fundamenta no pensamento de Paulo Freire:

E ser dialógico, para o humanismo verdadeiro, não é dizer-se descomprometidamente dialógico; é vivenciar o diálogo. Ser dialógico é não invadir, é não manipular, é não sloganizar. Ser dialógico é empenhar-se na transformação constante da realidade. Esta é a razão pela qual, sendo o diálogo o conteúdo da forma de ser própria à existência humana, está excluído de toda relação na qual alguns homens sejam transformados em 'seres para o outro' por homens que são falsos 'seres para si'. É que o diálogo não pode travar-se numa relação antagônica (FREIRE, 1979, p. 43).

A educação para a mídia implica em uma reformulação da atitude dos educadores que precisam aceitar que não são mais os únicos detentores do saber e que não existe mais uma única forma de ensinar e aprender. O professor compreendido como facilitador de aprendizagens é um intermediário de saberes, praticando uma pedagogia ativa centrada no aluno e que tem um papel decisivo na construção do cidadão crítico e ativo. Para integrar a televisão no processo educativo é preciso atualizar os docentes no desempenho da sua profissão, oferecendo uma formação para o desenvolvimento das competências de percepção, leitura e expressão, nas dimensões técnica, simbólica, cultural e condições para reflexão

crítica das mensagens que circulam na mídia.

A utilização da mídia dentro do espaço escolar depende do conhecimento que se tem sobre as formas de como utilizá-las, quando utilizá-las e por que utilizá-las. Bob Ferguson no seu discurso proferido na primeira conferência nacional de Educação para a Mídia na África do Sul, em 1990, em resposta à questão “O que é a Educação Para a Mídia”, responde:

Sugiro um compromisso de longo prazo com todas as formas de representações da mídia. Diz respeito à forma como as mensagens são reunidas, por quem e no interesse de quem. Diz respeito ao conceito de beleza e ao conceito de comum – com discussão sobre cultura ‘superior’ e ‘inferior’. Também diz respeito à forma de construir mensagens da mídia que são semelhantes às que estão agora disponíveis, e como construir mensagens diferentes; e a forma de adquirir habilidades de produção – do uso da caneta à utilização do gravador e da câmera. É um assunto que deveria estar na pauta de todos os professores e alunos e que não se presta a encontros de curta duração. (...) Pois, acima de tudo, a educação para a Mídia é um exame sem fim das formas como entendemos o mundo e das formas como os outros interpretam o mundo para nós. Antes de tudo, ela precisa ser genuinamente aberta e crítica. (PRINSLOO, 2002, p.188)

De acordo com Belloni (2001, p.46) é a escola que tem condições teóricas e práticas de executar a tarefa de educação para as mídias, pois é responsável pela elaboração das aprendizagens e pela coerência da informação, a escola detém a legitimidade cultural e as condições práticas de ensinar a lucidez e a criticidade às novas gerações. A integração da mídia à escola pode se realizar em dois níveis: como instrumento pedagógico, fornecendo suporte para a melhoria da qualidade de ensino e como objeto de estudo, fornecendo meios para o domínio desta nova linguagem e a forma de expressão que eles introduzem no universo infantil, principalmente em relação à televisão. Cabe à escola capacitar seus alunos a fazerem da TV que eles vêem todos os dias um uso crítico e ativo.

Segundo Geneviève (1998) um dos desafios atuais é confrontar os modos tradicionais de educação e apropriação de conhecimento e a cultura midiática dos alunos, para que a educação sirva para promover ao mesmo tempo o espírito crítico do cidadão e a capacidade de análise do educando. Ainda segundo a autora,

todas as crianças não são iguais frente à televisão, porque ‘a maneira de assistir diferencia muito o que se assiste’: porque a televisão para uns não é mais do que uma ‘boca furada’, não lhes dando acesso à cultura ‘normatizada’ da escola, enquanto para outros, ela é uma alternativa para outras formas de acesso a essa cultura normatizada; porque também, pelo jogo da ‘distinção’ (no sentido de Bourdieu), transmitem muito cedo modelos

de apreciação, atração ou de desinteresse pela gama de produtos culturais veiculados pela telinha. Daí o papel fundamental, mas delicado, da escola e dos professores. (GENEVIÈVE, 1998)

Segundo Fischer (2003) tornar a TV objeto de estudo significa adentrar esse mundo da produção de significações, através do estudo de uma linguagem específica, da análise de um meio de comunicação que se tornou para todos os brasileiros, de certa forma, indispensável, em termos de lazer e informação. O importante é “imaginar possibilidades concretas de análise que dêem conta da TV simultaneamente como linguagem e como fato social” (FISCHER, 2003, p.17). “Apropriar-se desse meio, estudar suas estratégias de endereçamento, de criação de imagens e sons, compreender a complexa trama de significações que aí estão em jogo” (FISCHER, 2003, p. 51) é responsabilidade de todos aqueles que estão envolvidos com o processo educativo. O trabalho pedagógico com a televisão e seus produtos “é de transformá-los em documentos para fruição, investigação e pensamento, retirando-os por instantes daquele conjunto de objetos que olhamos ‘quase sem olhar’” (FISCHER, 2003, p.57).

### **A televisão como objeto de estudo**

Cada novo meio de comunicação incorpora a linguagem do anterior, melhorando e abrindo novos espaços. Assim, a televisão adotou a linguagem do jornal, do rádio e do cinema, utilizando-as de maneira mais ampla e eficaz, principalmente com a introdução de novas tecnologias. A TV se tornou mundial e instantânea, devido às transmissões por satélite, podendo atingir qualquer parte do mundo.

A linguagem audiovisual predominante na mídia, sobretudo na televisão, é conseqüência da aceleração no trânsito de informações, proporcionada pelo avanço tecnológico e se fundamenta na imagem, que é a forma mais poderosa de comunicação. A linguagem da televisão torna-se eficiente porque utiliza a imagem, o som e o movimento para envolver totalmente o telespectador. Estamos vivendo uma cultura da imagem, que não emprega as mesmas regras da cultura do texto escrito.

A televisão foi considerada por alguns autores como a maior invenção do século XX e também a mais polêmica e poderosa de todas. Ela surgiu através de pesquisas de vários cientistas. Desde o início do século XIX havia uma preocupação

por parte de muitos cientistas com a transmissão de imagens à distância. Também foi um século marcado por grandes invenções, onde o ritmo de desenvolvimento foi acelerado. Surgiram novos recursos para a comunicação que eram rapidamente incorporados às descobertas. Ocorreu uma espécie de corrida científica e tecnológica.

A palavra em inglês *television* tem como origem a junção do prefixo grego *tele*, que significa distante, e do termo *vision* e foi traduzido, literalmente, para o português como televisão. Seu suporte técnico é basicamente a transmissão de imagens videográficas através das quais a informação é passada.

Não há como diminuir o poder ou negar a importância da mídia na vida das pessoas. Todos os dias somos bombardeados por informações. A força da televisão resulta mais do código e da linguagem que utiliza que do seu conteúdo. Ao mesmo tempo em que se questiona o conteúdo transmitido pelo meio, nos deixamos envolver pela sua forma. De acordo com Moran (2000) a TV desenvolve formas sofisticadas, multidimensional de comunicação sensorial, emocional e racional, incluindo mensagens e linguagens que facilitam a interação com o público. Ela mexe com os sentimentos das pessoas, utiliza a linguagem conceitual, falada e escrita, mais formalizada e racional integrando a imagem, a palavra e a música dentro de um contexto de comunicação afetiva, com forte impacto emocional, o que facilita a recepção das mensagens.

Para Santaella (1996, p.42) a televisão se caracteriza como uma mídia das mídias, isto é, tem um caráter antropofágico, ela absorve todas as formas de cultura, desde as mais artesanais, folclóricas e prosaicas até as formas mais eruditas: do cinema, jornal, documentário, até o circo, teatro, etc.

A TV é a mais híbrida de todas as mídias, que absorve e deglute todas as outras. Nessa medida por mais que a mensagem transmitida pela TV seja banal, superficial, e esquemática, sua complexidade semiótica é sempre grande. Tudo se dá ao mesmo tempo: som, verbo, imagens, que podem adquirir feições as mais diversas e multifacetadas, além do ritmo dos cortes, junções, aproximações e distanciamentos que provavelmente se constituem num dos aspectos mais característicos dessa mídia. (SANTAELLA 1996, p.47)

Para Moran (2000) os jovens se identificam mais com a linguagem audiovisual dos meios eletrônicos, como a televisão, do que com a linguagem escrita. Isso ocorre porque os meios eletrônicos respondem à sensibilidade (são dinâmicos e mexem com o afetivo e só posteriormente com a razão) e seduzem pela mistura de linguagens, assuntos e conteúdos, e também expressam e traduzem as situações do cotidiano social. A televisão mistura o real com o imaginário. Por meio da ficção ou

da informação atinge os desejos e sonhos, fazendo com que os indivíduos se projetem na ficção, identificando-se mais com a fantasia do que com a realidade.

A televisão desde seu surgimento, causou grande impacto social, tornando-se objeto de estudo de vários pesquisadores. Mas foi a partir dos anos 50 que surgiu o interesse teórico em relação ao fenômeno da televisão como meio e linguagem. Nessa época, surge uma tendência acadêmica, principalmente no campo da comunicação e da semiótica, que passa a estudar a TV em vários aspectos.

Para Mcluhan (1996, p.21) os meios são extensões do homem e seus efeitos estão relacionados à maneira como estes atuam sobre a percepção humana, a partir de suas especificidades técnicas, é nesse sentido que o autor divulga o slogan “o meio é a mensagem”. De acordo com o pensamento de Mcluhan o meio era o elemento constituinte da mensagem, sendo impossível separar os dois. Para o teórico, a mensagem seria, portanto, uma mudança de escala, cadência ou padrão que o meio provoca nos hábitos perceptivos, ampliando e acelerando processos já existentes. Para ele “o ‘conteúdo’ de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo” (MCLUHAN, 1996, p.22). Os novos meios principalmente a televisão, formam a chamada cultura da nova oralidade, substituindo a cultura do livro, essa sucessão não caracteriza necessariamente uma decadência:

Antes da imprensa, um leitor era alguém que discernia e sondava enigmas. Após a imprensa, passou a significar alguém que corria os olhos, que se escapulia ao longo das superfícies macadamizadas do texto impresso. Hoje em dia, no final de tal processo, chegamos a aliar a habilidade de ler velozmente com a distração, em vez de com a sabedoria. Mas à imprensa, a mecanização da escrita, sucedeu no século XIX a fotografia e, em seguida, a mecanização do gesto humano no filme. A isso seguiu-se a mecanização da fala no telefone, no fonógrafo e no rádio. Com o cinema falado, e finalmente com a televisão, sobreveio a mecanização da totalidade da expressão humana, da voz, do gesto e da figura humana em ação (MCLUHAN, 2000, p.159).

A tradição sociológica da Escola de Frankfurt também formulou análises sobre a televisão ao longo dos anos 60. O teórico Theodor Adorno (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) partindo do conceito de indústria cultural, analisa os meios de comunicação e as mercadorias culturais como expressões de uma certa decadência cultural, reflexo e produto da expansão do capitalismo monopolista nos países ocidentais. Na medida em que a “fórmula” substituída a “forma”, desaparecia a

experiência estética e cultural mais profunda, substituída pelo valor de troca dos produtos culturais. Ou seja, ao assistir a um programa na televisão, por exemplo, deve-se levar em conta não o conteúdo específico do produto, mas o consumo de uma mercadoria simbólica que reafirma o telespectador como parte de uma sociabilidade massificada e o torna indivíduo integrado ao sistema capitalista.

A indústria cultural para Adorno e Horkheimer (1985) caracteriza dois fatos: a ação dos veículos de comunicação de massa e o resultado da ação deles sobre o público. A expressão foi criada para diferenciar as manifestações espontâneas da cultura popular ou cultura de massa das manifestações intencionalmente criadas, manipuladas e conduzidas pelos detentores da ordem econômica e social – a indústria cultural. Essa indústria se caracteriza por um conjunto de procedimentos que buscam eliminar ou reduzir as diferenças individuais do público-alvo para conseguir uniformidade ou padronização da massa – massificação. Esta padronização visaria transformar todos em consumidores passivos (e massivos) das mercadorias.

Para Adorno (1985) a televisão, a comunicação e a cultura popular, como um todo, se afirmou como fatores de desestímulo do aprendizado da palavra escrita, do pensamento abstrato e do aprendizado escolar, conseqüência da crise da cultura humanista herdada dos séculos XVIII e XIX da separação entre as ciências humanas e naturais que deixou um grande fosso no pensamento.

Edgar Morin (1999, p. 51) propõe a religação entre essas culturas: “Acrescento que a religação constitui de agora em diante uma tarefa vital, porque se funda na possibilidade de regenerar a cultura pela religação de duas culturas separadas, a da *ciência* e a das *humanidades*” (grifos do autor). A cultura humanística, ainda segundo Morin, compreende a história, a literatura, a filosofia, a poesia e as artes.

Martín-Barbero (2003) cujo pensamento é marcado pela transdisciplinaridade a comunicação lida e incorpora várias áreas de conhecimento como a política, a sociologia, a lingüística, a cultura, a economia, semiótica, a psicologia, etc. Esta visão também é compartilhada por Mattelart (2003, p 9) “os processos de comunicação suscitaram o interesse de ciências tão diversas quanto a filosofia, a história, a geografia, a psicologia, a sociologia, a etnologia, a economia, as ciências políticas, a biologia, a cibernética ou as ciências cognitivas”.

Umberto Eco (2000, p.337) levanta a questão “a quem se dirige a TV e o que o telespectador frui, realmente, quando se encontra diante de um vídeo”. Para



responder a pergunta o autor enfatiza a importância dos estudos psicológicos, para analisar as situações do espectador diante do vídeo, dos estudos sociológicos para verificar as modificações introduzidas pelo exercício contínuo dessa situação nos grupos humanos, bem como tipo de exigências que os grupos dirigem ao meio de comunicação; que recai nos problemas da psicologia social, para avaliar as novas atitudes coletivas e as reações motivadas por um novo tipo de relação psicológica exercida em particular situação sociológica; com todas as conseqüências daí advindas da antropologia cultural, da pedagogia e, naturalmente, da política. O autor italiano reuniu algumas posições críticas sobre o assunto e propôs alguns limites para analisar o fenômeno da televisão, fazendo um cruzamento entre a visão sociológica com a visão da semiótica. Para ele importa analisar o que o público recebe em relação à TV, como fato comunicacional e destaca três elementos: intenções do remetente (da mensagem); as estruturas comunicacionais (o meio e o código da mensagem); as reações do receptor (a situação sócio-histórica do público receptor e seus repertórios culturais para a decodificação da mensagem consumida) (ECO, 2000, p.366).

Para De Certeau (1994, p.93) “analisadas as imagens distribuídas pela TV e o tempo que se passa assistindo aos programas televisivos, resta ainda perguntar o que é que o consumidor ‘fabrica’ com essas imagens e durante essas horas”. Sendo assim, a televisão é um meio que faz parte do contexto social, pertence a uma determinada área não muito conhecida das ciências sociais, que dão mais importância para organizações e problemas mais dominantes e que são mais comuns da sociedade. De Certeau tentou elaborar um esquema para analisar os processos do ponto mais complicado de ser entendido, ou seja, o indivíduo que recebe a mensagem da televisão poderia não estar tão influenciado pelo conteúdo da mensagem, ao contrário do que pensavam alguns teóricos a respeito. O consumo de produtos “os bens culturais” deve ser pensado de acordo com o repertório de operações dos consumidores, que formariam uma espécie de “rede de produção”, na medida em que se “apropriam” ativamente dos produtos.

A recepção é um conceito fundamental na obra de Martín-Barbero (2003). Com ele inaugura-se uma linha teórica que vai constituir a mais original contribuição latino-americana para o estudo da comunicação. O receptor não é um sujeito passivo que recebe as informações de maneira estática, mas é um sujeito dinâmico, questionador e criativo, cuja iniciativa está marcada pela complexidade da vida cotidiana, que vai proporcionar-lhe a produção de sentidos na relação com

os meios. Enquanto as teorias críticas destacam o caráter despolitizado e sem significação da vida cotidiana, por não estar inscrito diretamente na estrutura de produção, Martín-Barbero enfatiza a importância da vida cotidiana como possibilidade de uma nova leitura dos meios. O estudo da recepção busca construir uma análise integral do consumo entendido como o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos, inclusive os simbólicos. O espaço para reflexão sobre o consumo desloca-se para a área das práticas cotidianas. Daí decorre uma nova concepção de leitura que oferece um espaço de negociação de sentidos entre o emissor e o receptor.

[...] nem toda forma de consumo é interiorização dos valores das outras classes. O consumo pode falar e fala nos setores populares de justas aspirações a uma vida mais digna [...] Daí a grande necessidade de uma concepção não-reprodutivista nem culturalista do consumo, capaz de oferecer um marco para a investigação da comunicação/cultura a partir do popular, isto é, que nos permita uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 301).

A proposta central na obra de Martín-Barbero (2003) é sair dos meios para concentrar-se nas mediações. Acompanhar os processos de produção e circulação das mensagens, tendo em vista que o tecido social é veículo gerador desses processos. Martín-Barbero assume uma posição gnosiológica na qual a História, os processos de recepção, os conflitos sociais, as culturas populares, a posse e os usos dos bens culturais, a memória, o imaginário e as resistências constituem pontos essenciais para explicar a problemática da comunicação social na América Latina.

Assim a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimento, mas de re-conhecimento. Um reconhecimento que foi, de início operação de deslocamento metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. [...] Pois na América Latina a diferença cultural não significa, como talvez na Europa e nos Estados Unidos, a dissidência contracultural ou o museu, mas a vigência, a densidade e a pluralidade das culturas populares, o espaço de um conflito profundo e uma dinâmica cultural incontornável (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 28).

Guillermo Orozco pesquisador latino-americano influenciado pelas idéias de Paulo Freire e de Martín-Barbero estabelece um diálogo entre educação popular e as

teorias da comunicação, onde desenvolve uma proposta de mediações múltiplas. Para Orozco (1996) as mediações podem ser classificadas em quatro grupos: individual, situacional, institucional e a vídeo tecnológico, todas fortemente marcadas pela cultura. Para ele a análise de recepção televisiva é uma interação mediada de múltiplas maneiras e que não acontece somente no momento de ver TV, essa recepção é vista como um processo contínuo, que acontece antes do ato de ver televisão e persiste enquanto o receptor recebe a mensagem.

### **A televisão como instrumento pedagógico**

Durante muito tempo, a escola exerceu de forma prioritária a função de transmitir informações e conhecimentos, mas pouco a pouco, esse papel também vem sendo desempenhado, com relativa eficiência, pelos vários meios eletrônicos (rádio, televisão e Internet). Eco (2000, p. 350) afirmou a respeito da televisão: “a TV parece, portanto, ter desviado os leitores superficiais de uma série de leituras superficiais”, não podendo ser culpada pela crise da palavra escrita. A crise da palavra escrita em um país em desenvolvimento, como o Brasil, não pode ser comparada com a de países europeus, por exemplo. É preciso estabelecer uma relação entre a palavra escrita, a televisão, e a posição que esta ocupa dentro de determinada sociedade.

A inclusão da televisão à sala de aula e com sua integração ao modelo de comunicação ativa será aproveitado o que cada um oferece de melhor, deixando de lado suas limitações. Ferrés (1996) destaca que uma das vantagens de incluir a televisão na escola é o fato de tornar o ensino significativo, pois o ato de assistir à televisão é uma atividade que os alunos dedicam a maior parte do tempo e sendo a televisão um elemento decisivo na formação do imaginário coletivo das novas gerações de alunos, então aprender a partir da televisão facilitará e reforçará a aprendizagem porque auxilia o aluno a vincular os novos conteúdos a conteúdos fortemente enraizados em sua mente. Uma outra vantagem é a de prolongar o processo de ensino-aprendizagem para além dos muros escolares, pois ao adquirir na escola o hábito de situar as imagens da televisão dentro de um contexto de comunicação ativa, ou seja, de análise crítica, a reflexão surgirá espontaneamente quando assistirem a imagens semelhantes fora da sala de aula.

No que se refere às informações recebidas através da televisão é

responsabilidade da escola tentar ajudar o aluno a interpretá-las, mostrando o caminho para descobrir a verdade. O professor pode, a partir da informação recebida pelo aluno, seja através da novela, do jornal e de programas infantis, levantar questões quanto ao conteúdo veiculado. Através do questionamento a respeito dos fatos os alunos poderão adquirir consciência crítica do mundo real em que vivem. Para Arlindo Machado:

A televisão é e será aquilo que nós fizermos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa. Ao decidir o que vamos ver ou fazer na televisão, ao eleger as experiências que vão merecer a nossa atenção e o nosso esforço de interpretação; ao discutir, apoiar ou rejeitar determinadas políticas de comunicação, estamos, na verdade, contribuindo para a construção de um conceito e uma prática de televisão. O que esse meio é ou deixa de ser não é, portanto, uma questão indiferente às nossas atitudes com relação a ele. Nesse sentido, muitos discursos sobre a televisão às vezes me parecem um tanto estacionários ou conformistas, pois negligenciam o potencial transformador que está implicado nas posturas que nós assumimos com relação a ela; e 'nós', aqui, abrange todos os envolvidos no processo: produtores, consumidores, críticos, formadores, etc. (MACHADO, 2000, p.12).

Os programas de TV considerados de baixo nível, e que são de grande audiência, devem ser problematizados. Eles precisam ser analisados, dentro da própria escola, de modo interativo e multidisciplinar. A partir daí, tentar construir no aluno a capacidade de análise ao encontrar os momentos em que a cidadania foi violada; em que a exploração do indivíduo foi posta em destaque ou a falta de ética e a exaltação do grotesco foi evidenciada. Ao analisar a mensagem recebida pelos alunos, a escola tenta mostrar que ela pode ser interpretada de modos diferentes. Com isso os alunos, que fazem parte do público, poderão controlar a mensagem e suas variadas interpretações.

O caráter autoritário do verbal da televisão constitui uma preocupação da escola. Levar a TV para a sala de aula, e fazer uma análise de como as coisas são faladas e feitas, estudar as notícias e os conteúdos transmitidos, para questionar sua verdade impõe-se como um imperativo à escola atual até porque a TV é um poderoso instrumento de divulgação e integração de informações e conhecimentos. É necessário alfabetizar as crianças e aprofundar a competência dos jovens para a leitura e análise, em vários níveis, do texto televisual, da mesma forma que se espera que o texto escrito seja lido, analisado, compreendido e criticado, tendo em vista a própria experiência de vida do aluno.

A linguagem audiovisual usada na televisão trabalha com os mitos, com as marcas do imaginário social, que contribuem para a sua própria instituição e modificação do real. Estes meios, através de pesquisas de opinião, procuram atingir o seu público-alvo combinando informações sobre as necessidades de natureza material e simbólica, desejos, sonhos, crenças e fantasias das massas. O discurso da televisão se materializa a partir de seus roteiros de novela, sua propaganda, seleção de filmes e a organização das notícias, que mexem com o nosso campo simbólico, nossas idéias, nossos sagrados, nossas utopias. A TV combina de modo coerente, através da imagem e do uso da linguagem, crenças, mitos, fantasias para seduzir e criar novos desejos e formas de satisfazer necessidades elementares, ou seja, cria um supra-real que aparece como um real ideal, quebrando as nossas resistências racionais.

Sem motivação a aprendizagem não ocorre e a escola não costuma destacar-se pela sua capacidade motivadora. Uma das diferenças entre a televisão e a escola está no fato de que a televisão possui uma enorme capacidade de sedução, mas com risco de despersonalização, enquanto que a escola possui uma vontade manifesta de personalização, mas quase nenhuma capacidade de fascínio. Com a incorporação da televisão à sala de aula e com sua integração ao modelo de comunicação ativa será aproveitado o que cada um oferece de melhor, deixando de lado as suas limitações.

### **Considerações Finais**

A escola deveria ser a responsável por fazer com que tanto as crianças, quanto os jovens e adultos, pudessem passar da cultura primeira à cultura elaborada. A chamada cultura primeira é aquela adquirida fora da escola de maneira informal no processo de formação global do indivíduo. As crianças aprendem muitas coisas diante da televisão, e sentem-se também, por meio dela, parte do mundo. Portanto, ela se torna indispensável na formação geral hoje, mas também possui várias limitações em termos de educação. Ao esquematizar coisas e simplificar fenômenos, ela pode cair na mistificação, e na banalização da cultura, por isso deve ser acompanhada, na escola, por uma análise crítica da mensagem transmitida. É função da escola a educação para a mídia. A televisão se for usada com inteligência, espírito crítico e orientação pode contribuir para a aprendizagem, pois desenvolve habilidades mentais diferentes das desenvolvidas pela leitura e escrita.

Em nossa sociedade, a televisão se apresenta como um meio onde o domínio

dos códigos escritos não é suficiente para a recepção básica das mensagens transmitidas. Com isso, muitos segmentos da sociedade, semi-analfabetos e até analfabetos, puderam ter acesso a conteúdos diversos que antes só seria possível por meio da palavra escrita. Cabe à escola pensar como a televisão realiza a socialização de conteúdos variados (estéticos, informativos, científicos, de entretenimento, etc.) sem passar pela codificação da palavra escrita.

Uma das maiores críticas feitas à escola é seu distanciamento em relação ao contexto das crianças. A escola permanece fechada nas quatro paredes da sala de aula. Ela precisa considerar toda realidade existencial dos educandos como ponto de partida para qualquer proposta pedagógica. As crianças que chegam à sala de aula estão impregnadas de mensagens da mídia, sobretudo da televisão, mas o fato é ignorado pela escola tradicional, para a qual existe apenas uma cultura e um saber, aquele promovido pela educação formal.

A televisão pode ajudar a escola a facilitar o processo de aprendizagem, ampliando e melhorando, através de seus recursos, as próprias dimensões da escola e da educação formal. A TV como grande aliada da educação, pode facilitar a aprendizagem, em todos os seus níveis, e em todas as disciplinas e graus de escolaridade. O problema não é mais se a mídia deve ou não estar presente na escola, mas sim como utilizá-la. Integrar à escola os estudos de educação para a mídia, sobretudo da televisão, como instrumento pedagógico e como objeto de estudo, para gerar ao mesmo tempo o espírito crítico do cidadão e a capacidade de análise do educando. A inclusão, nos currículos escolares, de programas de leitura e interpretação da televisão equivale a ajudar a criança a ler e interpretar o mundo em que vive.

## Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Marx. Tradução Guido Antônio de Almeida. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. Capinas, SP: Autores

Associados, 2001.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia Von (Orgs.). **A Criança e a Mídia: imagem, educação, participação.** São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer.** 4. ed. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** Tradução Pérola de Carvalho. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação.** Tradução Beatriz Affonso Neves. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV.** 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 4. ed. Tradução Rosisca Darcy de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia do oprimido.** 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

\_\_\_\_\_. Uma entrevista polifônica e virtual com Paulo Freire. In: ZACCUR, Edwiges (Org.). **A magia da linguagem.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999, p.13-24.

GENEVIÈVE, Jacquinet. **O papel da comunicação na formação dos professores.** In: I Congresso Internacional de Comunicação e Educação, São Paulo, maio 1998. Disponível em: <<http://www.educomradio.com.br>> Acesso em: 22 jan. 2005.

KAPLÚN, Mário. **La Educomunicación: de médio y fines em comunicaci3n.** Revista Latinoamericana de Comunicaci3n, CIESPAL-Chasqui, Quito-Ecuador, n. 58, Junio de 1997. Disponível em: < <http://www.comunica.org/chasqui/kaplun.htm> > Acesso em: 14 abr. 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunica3o: como extens3es do homem.** Tradução Décio Pignatari. 8. ed. São Paulo: Ed. Cultrix, 1996.

MCLUHAN, Marshall. Vis3o, som e fúria. In: LIMA, Luis Costa. **Teoria da Cultura de Massa: introdu3o, coment3rios e sele3o de Luiz Costa Lima.** 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p.153-162.

MACHADO, Arlindo. **A televis3o levada a sério.** São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Tradução Luiz Paulo Rouanet. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MORAN, José Manuel; MASETTO, Marcos T.; BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas tecnologias a mediação pedagógica**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

MORIN, Edgard. **Complexidade e transdisciplinaridade**: a reforma da universidade e do ensino fundamental. Tradução Edgard de Assis Carvalho. Natal: EDUFRN – Editora da UFRN, 1999.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Televisión y Audiencias**: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones De La Torre, 1996.

PRINSLOO, Jeanne. Educação para a mídia na África do Sul no final do século XX. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia Von (Orgs.). **A Criança e a Mídia**: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002, p.187-215.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.