



TV Cognitiva: alternativa cidadã para a pedagogia popular¹

Eduardo Refkalefsky², Fernanda Pereira³

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro

Nossas conquistas são produto de uma filosofia que jamais será abandonada: educar, informar e entreter, com qualidade, via TV.

Do site da TV Globo

Resumo

Discussão sobre o papel social e a responsabilidade da televisão como meio possível de conhecimento, cultura e formação da cidadania na Era da Informação e do Conhecimento. Comunicação educativa e alternativa. A diversidade do olhar que produz televisão. A periferia como sujeito e como produtora de conteúdo televisivo. A responsabilidade dos cursos de comunicação social das universidades públicas na formação cidadã. O papel transformador da extensão universitária.

Palavras-chave

TV cidadã; Educomunicação; Comunicação alternativa; Pedagogia do Oprimido.

1. Os meios alternativos de inclusão social

Disseminam-se, mais do que nunca, no Brasil, e mais especificamente no Rio de Janeiro, movimentos sociais atentos à questão do desenvolvimento social e formação de cidadania. Discute-se o papel da arte como forma de inclusão social, cultural e educacional. O meio escolhido, o suporte e a forma para a troca de conteúdo — além da velha sala de aula, em cursos e aulas dentro de periferias e favelas — muitas vezes é o teatro, às vezes o cinema. Lonas culturais na periferia⁴; Teatro de Rua⁵ no Centro da cidade; Teatro do Oprimido⁶; proliferação de cursos pré-vestibulares comunitários⁷;

¹ Trabalho apresentado ao GT de Práticas Sociais de Comunicação, do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Professor Adjunto da ECO/UFRJ, Doutor em Comunicação e Cultura. E-mail: ref@ufrj.br

³ Aluna do quinto período de Jornalismo da ECO/UFRJ. Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Rádio e TV, pela ECO/UFRJ. E-mail: fernandapereiraferreira@gmail.com

⁴ Projeto incentivado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, que, desde 1993, leva cultura a periferia através de espaços teatrais feitos de lona.

⁵ Teatro popular apresentado em praças e ruas. No Rio de Janeiro é realizado atualmente pelo ator e diretor Amir Haddad.

⁶ Técnicas teatrais elaboradas pelo teatrólogo brasileiro Augusto Boal, cujo mote é a difusão da arte cênica e o acesso das camadas sociais menos favorecidas.



movimentos como AfroReggae⁸, Nós do Morro⁹, Nós do Cinema¹⁰. Cursos de artes, dança, cultura popular. Grupos de estudos e discussão (SOARES et alii, 2005); ONGs; contadores de histórias.

Diversos são os meios, que proliferam, transformam, informam, agregam, aprendem, ensinam, incluem, levam arte e cultura para além do pão e circo — pois colocam o cidadão numa posição de sujeito, como aquele que tem capacidade de refletir e transformar o seu meio. Detemos-nos, aqui, nos meios de informação, cultura e educação que levam à reflexão. Nos novos meios que chegam aos que, econômica, social e culturalmente, estão na periferia. Detemos-nos, também, nos meios que procuram respeitar e incluir a cultura local e colocar o espectador e educando como sujeito. Nos que atuam mais num sistema de troca do que professoral. Trocar, interagir, usando a cultura local, a informação, as ideologias, as letras, a arte e, acima de tudo, lidando com o imaginário, fazendo pensar e refletir, sem respostas prontas e fechadas, é contribuir para a formação cidadã do homem. É torná-lo ator e sujeito. É não deixá-lo passivo, atônito e apático. É construir desconstruindo. É formar senso crítico.

Professores, livros, teatro, música, dança, artes visuais, fotografia, cinema: apesar de permanecerem elitistas, distantes para a maioria dos brasileiros, de alguma forma esses meios vêm contribuindo para essa formação cidadã, quando alguns poucos profissionais inspirados sobem os morros ou os atravessam. Ou quando essa demanda parte de líderes das próprias comunidades. E a tendência, se analisarmos o histórico político do Brasil, é a de que os governos cada vez mais, de alguma forma, apóiem, incentivem ou ao menos se preocupem com isso. Estão começando a perceber que na Nova Era, na Era da Informação e do Conhecimento, a nação que não se preocupar em levar conhecimento ao seu povo estará fadada à fome — não só de comida — e estará fadada a morrer.

Diversos, como colocado anteriormente, são os ambientes utilizados para levar mais conhecimento, cultura e informação às periferias. Mas ainda não se pensou eficazmente em como utilizar o maior meio de comunicação de massa do Brasil, a televisão, a favor dessa Era do Conhecimento. Programas e tevês ditos “educativos” e “culturais” existem e sempre existiram. Mas nunca tiveram muita audiência.

⁷ Atualmente, no Rio de Janeiro, há cerca de 100 cursos pré-vestibulares comunitários que, além de contribuírem para a democratização do acesso ao ensino e a inserção na universidade de grupos sociais menos favorecidos, discutem cultura e cidadania através de uma pedagogia crítica e participativa.

⁸ Grupo cultural do Rio de Janeiro criado na e para a favela.

⁹ Grupo de teatro do morro do Rio de Janeiro.

¹⁰ Grupo de cinema do morro do Rio de Janeiro.



Apresentam, quase sempre, uma linguagem erudita, incapaz de atingir a um público mais amplo. E alguns programas instrutivos são colocados, muitas vezes, fora do horário nobre, no horário em que o homem do povo precisa dormir, pois no dia seguinte acorda cedo “pro batente”.

Telenovelas que discutem temas da contemporaneidade, como preconceitos e diversidade, estão se tornando comuns. Mas, na grande maioria das vezes, as respostas estão “prontas”, na boca do ator, dadas pelo autor. E com as respostas, os estilos de vida são vendidos da melhor maneira “manuelcarlosdiana”¹¹, que podem até contribuir para a baixa auto-estima dos que não têm acesso ao mundo das soluções perfeitas do Leblon. Baixa auto-estima e falta de acesso a bens — não só físicos, mas principalmente culturais e afetivos — principalmente em se tratando de mentes adolescentes, é uma das maiores causas da violência. Muitas vezes não é uma escolha consciente e demoníaca, mas uma alternativa e uma solução ao alcance, neste meio e imaginário em que os jovens das periferias e favelas das grandes cidades brasileiras estão inseridos.

2. TV Cognitiva

Cognitivo é um termo relativo ao conhecimento, à percepção. É necessário perceber e gerar conhecimento. O desafio se faz presente: como fazer da TV aberta e comercial no Brasil uma TV do conhecimento, ou seja, uma TV cognitiva? Como utilizar o meio de comunicação de massa com maior alcance e abrangência nacional — e por isso o mais democrático — como meio de cultura, informação crítica, reflexão, imaginário e, principalmente, com audiência?

Colocar a TV como vilã pós-moderna e analisar seu papel de puro entretenimento e alienação não é tarefa difícil. Analisar o discurso da TV aberta no Brasil — sua prática social, seus modos de seduzir, sua função hegemônica que reproduz e reforça mitos, as representações falseadas da realidade que servem para legitimar o *statu quo*, a ordem dominante, a Sociedade do Espetáculo (DEBORDE, 1997), com seus efeitos televisivos espetaculares, uma sociedade de meros espectadores — é algo comumente feito por teóricos e acadêmicos da comunicação. Colocar os canais de TV como empresas capitalistas que tem como objetivo e função perseguir apenas a audiência para gerar lucro, liderança e poder, é simplificar demais e assim

¹¹ Manuel Carlos, autor brasileiro, escreve novelas como “Páginas da Vida”, exibida em 2006/2007 na TV Globo. A novela passava-se no bairro nobre do Leblon e trazia personagens marginalizados (um alcoólatra; um aidético; uma menina portadora da Síndrome de Down; uma mulher negra discriminada pela enteada).



deixar de lado um veículo que invade diariamente as casas de brasileiros sem distinção de classe, idade, raça, gênero, espaço.

É necessário analisar e estudar alguns casos e refletir de que forma a TV pode ser uma aliada na contemporaneidade, de que forma ela pode deixar de ser — ou ser menos — alienante e passar a ser mais cognitiva. Não se trata simplesmente de ser educativa, pois nesse conceito estão embutidas fórmulas prontas, telecursos, aulas através do vídeo, e isso ainda é muito pouco. O que interessa são programas que, entretendo, façam refletir; que mexam com o imaginário; em que as respostas não estejam prontas. E mais: que a linguagem seja acessível ao público heterogêneo.

Por que não pensar uma TV do futuro assim? Afinal, os canais de televisão são, acima de tudo, concessões do Estado. É papel do Estado contribuir para a formação de cidadania. E por que não tentar estudar e refletir sobre isso? E por que não tentar buscar alternativas e levantar questões a respeito? Antes de tudo, é necessário tirar o olhar da descrença. Precisamos de um olhar novo para algo que parece velho — novo apenas na aparência, no hardware, com a chegada da “TV digital” e da “TV de plasma”.

3. Pensar a cultura na TV

O conceito de “cultura”, uma TV que leve “cultura” ao invés de alienação às massas, é algo perigoso. Pois falar em cultura é sempre muito relativo, subjetivo e, acima de tudo, pessoal. É perigoso cair em conceitos de “bom” e “ruim”; “qualidade” e “não-qualidade”; “popular” e “erudito”. São considerações por vezes preconceituosas, fechadas e até perversas. É perigoso, acima de tudo, pois a maioria desses conceitos levam a um resultado elitista, geralmente com raízes na aristocracia européia.

É necessário respeitar e ouvir a periferia. É necessário fazer com que a periferia vire sujeito. Ela também é capaz de produzir — e não só assistir. Uma reforma profunda de conteúdo televisivo será possível quando houver representatividade, dentro da TV, das classes e regiões diversas do país. O olhar televisivo, do ponto de vista da produção de conteúdo, para além do olhar dos donos dos veículos e seus interesses econômicos e comerciais, é também o olhar de quem produz, com todas as peculiaridades e especificidades de sua origem e o ambiente social a que pertence.

A verdadeira revolução digital e audiovisual só será possível quando as tevês contratarem comunicadores que não venham apenas das classes favorecidas. Antes de esperar a grande reforma dos ensinos fundamental e médio para que a universidade pública seja realmente para todos e dê acesso democrático a cursos elitistas como o de



Comunicação Social, é papel da própria universidade, em convênio com movimentos sociais, idealizar e realizar projetos de extensão que forme, por exemplo, jovens da periferia em cursos técnicos e prepare mão-de-obra para os veículos de comunicação.

Ora, a universidade pública brasileira é um local de excelência no qual se produzem pesquisas e críticas relativas a transformação da sociedade mas que precisa transformá-la de forma mais pragmática e igualitária, já que funciona não com o recurso do capital empresarial que pressupõe limitações transformadoras, mas com os bens públicos. A aparentemente, mas simples, solução de realizar convênios e formar profissionais através de cursos gratuitos de extensão em comunidades de baixa renda e na periferia, mobilizando a própria comunidade acadêmica, poderia contribuir para um maior interesse e inserção de jovens da periferia na área de comunicação.

Para ilustrar essas possibilidades cognitivas, citamos três casos práticos:

Caso 1 — Na década de 1960, no Uruguai, o educador-comunicador Mario Kaplún provou, com êxito, que era possível fazer comunicação educativa que entretece com audiência. No Canal 12 de Montevideú, produziu e apresentou um programa semanal de opinião intitulado *Mi sala de audiencias*, um programa polêmico, de debates políticos e sociais, com cerca de duas horas. Teórico que preconizava a práxis, deixou um “legado utópico”:

Na sua prática comunicativa Kaplún buscou as mais variadas alternativas de aproximar as populações menos favorecidas do acesso à educação pela comunicação (...). Suas ações foram realizadas no sentido de construir alternativas que servissem para abrir uma via de mão dupla no campo comunicacional. Primeiro fazendo uma crítica à complacência, ao marasmo e a não participação efetiva no processo. Em um retrato fiel de seus pensamentos, “uniu a razão e a poesia, o rigor e o humor”. Foi capaz de compreender que não bastava ganhar simultaneamente receptores sem potencializar os emissores (MELO, 2006).

Caso 2 — Na Finlândia as TVs não dublam programas estrangeiros (a maioria em inglês). Colocam legendas. Este recurso não é aleatório. É consciente. Tem o propósito claro e declarado de fazer com que as pessoas, principalmente as crianças, se acostumem com outros idiomas e tenham mais facilidade em aprendê-los. Este é um recurso cognitivo, que leva a algum conhecimento. Claro que não é algo muito adaptável à situação brasileira, a um país que mal lê o próprio idioma com rapidez. Mas não temos que simplesmente copiar ou adaptar fórmulas prontas como é de costume. Temos que construí-las de acordo com a nossa realidade.



Caso 3 — A minissérie “Hoje é dia de Maria”, produzida e exibida pela TV Globo em 2005, gerou grande impacto no público e na crítica por sua linguagem inovadora. Com elenco de grandes e reconhecidos atores da dramaturgia brasileira, o programa ficcional retratou a cultura popular e o folclore de forma teatralizada e poética na tevê, transpondo o universo do interior brasileiro para a produção televisiva. O programa mexia com o imaginário do público e representava as regiões longínquas e esquecidas de forma primorosa e bela, resgatando cantigas e músicas populares que fazem parte da história folclórica e popular brasileira. Não deixou de tocar nas questões sociais e políticas como a seca no sertão, a exploração infantil e o coronelismo, representado pelo diabo.

4. Conclusão

Os cursos de Comunicação Social no Brasil, hoje, mais do que formar técnicos e comunicadores que aprendam a lidar com a forma e a reproduzir fórmulas desgastadas, precisam formar comunicólogos mais conscientes de seu papel social. A TV cognitiva não é algo que será feito da noite para o dia. Requer tempo. Mas é um assunto que merece ser refletido, questionado, estudado desde já. Não é uma idéia que, para ser colocada em prática, depende de iniciativas apenas dos próprios canais de televisão. Mas também da comunidade acadêmica, dos cursos de comunicação e do poder público, através de convênios, debates e discussões que possam levar essas questões a público, através de pesquisa e publicação de livros a respeito e da inclusão de disciplinas nos cursos de comunicação que tratem deste assunto.

Podemos citar como um campo ainda pouco explorado — ainda mais se tratando de um autor brasileiro — o uso da Pedagogia do Oprimido, de Paulo Freire (2005), em cursos de Comunicação Social. A maior parte da produção acadêmica técnica se limita a avaliar as condições de emissão — equipamentos e linguagem —, enquanto os estudos de recepção se concentram na área teórica ou em alguns estudos publicitários.

A Pedagogia do Oprimido aplicada à televisão apresenta duas abordagens inovadoras principais. A primeira se refere a como a informação pode ser assimilada pelos telespectadores de maneira ativa, levando-os a reconstruir a própria realidade, de maneira crítica. A segunda, mais difícil, trata do processo através do qual o próprio educador aprende. Em outras palavras, de que maneira uma comunicação televisiva, voltada a um público popular, pode levar o comunicador para dentro da realidade dos espectadores e fazer com que ele aprenda também. Para isso, é necessário combater a



idéia de que o comunicador tem um saber — domínio técnico da linguagem e dos meios — superior ao dos telespectadores, e que o processo de aprendizagem seja unilateral. Mas, infelizmente, ainda é um tema pouco explorado.

Referências bibliográficas

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1987.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.
- MELO, José Marques de (org. et al). **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mário Kaplún**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO, Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- SOARES, Luiz Eduardo; MV Bill; ATHAYDE, Celso. **Cabeça de Porco**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.