



A MÍDIA NO PROCESSO EDUCACIONAL. A presença de produtos midiáticos em práticas educativas transdisciplinares nas escolas de Cruz Alta¹

Veronice MASTELLA DA SILVA²
Fabiana ISER³
Berenice BASSO⁴
Daniela LISBOA⁵
Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, RS

RESUMO

O presente artigo é resultado de uma proposta de estudo voltado a identificar nos espaços educativos formais (escolas) de Cruz Alta a presença e/ou uso de produtos midiáticos em práticas educativas interdisciplinares. A pesquisa, ainda em fase inicial, é um projeto PIBIC/UNICRUZ e tem como objetivos aprofundar a teorização a respeito de interdisciplinaridade; identificar iniciativas de implementação de práticas educativas interdisciplinares nas escolas de Cruz Alta, bem como dificuldades e possibilidades; verificar se produtos midiáticos são utilizados em práticas educativas interdisciplinares além de sistematizar experiências implementadas ou em desenvolvimento nas escolas de Cruz Alta (RS)

PALAVRAS-CHAVE: mídia; educação; interdisciplinaridade; jovens; escola.

Introdução

Mesmo entre os que desprezam idéias funcionalistas, é difícil não reconhecer o papel da escola como instituição encarregada de transmitir às novas gerações

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Coordenadora do projeto. Professora e Coordenadora do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). email: vmastella@brturbo.com.br

³ Colaboradora do projeto. Professora do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ, Mestre em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. email: fabianaiser@yahoo.com.br

⁴ Colaboradora do projeto. Professora e Coordenadora do Curso de Pedagogia da UNICRUZ, Mestre em Educação pela UFSM. email: berebasso@terra.com.br

⁵ Acadêmica do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo. Bolsista PIBIC. Email: danielalisboa17@hotmail.com



conhecimentos, valores, modelos de atuação social a serem seguidos. Mas afinal o que é educar? Para Mill apud Durkheim (1955, p.34) é “tudo aquilo que fazemos por nós mesmos, e tudo aquilo que os outros tentam fazer com o fim de aproximar-nos da perfeição de nossa natureza”. A definição é abrangente indicando que o educar pode estar no bojo de diferentes ações, sempre facilitadoras da constante busca da perfeição – conjunto de todas as qualidades e a ausência de quaisquer defeitos.

Até o princípio do século 19, a educação das novas gerações se processava de uma forma natural e simples. A maioria das pessoas passava sua infância e adolescência em suas comunidades ou aldeias, observando os adultos nas suas atividades cotidianas. Assim adquiriam aptidões e atitudes que lhes permitiam adaptar-se à sociedade e, quando adultas, estavam prontas para colocar em prática as capacidades e aptidões desenvolvidas na infância. Tudo o que se aprendia em família durante uma geração servia de modelo à geração seguinte. Na preparação para o trabalho e para a vida, aprendia também a conhecer o mundo, tal como existia para a família e para a sua aldeia. Esse processo se repetiu, praticamente inalterado, por décadas, séculos.

Com a revolução industrial, surgiram mudanças no processo de educar as novas gerações. Tornou-se comum, as pessoas deixarem suas comunidades, nas quais tinha vivido até então, rumando para as cidades, a fim de nelas encontrarem melhores oportunidades. Nos centros urbanos e industriais, as crianças e jovens passaram por processos de aprendizagem de um modo diferente. As escolas completavam ou substituíam a observação do cotidiano. Com o advento da indústria cultural, a sociabilização e a educação das novas gerações ganhou novos contornos. Hoje, a mídia e, em especial, a televisão passou gradativamente a constituir-se num importante referencial de atuação social, embora oficialmente, a principal encarregada de preparar as novas gerações para o trabalho e para a vida ainda seja a escola.

Na visão funcionalista de Durkheim (1995) a educação é um dos instrumentos que possibilita a manutenção do funcionamento harmônico da sociedade e da ordem social. Utilizando-se da moral social que regula as condutas dos indivíduos independentemente da classe social, a educação procura atenuar os conflitos, permitindo assim a continuidade da ordem social. Durkheim (1995, p.34) observa, no entanto, que “a influência das coisas sobre os homens é diversa, já pelos processos, já pelos resultados daquela que provém dos próprios homens: e a ação dos membros de uma mesma geração uns sobre os outros difere da que os adultos exercem sobre as crianças e adolescentes”.



Assim, podemos pressupor, que cada sociedade modela seu sistema educacional de acordo com seus interesses. Na sociedade capitalista, a educação demonstra revelar a ideologia sobre a qual o capital se sobrepõe ao trabalho. O lucro está acima de tudo. Parte deste mesmo sistema, a mídia, também exerce seu papel coadjuvante para a manutenção da ordem social. Defleur&Ball-Rokeach (1993) observam que a era da comunicação de massa corroe as barreiras do isolamento entre as pessoas do mundo, produzindo mudanças significativas na organização e no funcionamento da sociedade. “O televisor e outros veículos de comunicação são novidades em torno dos quais seres humanos organizam suas vidas em modelos diferentes do que jamais ocorrera no decorrer de nossa evolução” (1993, p.42). E essa relação começa na mais tenra idade. Muitos se referem a esse meio de comunicação como “babá eletrônica” ou como observa Condry (1995) que a denomina de “ladra do tempo” pela capacidade de entreter as jovens gerações, bem como de veicular valores e modelos de atuação social.

Condry (1995) relata que, nos Estados Unidos, as crianças começam a ver desenhos animados aos dois anos. Aos seis, 90% das crianças já são clientes habituais da televisão. Codificados de uma forma nítida, ou seja, cada ação é acompanhada por efeitos sonoros particulares destinados a ajudar a compreensão e a prender a atenção, os desenhos animados são facilmente entendidos pelas crianças, mesmo as de mais tenra idade. No entanto, as crianças captam apenas parte do que estão assistindo. Sequências longas, motivações ou intenções das diferentes personagens escapam-lhes em parte. Falta-lhes ainda capacidade de fazer deduções ou compreender o que está implícito. Numa cena de violência, por exemplo, podem concluir que é o mais forte que tem razão, quando na vida real tal hipótese normalmente não é verdadeira. Kerckhove (1997) diz que a televisão ensina as crianças pequenas a “aprender a aprender” de uma forma muito especial, em alguns casos antes de saberem falar e, em muitas famílias de baixo estrato sócio-econômico ou sociedades semiletradas, antes mesmo de terem visto um livro.

... a criança aprende a aprender por olhadelas rápidas. Mais tarde, se a criança está numa sociedade onde a leitura é necessária confronta o novo meio de "aprender a aprender" com o hábito adquirido pela televisão. Tenta compreender a palavra impressa através de olhadelas rápidas. Não funciona. Aprender a ler é um processo difícil, duro (...) O texto requer regras elaboradas e convencionadas para evitar a ambigüidade. Não espanta que precisemos de prática repetitiva para aprender a ler e mais educação ainda para interpretarmos um texto na totalidade. Ninguém precisa de qualquer instrução para ver televisão (KERCKHOVE, 1997, p. 47).



Ainda na década de 60 do século 20, quando centenas de pesquisas foram realizadas, utilizando diferentes técnicas, para verificar a influência dos programas de televisão, especialmente os desenhos animados sobre as crianças, conclui-se que as que vêm muita televisão são mais agressivas do que as que vêm pouco. Resultados de diferentes pesquisas convergiram na conclusão de que os programas televisivos não afetam apenas o comportamento, mas também as suas crenças e valores. Um dos problemas mais graves, verificados nos programas infantis é a apresentação de homens e mulheres em papéis estereotipados, possibilitando às crianças que estão habituadas a passar longas horas em frente da televisão a reproduzir esses esquemas.

Conclusões semelhantes às acima citadas foram obtidas recentemente em estudos realizados no Brasil em que se quantificou cenas de violência e situações eróticas, buscando verificar como tudo isso é percebido pelas crianças. As pesquisas revelaram que a “babá eletrônica” aborda a sexualidade de forma jocosa e discriminatória reforçando velhos estereótipos. As pesquisas, porém, não revelaram apenas mazelas. Alguns programas infantis apresentados na televisão mostram que nos meios de comunicação de massa também é possível unir educação e diversão. O Castelo Rá-tim-bum e X-Tudo são exemplos bem sucedidos de programas infantis que conseguiram unir entretenimento e educação. A existência de bons programas infantis é um aspecto alentador, na medida em que desnuda possibilidades de utilização de maneira mais adequada o enorme potencial da televisão e da mídia como um todo no processo educativo.

2 Inimiga ou aliada?

Transformar a mídia de inimiga à aliada nos processos educativos ainda constitui-se num desafio para a sociedade. A questão é: quem tomará para si essa incumbência? Os diretores de programação, os responsáveis por agências de publicidade, encarregados de fazer funcionar o grande negócio midiático, em especial o televisivo, reconhecem que o principal critério de seleção dos programas infantis é o seu potencial de audiência e não a qualidade. Repassam assim, aos telespectadores, especialmente aos pais das crianças que assistem a essa programação a iniciativa de selecionar os programas que considerarem mais adequados.

Aí surge outra questão: os pais estão devidamente preparados, interessados ou mesmo dispõem do tempo necessário para acompanhar e selecionar os programas que



julgam mais adequados? Seus argumentos são suficientemente fortes diante da avalanche de consumismo e liberalismo despejados pelos programas e comerciais televisivos? Diante da falta de um comprometimento mais efetivo da mídia, ou de boa parte dela, com o processo educativo, verifica-se a necessidade de reforçar na família e nas escolas, mecanismos capazes de vencer o desafio de educar, tendo consciência de que o aprendizado das crianças e jovens de hoje não se limita mais à prosaica observação do cotidiano de sua aldeia. A mídia, especialmente a TV e nas classes mais abastadas a Internet, hoje fornecem inúmeros modelos de atuação social. Se esses modelos são os mesmos que os desejados e/ou oferecidos pela família e pela escola, é que é a questão crucial.

Nos últimos anos vem aumentando significativamente a preocupação com a análise dos meios de comunicação de massa, especialmente a relação que se estabelece entre esses meios e as novas gerações. Não podemos desconsiderar a idéia de que em seu processo de socialização e educação, a criança/adolescente/jovem está sempre em contato com várias instituições: a família, a escola, os amigos, a mídia e que, em diferentes etapas de sua vida, uma ou outra dessas instituições poderá exercer maior influência. Por exemplo, geralmente, quem mais influencia os adolescentes são os amigos, que por sua vez, podem, na infância, ter sofrido maior influência da televisão do que da própria família ou da escola. As propostas da mídia, especialmente a televisiva, tendem a ser mais aceitas, na maioria dos casos, que as propostas da escola. Na escola em geral, o educando recebe modelos de atuação social do professor e de livros didáticos, enquanto na televisão recebe vários modelos, diferentes, inclusive contrapostos. Se estes modelos oferecidos pela mídia são os mais adequados aos anseios da sociedade, é o que precisa ser, continuamente, analisado, para que as outras instituições melhorem suas interferências sociabilizadoras e educativas, a partir do que entendem ser o melhor para as novas gerações.

Os meios de comunicação assim se constituem num campo privilegiado da ideologia, porque, diferente da escola, não demonstram abertamente querer ensinar. Buscam uma relação direta, fácil, próxima, sem dificuldades de interpretação. Portanto, programas de televisão, assim como outros produtos midiáticos, constituem-se como um meio ou instrumento com enorme potencial para sociabilizar e educar, enfim também contribuir para o desenvolvimento da criança. O que aparentemente precisa ser feito, é melhorar o uso dessa tecnologia tão bem aceita pelos educandos, colocando em seu bojo conteúdos realmente mais educativos. Negar à criança ou aos jovens, essa



interação com a mídia, não nos parece que seja a melhor atitude. O desafio está em torná-la uma aliada no processo educacional.

Os produtores dos meios de comunicação, não oferecem uma programação mais educativa, porque, antes de tudo, a mídia é um *negócio*. Também não podemos ignorá-la, uma vez que ela, hoje, também faz parte de nossa realidade. Se na década de 1990, verificou-se uma consolidação das companhias de mídia, com uma segmentação do mercado infantil por idade e gênero, hoje, primeira década do século 21, o mundo da mídia dos jovens e crianças está marcado pelo consumo simultâneo de múltiplas mídias.

Bryant (2009) observa que o crescimento contínuo no número de canais de televisão, especialmente à luz da mudança para a televisão digital, juntamente com as novas tecnologias que possibilitam ao público mais interação sobre o que está assistindo e outras novas tecnologias e aplicativos da Internet, como os mp3 *players*, programas de mensagens instantâneas e os vídeos transmitidos por banda larga estão competindo pela atenção dos jovens e crianças. A publicidade também está adquirindo novos contornos na televisão, filmes e videogames. Determinados produtos estão em praticamente todas as mídias e a propaganda interativa já está sendo amplamente utilizada na Internet, como os *advergames*⁶.

Sob a perspectiva do conteúdo e da programação, tem surgido uma tendência de se adotar a dissolução das fronteiras entre as mídias e focalizar em um produto multiplataforma como uma estratégia de fisgar e manter a atenção das crianças (BRYANT, 2009, p.43).

É necessário, portanto, preparar melhor as novas gerações para que nessa relação inevitável não sejam demasiadamente ingênuos. Assim como a humanidade foi adquirindo consciência de si mesma e das suas relações com o universo. Essa evolução na compreensão da realidade não é automática, nem plena. É necessário dar condições sociais, culturais e econômicas que permitam o desenvolvimento do potencial das crianças e jovens, preparando-os para ler criticamente a realidade, onde também se inserem os meios de comunicação de massa. Portanto, para que o indivíduo perceba, de uma forma crítica, a realidade, mesmo aquela construída pela mídia.

⁶ Advergames são jogos que podem ser utilizados para comunicar uma ideia, apresentar um produto ou uma empresa, mediante uma interação divertida. Esses jogos são mensuráveis. A experiência de cada jogador pode gerar informações sobre o consumidor em tempo real, permitindo compreender seu comportamento e entender suas preferências.



É preciso considerar também, que todo o trabalho de leitura crítica, mostra que as pessoas não são passivas, nem de todo dominadas pelos produtores dos meios de comunicação. Marcondes (1986) entende que o tipo de relação entre receptor e produtor da comunicação de massa é de troca, observando que a grande massa de audiência busca na mídia, mensagens que reforcem suas opiniões ou satisfaçam suas necessidades emocionais, afetivas, sexuais, etc

Assim, buscando não cair, nem no deslumbramento da resistência contra os meios, nem no esquecimento da força de sua dominação ideológica, que se estabelece de forma sutil, sedutora, por vezes imperceptível, é importante não esquecer que o modo capitalista de pensar pode se estender por todas as classes, inclusive as menos favorecidas, que consomem através do desejo, do consumo substitutivo ou do imaginário.

Mas a análise permanece insuficiente, se não percebermos as mediações que se estabelecem entre a mídia e a sociedade. Os avanços da sociedade, acompanhando o modo de produção capitalista está, em parte, vinculado ao seu maior acesso à educação e às diversas manifestações culturais, inclusive as midiáticas. De uma certa forma, a sociedade vai incorporando e desenvolvendo instrumentos de compreensão da realidade, que não absolutamente controlado pelos meios, e que permitem leituras diferenciadas dos mesmos produtos culturais. Essas leituras, ao menos em parte, neutralizam um pouco o impacto ideológico predominante nos meios de comunicação de massa.

É nessas mediações que se estabelecem mediante a comunicação interpessoal e/ou grupal, no âmbito familiar e escolar, pode-se buscar a construção de consumidores mais críticos dos produtos ou bens simbólicos gerados pela mídia. Rechaçar, simplesmente, os maus produtos midiáticos não basta. Ignorá-los revela-se impossível. Talvez o melhor caminho seja buscar uma convivência mais harmoniosa com eles. Estudar os produtos midiáticos ou utiliza-los em práticas educativas articuladas com outras áreas afins, analisando os diferentes aspectos que por eles perpassam, certamente seria de extrema valia para os educandos.

3. A interdisciplinaridade dos produtos midiáticos

A interdisciplinaridade emerge como uma necessidade ou até mesmo saída para a educação atual. Mas o que devemos entender por disciplinaridade? Ivani Fazenda (1994, p.69-70) nos aponta o caminho:



A metodologia interdisciplinar parte de uma liberdade científica, alicerçada no diálogo e na colaboração, funda-se no desejo de inovar, de criar, de ir além e suscita-se na arte de pesquisar, não objetivando apenas a valorização técnico-produtiva ou material, mas sobretudo, possibilitando um acesso humano, no qual desenvolve a capacidade criativa de transformar a concreta realidade mundana e histórica numa aquisição maior de educação em seu sentido lato, humanizante e libertador do próprio sentido de ser no mundo

Na contemporaneidade, a construção social da infância e da própria juventude requer uma melhor compreensão de sua significação. Atualmente, a criança e/ou o jovem encontram-se imersos numa sucessão de fases intelectuais e emocionais. Estão mergulhados num contexto familiar, escolar e midiático que precisa ir além destas fases. Para tanto, é preciso percebê-los como um ser que é corporal, espacial e principalmente, temporal. Esta temporalidade é quem vai revelar as suas reais necessidades, considerando corpo e existência. É preciso encontrar propostas interdisciplinares que consigam fazer a leitura desse tempo e deste ser para atribuir sentido a esta existência. Assim, o educando tem oportunidade de usar a mente enquanto um ser construtor de seu mundo.

Fazenda (2008) observa ainda que interdisciplinaridade é uma nova atitude diante do conhecimento, de abertura à compreensão de aspectos ocultos do ato de aprender e dos aparentemente expressos. A autora chama atenção também para o movimento de integração dos conteúdos que pode ser um primeiro passo na interação entre as pessoas, condição para o desenvolvimento de uma atitude interdisciplinar. Na escola, isso tudo ganha sentido no movimento que vai além das conexões de conteúdos entre as disciplinas, mas na interação professor-aluno, aluno-aluno, escola-família e que pode se estender para a escola e a mídia.

Considerações finais

Considerando a força da mídia na sociedade atual, inserir produtos midiáticos em práticas educativas interdisciplinares nos parece uma atitude oportuna e inevitável. Tal medida poderia desencadear na escola ações voltadas a uma leitura crítica da mídia, ajudando a desenvolver em cada um a percepção mais ativa, atenta, de acompanhamento consciente do que significa conviver com o mundo, alcançando, quem sabe, o que pregava Paulo Freire (1967) quando defendia que não basta ao homem estar no mundo, mas com o mundo. Estar apenas *no mundo* seria o homem acomodado a



ajustamentos impostos, seja por mitos ou pela mídia. Estar com o mundo implicaria num indivíduo integrado com sua realidade, construindo cultura "a partir das relações do homem com a realidade, resultantes de estar com ela e de estar nela, pelos atos de criação, recriação e decisão, vai ele dinamizando o seu mundo" (1967, p. 43).

Estar no mundo e com o mundo pressupõe um homem sujeito que não apenas age, mas também decide. Suas ações não resultam de obediência a imposições, a decisões externas à sua vontade. Nascerem de sua consciência que se constrói mediante interações que devem se estabelecer com a realidade e com os outros homens, em nível de igualdade. Preparar esse novo homem tem sido um grande desafio, especialmente para a família e para a escola. Assim, estudar como a escola vem cumprindo, ou tentando cumprir, essa missão é uma tarefa, certamente, instigante.

REFERÊNCIAS

BRYANT, J. Alison. Como se desenvolveu a indústria da mídia infantil? *In*: MAZZARELLA, Sharon R. **Os jovens e a mídia: 20 questões**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

CONDY, John. **Televisão: um perigo para a democracia**. Lisboa: Gradiva, 1995.

DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DURKHEIM, Émile. Funções da Educação. *In*: **Educação e Sociologia**. São Paulo: Melhoramentos, 1995.

FAZENDA, Ivani Catarina A. **O que é interdisciplinaridade**. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. **Interdisciplinaridade: História, Teoria e Pesquisa**. São Paulo 1994.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura – uma investigação sobre a nova realidade eletrônica**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

MASTELLA DA SILVA, Veronice. **Educar com a mídia & educar para a mídia: uma proposta para melhorar a relação entre educandos e a televisão**. Cruz Alta, 1999 (monografia de especialização).

MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem manipula quem?** Petrópolis: Vozes, 1986.

OROSZCO GOMEZ, Guillermo. **La investigación en Comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: IMDEC, 1997.