



Vol. I nº 1 jan./jun. 2006

p. 221-224

ESCOLA E MÍDIA: QUE CAMINHO É ESTE?

Simone Rodrigues¹

Orientadora: Beatriz Helena Dal Molin²

“Com o advento da cultura da mídia, os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedente de imagens e sons dentro da própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política está reordenando percepções e imagens, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade.”

Douglas Kellner

Atualmente, vive-se em uma sociedade em que a mídia é a principal transmissora de informação e entretenimento. Seja através da televisão, da internet, de revistas, jornais, cinema, busca-se, principalmente, entrar em contato com os acontecimentos do mundo e ter momentos de diversão e relaxamento através das imagens veiculadas por aqueles.

Mas, além de trazer essas facilidades para o cotidiano das pessoas, os conteúdos midiáticos parecem ser elaborados com a intenção de educar os sujeitos de acordo com seus interesses comerciais. Percebe-se isso através da observação de como as modas, meios de vida, comportamentos, padrões estéticos entre outros aspectos que a mídia propaga, estão refeltidos na sociedade.

Podemos pegar o exemplo da imagem de mulher que é veiculada pela mídia. Segundo Baccega (2003, pág. 1):

Ela (mídia) ajuda a construir, por exemplo, uma imagem da mulher e a difunde em sua programação, partindo sempre dos ideais postos presentemente ou virtualmente pela sociedade. Assim, é que só as mulheres boas se casam. Por mulheres boas entendam-se as plenas de virtudes como tolerância e submissão. As demais serão castigadas de algum modo e só alcançarão a plenitude (assim é colocado o casamento) se se redimirem através do sofrimento ou através de algum ‘homem bom’ que lhes dê a mão.

Percebe-se, então, que os aspectos comportamentais de gostos, opiniões, padrões de beleza, maneiras de comunicar, enfim, toda uma série de aspectos inerentes ao

homem, estão sendo, atualmente, ditados principalmente pela mídia, por meio de suas imagens sedutoras, que prometem felicidade a todos os que seguirem o seu discurso.

Mas, isso não é tão óbvio. A programação midiática tem mecanismos que levam a esses resultados. Ela hiper-realiza as coisas, ou seja, usa artifícios para fazer com que o que é mostrado pareça muito melhor do que o é na realidade. Segundo Santos (1985, pág. 13), “O hiper-real simulado nos fascina porque é o real intensificado na cor, na forma, no tamanho, nas suas propriedades. É quase um sonho....Com isso, somos levados a exagerar nossas expectativas e modelamos nossa sensibilidade por imagens sedutoras.”

Sabe-se que a família, a escola e a igreja sempre foram as instituições que ditavam as regras de como as pessoas deveriam conduzir suas vidas. Mas, desde que começou a se integrar na vida diária de toda uma massa social, as instituições midiáticas partilham com aquelas o poder de moldar os sujeitos.

Elas conseguiram, inclusive, superar aquelas nesta tarefa. Afinal, a escola, a igreja e a família, geralmente, calcam suas práticas formadoras na ordem, no medo, na punição, no cumprimento de obrigações - entre outras coisas- de forma direta. Enquanto a mídia tem um discurso sedutor, velado, cheio de promessas de realização de todos os desejos que, muitas vezes, ela mesma inspira. O que ela veicula torna-se automaticamente verdade inquestionável, a ponto do homem contemporâneo sentir-se tão conectado à tecnologia midiática que chega a desconhecer o que não faz parte dela.

Dessa forma, os sujeitos são adestrados quanto à maneira de se vestir, de educar os filhos, de cuidar do corpo, de selecionar os tipos e as marcas de produtos que irão consumir, entre uma infinidade de outras coisas. As vontades vão sendo suprimidas por uma espécie de necessidade de aceitação e adequação que impele os sujeitos a seguirem um único padrão sem questionar se isso lhes é conveniente ou não.

Outro aspecto importante, é o de inversão de valores e apagamento das percepções sobre a realidade do mundo que está a volta. Desta forma, questões secundárias como a vida privada, por exemplo, são mostradas como se fossem os assuntos relevantes na vida de uma sociedade, enquanto que aspectos sociais realmente importantes, como a miséria e a exclusão social, ficam relegados ao segundo plano.

Segundo Coelho (1985, pág. 84):

“... a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a perder ou a não formar uma imagem de si mesmo diante da sociedade, uma das primeiras funções por ela exercidas seria a narcotizante, obtida através da ênfase ao divertimento em seus produtos. Procurando a diversão a indústria cultural estaria mascarando realidades intoleráveis e fornecendo ocasiões de fuga da realidade.

O momento contemporâneo evidencia essencialmente que a mídia faz a mediação entre nós e a mundo, refazendo a representação daquele a seu modo,

transformando-o em espetáculo. E, com isso, consegue vender seus produtos e impor as formas de pensar de seu interesse, tanto sociais, econômicas e políticas.

Não se pode, porém, deixar de salientar que a diversão e a informação propiciadas pela cultura de massas também são importantes para o bem-estar do sujeito, afinal, esses elementos estão presentes de maneira indispensável na vida de todos. Podem, também, possibilitar uma gama maior de opções culturais, maior liberdade para integração com outras culturas e formas de pensamento.

Mas, isso somente se torna possível em uma sociedade em que os indivíduos possuem uma consciência crítica para selecionar os produtos culturais que fossem realmente relevantes para sua formação ou que lhes trouxesse entretenimento de qualidade, sem se deixarem influenciar totalmente por seu discurso sedutor. O que dependeria basicamente de uma educação de qualidade, com acesso a outros bens culturais, como o livro por exemplo, entre outros fatores.

E aqui pensa-se no papel da escola como uma das principais instituições que servem como formadoras e socializadoras do sujeito. Acredita-se que ela deva levar os produtos midiáticos para dentro da sala de aula para serem trabalhados com os alunos. Afinal, além de tudo o que já foi dito, não podemos nos esquecer que hoje em dia as crianças, desde a mais remota infância, estão conectadas à televisão - principal meio cultural consumido -, ao rádio, ao computador, entre outros.

Então, verifica-se que a criança já chega à escola hoje em dia alfabetizada por esses meios. Por isso, muitas vezes, sente dificuldade em se adaptar ao modo de ensino da instituição escolar, com a sua sisudez e seus conteúdos que o aluno sente como completamente distantes de sua realidade, tão diferente da diversão oferecida pelos meios de comunicação de massa. De acordo com Baccega (2003, pág. 2):

“O que se aprende na televisão tem sido cada vez mais importante, para crianças e jovens, do que aquilo que se aprende na escola, uma vez que as fontes de aprendizagem se multimplicam cada vez mais na televisão e mantêm-se restritas no âmbito da escola”.

Por isso, acredita-se que a única forma de formar sujeitos críticos em relação aos produtos ofertados pela mídia, que sejam capazes de usufruir o que ela oferece de bom, contudo, sendo críticos à respeito de suas mensagens, seria levando para a escola esses produtos, utilizando-os para o trabalho das disciplinas. Assim, leva-se o educando a ter maior identificação e prazer com o espaço educacional, pois, esse mostrará que está sintonizado com o seu tempo e com a experiência de vida daquele.

Mas, acredita-se que deve se ter cuidado para realizar tal tarefa. Porque levar a televisão, o vídeo, o computador e outras formas midiáticas para a sala de aula é um

trabalho que tem que ser muito bem planejado para que os resultados sejam satisfatórios. Não adianta utilizá-los apenas para preencher tempo vazio.

Pensa-se, que a instituição escolar deve equipar-se de todas as formas para trabalhar com essa realidade dos seus estudantes, não ignorando o mundo cultural que eles trazem para a escola e seus interesses.

De acordo com Oliveira (2001, pág. 32):

“Seguindo esta trilha, comprometido com o seu tempo, atento às mudanças de mentalidade que surgiram e e surgirão com a era tecnológica, o educador poderá tornar-se um agente transformador dentro da realidade em que vive, um produtor de cultura, um mediador insubstituível no processo de incorporação do cotidiano de seus alunos à vida escolar, no processo de dar sentido às mensagens massivas.”

Nesta perspectiva, pensa-se que não deve apenas criticar os produtos midiáticos, mas, sim, aprender a trabalhar com eles, produzindo atividades que, relacionadas aos conteúdos pedagógicos, levem os alunos a refletirem e entenderem esses mesmos produtos. Desta maneira poderão entender melhor a si próprios e o mundo em que vivem, adquirindo uma percepção crítica quanto à maneira de fazer a recepção da cultura veiculada pelos inúmeros veículos de comunicação e tirando destes o que eles podem oferecer de melhor.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. **Televisão e educação: a escola e o livro**. In: <http://www.eca.usp.br/departam/cca/cultext/comueduc/apresenta/artigo24.htm>. Acesso em 27/05/2003.

OLIVEIRA, Tania Amaral. A importância da “telinha” no mundo contemporâneo e o papel do professor diante das novas tecnologias de comunicação. In: **Revista do Instituto Brasileiro de Ed. Pedagógicas**. Ano 1, n. 2, junho de 2001.

SANTOS, Jair Ferreira. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

SEVECENKO, Nicolau. **Corrida para o século XXI**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

NOTAS

¹ Acadêmica do curso de Letras da Unioeste.

² Doutoranda em Letras.