

Diálogos de Mídia & Educação



ilustração reproduzida da revista Telos – Sín Título, de José Maria Niimura

Televisão Capítulo 5

Diálogos de Mídia & Educação 5

Março/2008

TELEVISÃO

Convivemos com a televisão há muitas décadas, desde quando, na década de 1920, a primeira transmissão de som e imagem foi demonstrada em Londres, na Inglaterra. No Brasil ela faz parte de nossas vidas desde 1948, quando Olavo Bastos Frias transmitiu uma partida de futebol.

Num país em que a população costuma se ressentir de atrasos generalizados em relação a outras nações, a televisão pode representar um real



motivo de orgulho nacional. Tanto em tecnologia de produção e transmissão quanto em conteúdo, o Brasil é líder em qualidade e quantidade de programas – seja no jornalismo ou no entretenimento.

Hoje, a televisão pode ser encontrada em cômodos variados de mais de 90% dos lares brasileiros segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – Abert. Com seis canais nacionais de transmissão aberta, gratuita, e outros tantos por cabo, a qualquer

hora do dia ou da noite a programação oferece conteúdo variado, mas nem sempre aprovado por pais e educadores.

A pergunta é: podemos educar sem considerar a influência da televisão e outras mídias nas vidas de nossos alunos e em nossas próprias vidas? Parece difícil responder que sim.



Alguns estudiosos da televisão e da educação, como é o caso do espanhol Joan Ferrés, afirmam que é necessário ensinar a assistir televisão. Isso porque as crianças são ensinadas a ler e a escrever, quebrando códigos como a escrita e as linguagens. Mas ninguém as ensina a decifrar os códigos televisivos. A influência de uma trilha sonora, da construção de personagens, dos enquadramentos de câmera, são composições de um discurso que nem sempre é compreendido por quem assiste à programação.

Outra dificuldade comum é separar o que é informação, o que é publicidade e o que é entretenimento dentro do menu televisivo. Cada uma dessas áreas tem um código de conduta que às vezes se misturam, às vezes se confundem.

Quem lê, também escreve

A tarefa da educação é preparar para atividades múltiplas. É comum a decepção dos professores pela atitude passiva frente a atividades comuns, como o levantamento de dados na Internet ou a aceitação passiva de verdades construídas em programas de televisão. Bem, a mídia pode dar muitas respostas aos alunos, mas não pode fazer as perguntas por eles. Educar, então, deve preparar os alunos para que consigam selecionar, perguntar e conseguir discernir o que querem, tirando da mídia o estatuto de verdade e atribuindo a ela o lugar de construção da realidade e de nossa subjetividade.

Esse passo pode ser dado em várias instâncias e de forma gradativa. Pra começar, podemos apreciar a programação de uma maneira bem diferente, mesmo aquelas peças que só um aluno escolheria e o professor imediatamente rejeitaria. Faça o inverso, assim, o próprio aluno pode começar a pensar criticamente sobre como se comporta em termos de audiência.

Na Inglaterra, o Departamento de Mídia, Cultura e Esportes lista as habilidades específicas para a educação para os meios:

- distinguir fato de ficção;
- identificar diferentes níveis de realismo entre os diversos gêneros de ficção;

- melhor compreensão dos reais mecanismos de produção, ou seja, o contexto;
- habilidade para diferenciar reportagem pluralista de matérias institucionais no caso do jornalismo;
- capacidade de identificar mensagens comerciais, já que os gêneros se confundem e se misturam;
- consciência dos imperativos econômicos que sustentam a produção de notícias;
- e a habilidade para justificar e explicar suas próprias preferências em relação aos produtos da mídia.

O material inglês já nos dá pistas de como trabalhar o conteúdo midiático em sala de aula. Vamos começar pelo primeiro item: distinguir fato de ficção.

1 – selecione e grave da televisão um ou mais exemplos de programas jornalísticos (trabalham essencialmente com fatos), programas como séries ou telenovelas (trabalham essencialmente com ficção) e comerciais variados (trabalham com a ficção para vender um produto de verdade, que é fato).

2 – exiba trechos de cada um em sala de aula e peça para os alunos identificarem diferenças entre eles. Se necessário, dirija o estudo estabelecendo as categorias de diferença.

3 – depois de estabelecer semelhanças e diferenças, vamos adiante em direção à autoria.

Toda informação tem dono

Uma gravadora de discos exibe como logomarca um cachorrinho ao lado de um velho gramofone. É a antiga marca da HMV, ou His Master Voice. O cachorrinho obedece à voz do dono – a mídia também.

Para cada veículo de comunicação ou cada programa exibido, alguém faz o papel de autor. Ele imprime suas próprias impressões e passa adiante intenções suas e de outras pessoas ou instituições que tenham interesse naquele programa. Com essa ação, se reforçam idéias, se plantam outras novas, se conduzem os telespectadores. Outros bons exercícios são, portanto, identificar possíveis autorias, possíveis interessados em sua divulgação e que idéias tentam disseminar os programas a serem analisados.

Assim como a linguagem escrita é composta de vários elementos discursivos, as linguagens midiáticas também são multicompostas. Essas composições vão determinar a direção de uma mensagem. Separar esses elementos para identificá-los e entendê-los em separado pode permitir, quando reunificados, a melhor compreensão da mídia. Vamos a novos exercícios:

- 1 – Escolha um capítulo de telenovela ou seriado e assista com a turma;
- 2 – Depois, separe-a em grupos e dê atribuições a cada um deles: um vai identificar

a trilha sonora, outro vai identificar os planos de câmera; outro, os cenários e sua composição de objetos, etc. O sintagma televisivo compreendido através de suas partes pode levar à idéia da construção do discurso.

Educar, então, deve preparar os alunos para que consigam selecionar, perguntar e conseguir discernir o que querem, tirando da mídia o estatuto de verdade e atribuindo a ela o lugar de construção da realidade e de nossa subjetividade. É preciso aplicar filtros, como em um funil que deixe passar apenas o que é solicitado, indo do geral ao particular.

Devemos sempre partir do pressuposto que um filme, telejornal ou qualquer outro produto não são transparentes e ao estimular o desenvolvimento das habilidades de leitura desse tipo de linguagem, o leitor passa a apreciar o filme e seus benefícios quando domina seus códigos.

Ler e produzir

O argentino Mário Kaplún disse que gerar emissores ativos contribui para formar receptores críticos. Ele se referia à concepção de comunicação que nos divide em emissores (quem fala) e receptores (quem ouve). Kaplún, assim como outros autores, avança e propõe um sistema circular e não linear.

Na sala de aula, podemos caminhar nesta direção. Enquanto treinamos nossa leitura

midiática, podemos ensaiar no papel de produtores midiáticos. Kaplún reitera que de nada adianta apenas introduzir tecnologia da comunicação na sala de aula. Mesmo com os melhores equipamentos, ensinando inclusive a distância, se não houver uma real mudança em direção a uma concepção crítica e com a participação do aluno, estaremos reproduzindo em outro suporte o que Paulo Freire chamou de "educação bancária". Kaplún diz que os equipamentos sozinhos funcionam como maquiagem para encobrir as velhas rugas do professor que convida o aluno a sentar-se, observar em silêncio e aprender o que ele transmite.

O Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo trabalha com a formação de educadores. De 2001 a 2004, o programa educom rádio produziu com alunos e professores de escolas da cidade de São Paulo, programas de rádio disponibilizados pela Internet, formando 11.375 comunicadores.

Essa atividade é facilmente reproduzida na sala de aula também com o vídeo. A tecnologia de áudio costuma ser barata e de conhecimento dos alunos. A de vídeo, já é acessível a alunos, professores e principalmente deve fazer parte da organização administrativa da escola. Em caso negativo, peça ajuda a uma emissora, à universidade mais próxima, à secretaria de educação. O

professor pode entrar no papel de formar para a escritura dos textos e edição dos demais elementos discursivos (trilha sonora, cenários, entonação do apresentador, escolha dos entrevistados, etc).

Valorize todo o processo: redação, produção, ensaio, gravação e termine tudo não só com a avaliação, mas com exibição para toda a comunidade escolar.

QUESTIONÁRIO INICIAL PARA LER CRITICAMENTE A MÍDIA

Interação

1. Qual é seu programa de televisão favorito?
2. Por que você gosta dele?
3. Que outros programas você costuma assistir?
4. Por quê?

Escolhas

1. Como você escolhe o que assiste na televisão?
2. Você acha que controla seus hábitos de audiência?
3. Você escolhe os programas pelo tipo, elenco, pelo canal?
4. Você tem a tendência de escolher programas semelhantes ou diversos?

Conteúdo

1. Como você descobre novos programas na TV? Na própria programação, em outro tipo de mídia, ou quem sabe numa conversa entre amigos?

Depois de discutir essas questões com a turma, explique que os programadores querem “pescar” as pessoas para sua programação. Eles o fazem de diversas formas, mas sempre de maneira muito bem pensada para que você seja um telespectador assíduo àquele canal. Explique para a turma e faça mais exercícios. Peça para trazerem, recortado do jornal, a programação de canais de TV. Procure as seguintes estratégias de programação nelas:

1. **programação-barraca:** colocar um programa forte de audiência entre dois fracos;
2. **programação-rede-de-dormir:** colocar um programa fraco entre dois fortes;
3. **programação-faixa:** colocar o mesmo programa, no mesmo horário, todos os dias.
4. **programação-de-atração:** colocar episódios especiais, mais longos ou com participantes famosos para aumentar a competição com os outros canais.
5. **programação-bloqueio:** colocar vários episódios do mesmo programa um atrás do outro, como as maratonas de desenho, etc.
6. **programação-ponte:** começar o próximo programa de maior audiência que o anterior, cinco minutos mais tarde do que o de costume,

para que a pessoa assista um pedaço daquele que não costuma.

7. Tente, ao final, identificar outras estratégias não descritas.

Para saber mais:

Televisão e educação, de Joan Ferrés. Editora Artmed.

Vídeo e Educação, do mesmo autor e editora.

Televisão subliminar, também de Joan Ferrés e da editora Artmed.

Blog de Mídia-educação, de Alexandra Bujokas: <http://midiaeduc.zip.net/>

Ateliê da Aurora – criança, mídia e imaginação, da UFSC: <http://www.aurora.ufsc.br>

Núcleo de Comunicação e Educação da USP - <http://www.usp.br/nce/>



Este material também está disponível no MONITOR DE MÍDIA.

<http://www.univali.br/monitor>

Exercícios adaptados de Media Literacy Workbook, de Kimb Massey.

Redação: Valquíria Michela John e Laura Seligman

Endereço para contato: Rua Uruguai, 453

Itajaí-SC – Bloco 12 – sala 306

Endereço eletrônico:

monitordemidia@yahoo.com.br