

Educar para os *media* a pretexto do Mundial de Futebol

Sara Pereira*

O Mundial de Futebol, mais precisamente, a informação produzida e difundida pelos meios de comunicação social a pretexto deste acontecimento, pode ser um bom ponto de partida para promover a educação para os *media* nas salas de aula e uma forma de motivar os alunos para a aprendizagem. A ligação da acção educativa com a experiência vivida dos alunos é considerada, por muitos pedagogos, uma condição do sucesso da aprendizagem. Por maioria de razão, o será numa matéria como esta, relacionada com o Campeonato do Mundo de Futebol.

Sendo um acontecimento que congrega muitas atenções e interesses, mesmo por parte dos mais novos, por que não aproveitar esse interesse para analisar e estender a experiência das crianças e dos jovens com os *media*, desenvolver as suas capacidades críticas e a sua curiosidade, no sentido de começarem a questionar o que vêem, lêem e ouvem e o que já sabem ou conhecem? Os processos de construção da realidade a que os *media* recorrem pressupõem competências de leitura e de análise que temos de considerar na formação das crianças e dos jovens.

A esta formação tem sido dada a designação de Educação para os *Media*. De uma forma geral, este conceito internacionalmente consagrado diz respeito ao conjunto de teorias e práticas que visam desenvolver a consciência crítica acerca das produções mediáticas e do papel dos *media* na sociedade e a capacidade de iniciativa face aos meios de comunicação social. Envolve também a com-

* Doutorada em Estudos da Criança. Professora da Universidade do Minho.

preensão das práticas mediáticas diferenciadas, as interacções, as motivações e as expectativas que as determinam (e pelas quais são determinadas). Envolve ainda a compreensão dos *media* como uma realidade socialmente construída, isto é, a compreensão de que a actividade dos *media* é, por natureza, um trabalho de construção, de representação, de selecção, de hierarquização, ou seja, de construção social. A acrescentar ainda o contributo que uma educação a este nível pode dar para a tomada de consciência dos direitos e dos deveres dos cidadãos face à comunicação social.

Tendo como base estes objectivos, a abordagem dos *media* (nas instituições educativas) poderá contemplar seis vertentes sistematizadas num importante trabalho desenvolvido pelo *British Film Institute*, em Inglaterra, sob a coordenação de Cary Bazalgette: as instituições mediáticas; as categorias de textos que produzem; as tecnologias a que recorrem; os códigos e convenções das respectivas linguagens; os diferentes modos como representam a realidade e as práticas sociais de consumo e relação com os *media*.

Estas vertentes são vistas como interdependentes: cada uma é uma porta de entrada para determinada área de educação para os *media* e cada uma invoca, necessariamente, todas as outras. A esquematização destas vertentes pode ser um importante contributo para os agentes educativos que pretendam promover nas suas salas de aula, com os seus alunos, a educação para os *media*, tendo como pretexto ou motivação a informação difundida pelos meios de comunicação sobre o Mundial.

Estas seis vertentes podem ser enquadradas em três grandes áreas de abordagem dos *media*:

- os *media* como campo ou objecto de estudo, ou seja, compreender os *media* como instituições sociais específicas e o seu impacto na vida social (aprender acerca dos *media*);
- os *media* como um conjunto de recursos diversificados para o ensino-aprendizagem das diversas matérias escolares, podendo contribuir para o enriquecimento do processo educativo. Trata-se de utilizar os produtos dos *media* para promover a reflexão e análise acerca de um determinado aspecto do programa (aprender com/através dos *media*);
- os *media* como meio de comunicação e de expressão, procurando valorizar as experiências conducentes à produção de formas e meios de expressão e comunicação (trabalho de concepção e de realização de meios de comunicação pelos próprios estudantes – aprender a utilizar os *media*).

Um aspecto essencial a ter em conta neste trabalho é o facto evidenciado por diversos estudos de que os meios de comunicação social são uma realidade socialmente construída. Isto significa que a abordagem dos *media* deve ter em consideração os processos de construção, os objectivos, a perspectiva selec-

ASPECTOS - CHAVE DA EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA

VERTENTE	QUESTÃO CENTRAL	ASPECTOS A CONSIDERAR
Instituições	Quem comunica e porquê?	Profissionais e organizações que produzem os textos mediáticos; natureza das empresas; propriedade e controlo; quadro económico e social em que se inserem; diferentes formas organizativas; diferentes papéis no processo de produção.
Categorias	De que tipo de 'texto' se trata?	Diferenciar os vários meios de comunicação (imprensa, rádio, TV, cinema, etc.) e as respectivas especificidades; formas e géneros de 'textos'; relação entre a categorização e a compreensão; visão de conjunto da 'oferta' de cada meio de comunicação e análise comparativa dos <i>media</i> no seu conjunto.
Tecnologias	Como é produzido?	Tipos de tecnologias e respectiva incidência na construção de significados; relação entre tecnologias, capital e propriedades; virtualidades artísticas do uso das tecnologias.
Linguagens	Como sabemos o que significa?	Modos convencionais de produção de sentido (ex.: cortes para a construção da noção do tempo, técnicas de <i>flashback</i>); códigos utilizados; partes de que se compõe um 'texto' (sequência, estrutura).
Representações	Como é retratado um determinado assunto?	Relação entre os conteúdos dos <i>media</i> (por exemplo: problemas, valores, <i>status</i> social e estilos de vida valorizados) e o que se passa na vida real; estereótipos e as suas consequências; ficção e realidade: realidades nunca ou pouco representadas ou abordadas.
Audiências	Quem recebe o texto e que tipo de significado lhe atribui?	Disparidades no acesso aos <i>media</i> ; experiências de leitor telespectador, etc., próprias e do mundo próximo; gostos e preferências (de programas, géneros, pessoas...); diferenças e pontos comuns; influências do consumo dos <i>media</i> ; tipo de interações com os conteúdos; tipos de utilização de cada meio de comunicação; relação entre o uso dos <i>media</i> e o conjunto de práticas sociais.

Adaptado de C. Bazalgette (1989), *Primary Media Education: a Curriculum Statement*. London: British Film Institute, p. 20.

nada para abordar os assuntos, o que é dito mas também o que não é dito. Tomando as notícias sobre o Mundial como matéria de análise, será possível levar os alunos a verificar que o tipo de situações tratadas e acompanhadas com mais frequência atende, inevitavelmente, a determinados critérios de representação, selecção e hierarquização. A percepção deste carácter produzido da informação reveste-se de grande importância numa educação a este nível. Um outro aspecto a considerar diz respeito a um dos objectivos sistematicamente referidos no âmbito da educação para os *media*. Como vimos, o termo “crítico” aparece intimamente ligado à promoção de uma educação a este nível. Os autores que se debruçam sobre esta matéria nunca descrevem o objectivo fundamental da educação para os *media* em termos de aquisição de conhecimentos sobre os *media*, mas antes no sentido de emergência do pensamento crítico do aluno. A capacidade crítica é considerada uma das principais categorias do pensamento, ao lado do pensamento criador, da resolução de problemas e da tomada de decisão. O pensamento crítico distingue-se, sobretudo, pelo seu carácter reflexivo e pelo facto de ser fundamentalmente um pensamento centrado na avaliação. Neste sentido, coloca-se em evidência o papel determinante das estratégias pedagógicas utilizadas no ensino dos processos de emergência do pensamento crítico dos alunos. Considera-se que a aquisição de conhecimentos não conduz natural e necessariamente ao desenvolvimento do pensamento crítico, como por vezes se tende a crer. Para que o aluno desenvolvesse verdadeiramente o pensamento crítico, é necessário defini-lo como um objectivo central do processo de ensino-aprendizagem.

Para terminar, importa referir que, a par dos contributos que a educação para os *media* pode dar para as áreas de conhecimento referidas anteriormente, esta componente de formação constitui também um campo de desenvolvimento pessoal e social, bem como uma forma de promover a acção e a participação numa perspectiva de educação para a cidadania.

Bibliografia

- PEREIRA, S. (2000). *A Educação para os Media Hoje: Alguns princípios fundamentais*. Separata da Revista *Cadernos do Noroeste*, Vol. 14 (1-2), pp. 669-674.
- PEREIRA, S. (2001). “Educação para os media e cidadania.” *Cadernos de Educação de Infância*, 56, 27-29.
- PIETTE, J. (1996). *Éducation aux médias et fonction critique*. Canada – Paris: L’Harmatan.
- PINTO, M. (1988). *Educar para a Comunicação*. Edição do GEP-ME.
- PINTO, M. (1995). “O currículo escolar e os media: Educar para um uso crítico dos meios de comunicação social,” in A. Carvalho (org.). *Novas Metodologias em Educação*. Porto: Porto Editora, pp.105-134.