

A TELEVISÃO COMO AGENTE DE EDUCAÇÃO INFORMAL

Ana Cláudia Valério¹

RESUMO: A presença cada vez maior dos meios de comunicação social de massa na vida das pessoas nos faz questionar se a formação do sujeito ainda é tarefa exclusiva da escola. Há a necessidade de se compreender a educação num sentido mais amplo, adquirir uma visão menos simplista. Na sociedade na informação as pessoas estão aprendendo conhecimento através dos meios de comunicação audiovisuais, sendo o principal deles a televisão. Nesse sentido, faz-se necessário discutir as relações entre televisão e educação, afinal a escola não tem conseguido lidar com este meio de comunicação tão presente na vida dos alunos. Nesta relação educação/comunicação, pressupõe-se que a mídia, em especial a televisão, atrai e encanta muito mais os alunos do que a escola, o que implica compreender o contexto e os mecanismos utilizados por esta caixa mágica, que chamamos de TV. Bem ou mal, a televisão forma, já que dissemina pensamentos, atitudes, ideologias, contribuindo para o processo cognitivo do sujeito. Compreender a TV como agente educativo, portanto, é urgente, já que ela contribui para a formação do sujeito.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Educação Informal; Formação do sujeito.

TELEVISION AS AGENT OF INFORMAL EDUCATION

ABSTRACT: The increasing presence of media mass in people's lives makes us question whether the formation of the subject is still exclusive task of the school. There is a need to understand education in a broader sense, acquire a less simplistic. In the information society people are learning knowledge through audiovisual media, the main one being television. In this sense, it is necessary to discuss the relationship between television and education, after school has been unable to cope with this medium so present in the lives of students. In this respect education / communication, it is assumed that the media, especially television, attracts and delights far more students than the school, which entails understanding the context

¹ Mestre em Educação (UNIOESTE), Graduada em Comunicação (UEPG) e professora do Colegiado de Comunicação Social da FAG (Faculdade Assis Gurgacz). E-mail: anavalerio23@hotmail.com

and the mechanisms used by this magic box we call TV. Good or bad, the way television since spread thoughts, attitudes, ideologies, contributing to the cognitive process of the subject. Understanding the TV as educational agent, so it is urgent, since it contributes to the formation of the subject.

KEY-WORDS: Television; Informal Education, Training the subject.

I INTRODUÇÃO

O primeiro aspecto a considerar quando se discute o papel educativo da televisão é qual compreensão que se tem de educação. Aqui educação entendida num sentido mais amplo, como uma educação libertadora, como prática de liberdade, como visão de mundo e permeada por uma comunicação dialógica, na concepção do educador Paulo Freire². Por sua vez, esta compreensão de educação é compartilhada por Ruiz (1992),

[...] entendemos por "educación" todos los procesos de enseñanza aprendizaje que consisten a su vez en procesos de transmisión de información y conocimientos, de representaciones y esquemas cognoscitivos sobre la realidad y los "mundos posibles", de sistemas de valores y patrones de comportamiento que a su vez generan actitudes, opiniones y hábitos (RUIZ, 1992, p.102).

Orozco-Goméz (1997 apud SANTOS, 2007) assevera que é necessário deixar de qualificar a educação enquanto instrução, "aprendizagem como produto apenas do ensino, educando apenas como alunos e conhecimento como saberes fragmentados" (p.75). Isso quer dizer que a educação ultrapassa os muros da escola, o ambiente familiar, que somos educados e aprendemos algo em cada uma das interações com pessoas, meios e situações do cotidiano.

Ao se analisar a educação nesse sentido mais amplo, Ruiz (1992) aponta três modalidades: a educação formal, não-formal e informal. Segundo ele, a educação formal é o sistema educativo sistematizado, ou seja, a educação obtida na escola. Educação não-formal é toda atividade organizada, sistemática, realizada fora do sistema formal, mas que também promove aprendizagem. E por fim, a educação informal é entendida como:

El proceso de toda la vida por el cual cada persona adquiere y acumula conocimientos, habilidades, actitudes y comprensión a partir de la experiencia

² Discussão presente nas obras: *Educação como prática da liberdade* (1967); *Pedagogia do oprimido* (1970) e *Extensão ou Comunicação?* (1971).

diaria y mediante la exposición al medio ambiente – en casa, en el trabajo, en el juego; del ejemplo y actitudes de la familia y amigos; de los viajes, leyendo periódicos y libros; escuchando la radio o viendo cine y televisión (COOMBS; MANZOR apud RUIZ, 1992, p.100).

Na educação informal os meios de comunicação não são os únicos agentes mediadores, mas todas as experiências que o indivíduo passa durante sua vida. Apesar disso, eles acabam se constituindo como as principais influências. Citelli (2000, p. 30) afirma que não é mais possível falar em educação sem pensar em comunicação, “de modo que tratar de forma socialmente responsável do rádio, da televisão, do jornal, da Internet, enfim, das mensagens midiáticas implica estar atento às questões educacionais”.

Neste artigo, portanto, serão consideradas as relações entre a Educação e a televisão, tendo como ênfase a televisão como agente de educação informal.

E nesta relação, parte-se da hipótese de que os meios de comunicação, em especial a televisão, possuem características muito atrativas aos alunos, sendo necessário compreender como esse processo se configura, analisando os elementos dos quais a linguagem televisiva se apropria, compreendendo também em que medida a televisão tem potencial ou se conforma como uma agente de educação informal.

2 A TELEVISÃO COMO LAÇO SOCIAL

Antes de discutirmos os mecanismos de sedução utilizados pela televisão é imprescindível considerar o papel que ela ocupa na sociedade. Como afirma Baccega (2002, p.8), esta se caracteriza pela sua complexidade.

A mensagem televisiva é apenas um território onde se cruzam numerosas influências que vão da cultura aos gêneros. A forma da mensagem é a aparência de que se reveste em um determinado momento o produto do que foi produzido no encontro com aquele que interpreta.

Isso quer dizer que é impossível estudar televisão sem considerar a constante negociação cultural que existe na sua relação com a sociedade. Nesse sentido, Canclini (2003, p.19) traz o conceito de hibridização, definida como resultado dos “[...] processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”.

Baccega (2002, p.7) complementa que também implica ponderar sobre o contexto cultural em que ela está inserida, a utilização que ela faz de aspectos da cultura que conduzem tanto o emissor quanto o receptor. “Um desses aspectos é a assimilação que a televisão faz dos componentes populares da cultura, assenhoreando-se deles a partir de suas linguagens, devolvendo-os sob a roupagem do sistema ao qual a TV serve”. Segundo a autora, ninguém está livre desse sistema, todos são “engolidos” por ele, e somente dessa forma se torna coisa pública.

Na verdade, é fundamental que tomemos consciência de que se trata de um campo de decisões tão ou mais importante que outros, pois a televisão, no Brasil, tornou-se um espaço público privilegiado. É nela e quase só nela que a sociedade aparece. O que não sai na TV não tem existência social (BACCEGA, 2000, p.6).

Essa realidade, de acordo com Wolton (1996), se deve à relação que a televisão possui com a sociedade. Ela afirma que no Brasil a TV tem um papel de laço social, por ser assistida por todas as classes e por se constituir como um espelho da identidade nacional.

Ela é fator de identidade cultural e de integração social. [...] A cultura da televisão é, até hoje, o laço entre as classes sociais, sem contudo substituir a luta de classes, como dizem alguns! Ao contrário, no contato bem particular com a mestiçagem entre negros, índios e brancos, ela ofereceu bem cedo o antídoto contra o inevitável aumento do racismo. Ela também amorteceu os efeitos da ditadura militar. (WOLTON, 1996, p.155)

A tese da televisão como laço social se confirma com o exemplo das telenovelas, com o envolvimento que o telespectador tem com o folhetim. Elas são comentadas, há a identificação com os personagens, acompanhamento dos desdobramentos da trama, num movimento em que realidade e ficção se entrecruzam, uma influenciando a outra. “A prova dessa apropriação pelos públicos se vê, sem dúvida, na maneira como os roteiros evoluem. A interação que se estabelece aí entre os roteiristas e os públicos reforça a outra originalidade dos folhetins, que visa misturar mundo fantástico e realidade social” (WOLTON, 1996, p.164).

Essa interação explica em parte o sucesso da televisão e sua onipresença no cotidiano do brasileiro, de tal forma que acaba condicionando a organização da rotina familiar. Para Porto (1995), a TV faz parte da família, participando das relações como qualquer outro membro. Ferrés (1996, p.8) completa que “depende da televisão a hora de deitar, de ir ao banheiro, de quando serão feitas as refeições, de que forma será organizado o fim de semana, o que consomem [...]”.

E o local privilegiado ocupado pela TV é confirmado por Sarlo (2006, p. 107), quando afirma que “[...] por encima de las casas, en las pendientes barrocas ocupadas por las favelas, a lo largo de los pasillos de las villas, en los monobloques deteriorados, las antenas de televisión tienden las líneas imaginarias de una nueva cartografía cultural”.

Essa nova cartografia cultural moldada pelas antenas de televisão é ratificada por pesquisa realizada no Brasil, pelo Ibope³, que mostra que a televisão ainda é o meio mais assistido em nosso país. O estudo demonstrou que em 2011 o brasileiro permaneceu durante 5 horas e 28 minutos por dia em frente ao televisor, nove minutos a mais do que em 2010 e vinte a mais do que em 2008.

A televisão em nosso país ainda reina absoluta. Segundo Bucci e Kehl (2004, apud FELIPE, 2009), ela atinge 100% do território nacional, estando em mais de 90% dos domicílios. No Brasil “talvez mais do que qualquer outro país, ela tem o poder de delimitar a pauta nacional de assuntos e discussões”.

Baccega (2002, p.7) complementa que hoje é impossível pensar a realidade brasileira sem a televisão. “Ela conforma desejos, influencia a categorização dos anseios, generaliza particularidades, compõe o tecido da cultura. Educa”. A autora defende ainda que a televisão atua como fonte de educação, e isso não pode ser ignorado. Ela desempenha uma função educativa paralela à escola.

A televisão educa pelo poder de penetração na vida das pessoas. Poder este baseado também em diversos mecanismos de sedução que merecem ser desvendados e discutidos.

3 OS MECANISMOS DE SEDUÇÃO

Um dos elementos que diferencia a televisão dos outros meios é a sua linguagem específica. Para Eco (1998), a linguagem televisiva visa uma relação intrínseca com o público, que recebe a mensagem de forma simples em um ambiente seguro, a própria casa.

Narváez Montoya (2004, p.8) acrescenta que se nos determos na linguagem midiática “[...] tendremos que el universo semántico o de contenido de la cultura mediática es más cercano a la cotidianidad, al sentido común [...]”. Assim,

³ Disponível em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2012/01/23/brasileiro-ja-assiste-tv-durante-5-horas-e-meia-por-dia-diz-ibope>>. Acesso em 13 mar. 2012.

O discurso imagético que cada vez mais insinua, sugere o objeto sem representá-lo diretamente, é tanto mais aceito, fortalecido e sedutor, quanto mais remete às crenças, aos mitos, às fantasias, às necessidades reais e imaginárias da população. Na combinação desses elementos é que ele constrói a sua sedução, criando novos desejos, informando sobre fantásticas formas de satisfazer necessidades elementares, ou seja, um supra-real aparece como o "real-ideal", levando consigo as nossas resistências racionais. Essa parece ser a malha fina de captação do imaginário social (FERREIRA, 1992, apud GUIMARÃES, 2001, p.27).

Nesse jogo entre o real e o imaginário, Ferrés (1996, p. 44) discute a TV como um espelho, mas não como um reflexo da realidade. Na verdade, porque ela projeta o que o espectador imagina ou sonha sobre si mesmo e sobre o mundo. Isso, de acordo com o autor, é feito para que a televisão seja comercialmente eficiente, "a televisão oferece aquilo que o espectador quer ver e ouvir, tanto consciente como inconscientemente, até o ponto em que, de alguma forma, este não faz outra coisa que se alimentar com a sua própria imagem".

Outro aspecto importante da linguagem televisiva é o fato dela ser narrativa. Silverstone (1986, apud GUIMARÃES, 2001, p.106) explica essa especificidade da TV, asseverando que a matéria-prima do meio são as histórias de vida das pessoas, das nações. Histórias reescritas pela televisão nos seus moldes, com vilões, heróis, derrotas e vitórias. Assim, "a televisão reescreve a vida das pessoas, suas ações, os bens culturais, um enredo parecido com o dos contos populares [...], o sucesso, em termos de sua grande audiência, justifica-se pelo formato de contar histórias".

A realidade é contada em forma de uma trama, que obedece alguns níveis da narrativa televisiva. De acordo com o referido autor, o conteúdo retirado do cotidiano segue uma ordem cronológica com eventos e suspense, sendo encaminhado para uma solução. Tudo isso permeado pela "lógica cultural que faz de atores, eventos e situações, símbolos representativos das tensões e problemas vivenciados pelo público" (SILVERSTONE, 1986 apud GUIMARÃES, 2001, p.106).

Nesse jogo de relações, ficção e realidade muitas vezes se sobrepõem, não sabemos mais distinguir o que é real ou fantasia quando assistimos à televisão. A ponto de Baudrillard (apud PORTO, 1995, p.25-26) afirmar que,

[...] a TV abole toda a distinção entre ficção e realidade, permitindo apenas uma "percepção-tela, onde a imagem só remete a si própria (...) ela coloca o problema da sua indiferença ao mundo, e portanto, o da indiferença virtual com a qual a recebemos.... Um exemplo bem claro disto é que 25 anos depois da chegada do homem à Lua, ainda há pessoas que atribuem este fato a uma "fantasia armada pela televisão", (conforme dados apresentados no Globo Repórter do dia 15 de julho de 1994, pela TV Globo), porém, certamente, quando assistirem a novela ou mesmo quando estiverem frente a frente com

um de seus atores, vão referir-se a ele pelo nome da personagem da sua última participação em telenovela.

Para Huelva (2005, p.199), outro ponto chave da sedução da linguagem televisiva é a hibridização dos códigos verbais e não verbais. “Su fuerza está en su poderoso lenguaje que yuxtapone el código sonoro, icónico y lingüístico”. Segundo a autora, é icônico porque trabalha com imagens em movimento, é lingüístico, pois está presente a linguagem oral, e sonora pela música e ruídos.

Eco (1998) também cita a união dos três códigos como principal força de sedução da televisão. Para ele, o código icônico, que é característico dos meios visuais, tais como fotografia, cinema, história em quadrinhos, baseia-se no processo de percepção visual e na interação entre estímulos e esquemas próprios do sujeito, adquiridos pela aprendizagem. O código lingüístico é explicado pelo autor como todas as formas de comunicação verbais ou escritas. E o código sonoro compreende músicas, efeitos sonoros que aparecem solados ou como parte de montagens.

Apesar da união entre os três códigos, o fascínio da televisão para prender a atenção das pessoas está principalmente no fato de seu elemento principal ser a imagem. E nesse ponto Eco (1998, p. 341) nos apresenta as diferenças entre a palavra e a imagem.

A comunicação de uma palavra põe em atividade, na minha consciência, todo um campo semântico que corresponde ao conjunto das diversas acepções do termo (com as conotações afetivas que cada acepção comporta); o processo de compreensão exata realiza-se porque, à luz do contexto, o meu cérebro inspeciona, por assim dizer, o campo semântico e individua a acepção desejada, excluindo as demais (ou mantendo-as no fundo). Já a imagem me apanha justamente de modo inverso: concreta e não geral como o termo lingüístico, comunica-me todo o complexo de emoções e significados a ela conexos, obriga-me a colher instantaneamente um todo indiviso de significados e sentimentos, sem poder discernir e isolar o que me serve.

Ferrés (1996, p. 21) discute essa questão falando das disparidades entre o universo do leitor e do telespectador, sendo o do primeiro estático e do segundo dinâmico. Segundo ele, a leitura de um livro promove a reflexão, e sua decodificação exige operações complexas e racionais, “[...] a leitura potencializa a capacidade e pensamento lógico, linear, seqüencial. [...] é o sujeito quem controla a experiência, o ritmo do processo”.

Já assistir à televisão favorece uma mistura de sensações: visual, auditiva e sensorial. A imagem potencializa as emoções, o intuitivo, sendo sua decodificação instantânea, automática.

Além disso, “na televisão é o meio que controla a experiência, o ritmo do processo, a cadência de passos das imagens, a duração da experiência” (FERRÉS, 1996, p.21). Por sua vez,

As diferenças ficam evidentes nas expressões ler um texto e ver televisão. O leitor enfrenta um mundo abstrato de conceitos e idéias. O telespectador enfrenta um universo concreto de objetos e realidades. [...] A linguagem verbal é uma abstração da experiência, enquanto que a imagem é uma representação concreta da experiência. Se o livro favorece o conhecer, a imagem favorece o reconhecer. Se o texto oral é especialmente indicado para explicar, o audiovisual é indicado para associar.

Segundo Rezende (2000, p.40), “a comunicação através de imagens é dotada de tamanha capacidade expressiva, que a sucessão de imagens se torna mais atraente que o próprio conteúdo e a palavra perde força diante da soberania do icônico”. Sobre a particularidade da mídia,

[...] el lenguaje mediático tiene rasgos característicos y diferenciados. Para representar lo imaginario y sensorial y lo lúdico-afectivo tiene que recurrir a formas sintácticas que le son propias como: a) la oralidad (sea primaria o secundaria) lo que quiere decir que se habla en términos afines a los de la vida cotidiana; de ahí que gran parte de la industria mediática tenga que tomar en cuenta a las comunidades lingüísticas y los usos particulares de la lengua, a fin de acercarse a los receptores, pues la mayoría del lenguaje mediático sigue siendo oral [...] Esa es una manera segura de permanecer en la memoria de los receptores. b) la iconicidad, el uso de la imagen figurativa, por oposición a la grafía abstracta del lenguaje alfanumérico (NARVÁEZ MONTOYA, 2004, p. 7-8).

No caso brasileiro, regiões são representadas nas novelas, sotaques e expressões aparecem na teledramaturgia e são homogeneizadas nos telejornais. Aspectos que diferenciam a escrita da linguagem televisiva, esta marcada pela oralidade e pelo icônico.

O poder do icônico e o fascínio provocado pela imagem televisiva são explicados por muitos autores recorrendo ao conceito de percepção subliminar. Muito útil para explicar a forma como somos influenciados pela imagem, muitas vezes, de forma inconsciente. “A imagem age sobremaneira no plano das motivações profundas: o seu poder de persuasão baseia-se na sua capacidade de influenciar o subconsciente” (VICTOROFF, 1983 apud FERRÉS, 1996, p.71).

E é esse jogo entre consciente e inconsciente que aproxima a relação entre telespectador e TV, de forma cada vez mais efetiva.

Para que um programa o agrade, deve satisfazer suficientemente os seus fantasmas conscientes e inconscientes, de forma a saciar as suas pulsões e, ao

mesmo tempo, é preciso que essa sociedade mantenha-se contida dentro de alguns limites, ou seja, que não ultrapasse o ponto mobilizador das suas angústias ou rejeições. [...] Produz-se, inclusive, o paradoxo de que o telespectador acode à pequena tela para fugir de si mesmo e na realidade acaba se encontrando, mesmo que seja de forma inconsciente (FERRÉS, 1996, p. 43).

Normalmente somos envolvidos pelo conteúdo de uma mensagem televisiva sem perceber. Isso porque, segundo Ferrés (1996, p. 74), toda televisão é percepção subliminar, pois transmite mensagens que não são percebidas conscientemente. “O próprio meio favorece esse mecanismo, pois, ao não exigir um esforço racional para a sua descodificação, não favorece a reflexão. E também devido à resposta emotiva que provoca”.

A comunicação audiovisual como um todo se direciona ao lado emocional. Como explica Ferrés (1996, p.72), “está mais próxima do pensamento associativo, próprio do hemisfério direito, que do racional, próprio do esquerdo. É mais intuitiva do que analítica, tende a burlar os controles da racionalidade”. O autor acrescenta que o ato de assistir televisão é acompanhado de um alto nível de emotividade.

A imagem pura, além da sua função representativa ou textual, possui uma notável incidência na emotividade. As linhas, os contornos, a textura, a cor... possuem um grande potencial emotivo. Assim como as músicas. Conseqüentemente, tendem a reduzir o nível de consciência, reduzindo as possibilidades de uma percepção reflexiva e crítica (FERRÉS, 1996, p.74).

Assim, podemos dizer que a televisão não aceita e não suporta a complexidade. Afinal, em suas mensagens o emocional e o intuitivo se sobressaem em relação ao racional e prolixo. Nesse ponto Ferrés (1996, p. 23) destaca que “as respostas solicitadas pela televisão estão mais dentro da linha ‘gosto-não-gosto’ do que na linha ‘concordo-não-concordo”.

Essa certa superficialidade aparece principalmente em seus conteúdos e na forma como são apresentados. Favorecendo assim um conhecimento dispersivo, sem contexto, incoerente. Para Ferrés (1996, p. 20), ao se falar em televisão, “não há um conhecimento hierarquizado e estruturado no qual possam ser inseridas as novas informações. A única coerência deve ser buscada no seio do próprio meio, na sua lógica interna”.

Mesmo assim, ao tratar a televisão como espelho, o autor defende que ao mesmo tempo em que ela pode se configurar como um espelho deformador quando reforça estereótipos negativos, pode ser um fator de integração quando mostra pessoas com deficiência ou pertencentes à grupos minoritários. “Assim, ela pode também contribuir para a formação de uma

sociedade mais humana e pluralista, ajudando as crianças a assumirem a realidade em toda a sua complexidade” (FERRÉS, 1996, p.63).

Da mesma forma que a TV tem o poder de manter, pode ser agente de mudanças, porque, segundo Ferrés (1996, p. 16), ao mesmo tempo em que

[...] é dirigida a determinados esquemas mentais, capacidades cognitivas, estruturas perceptivas e sensibilidades previamente existentes no indivíduo. [...] a televisão potencializa e modifica tais esquemas, estruturas, capacidades e sensibilidades.

Para Moran (apud PORTO, 1995, p. 25) a TV, além de combinar códigos verbais e não verbais, e atrair pelo fascínio da imagem, consegue integrar esses códigos e muitas outras realidades como nenhum outro meio, construindo uma linguagem única.

[...] a TV combina-integra a linguagem visual, oral, sinestésica, musical e escrita. Encontra fórmulas que se adaptam à sensibilidade do homem moderno, usando uma linguagem concreta, plástica, com doses curtas de informação e com ritmo acelerado e contrastado. Complementa-se com cenários, personagens, sons, imagens, ângulos e efeitos especiais. Os temas não são aprofundados, explorando os ângulos emocionais, contraditórios, inesperados, exigindo envolvimento, porém com pouco esforço do receptor. As linguagens da TV são dinâmicas, respondem à sensibilidade dos que a vêem, trabalham com a imaginação, com os sentimentos e com a emoção, na dualidade ficção-realidade.

É dessa forma que a televisão se torna espetáculo, selecionando aspectos da realidade que mais se aproximam de sua lógica e tornando espetacular qualquer fato real. Assim, “além de devorar todos os demais espetáculos, incorpora à sua programação uma multiplicidade de discursos de caráter espetacular: séries e filmes, programas de variedades, concursos” (FERRÉS, 1996, p.30).

Esse caráter de espetáculo gera fascínio porque provoca no espectador sensações de cunho emocional. Além da gratificação sensorial, segundo Ferrés (1996, p. 35), as imagens, cores, formas, sons, ou seja, todos os estímulos visuais e sonoros emitidos satisfazem a necessidade do ser humano de sonhar. O autor ressalta que, “o mundo da fantasia, dos sonhos, da poesia e das fábulas é tão necessário para a saúde mental como o alimento para o corpo. A pessoa precisa dos mitos para viver como precisa do ar para respirar”.

E esse processo de sonhar faz com que o telespectador se integre emocionalmente com o espetáculo, através de mecanismos psicológicos: a identificação e a projeção. Ferrés (1996, p. 36) os explica da seguinte forma:

São processos ou mecanismos que ocorrem, inclusive, na vida cotidiana, tanto pessoal como social, mas que se tornam sobremaneira manifestos e intensos quando se é espectador. A identificação produz-se quando o espectador assume emotivamente o ponto de vista de um personagem, ao considerá-lo um reflexo de sua própria situação de vida ou de seus sonhos e ideais. A projeção, no entanto, produz-se quando o espectador coloca uma série de sentimentos próprios (amor, ódio, compaixão, desejo sexual, etc.) sobre alguns personagens da fantasia. Nesse caso, o inimigo é odiado, a mulher é desejada, o personagem infeliz é digno de compaixão.

Outra característica própria da linguagem televisiva e que se torna a chave para despertar o interesse pela sua programação é o corte que, como explica Machado (1998 apud GUIMARÃES, 2001, p. 55), consiste em cessar um momento de ação na hora em que ocorre algum tipo de tensão. O autor afirma que ao interromper a continuação de uma cena no momento em que o telespectador mais quer que aconteça o desfecho, faz com que ele fique preso à TV. Assim, “o corte, o suspense emocional abrem brechas para a participação do espectador, convidando-o a prever o posterior desenvolvimento do trecho”.

Essa técnica cria uma conexão ininterrupta com o telespectador que retorna sempre à programação para acompanhar o desenrolar dos fatos mostrados no dia anterior. Mas é importante ressaltar que existem muitos outros elementos que fortalecem essa conexão. O movimento, por exemplo, possui um grande peso para atrair a atenção.

Nos estudos realizados sobre as espécies animais foi possível constatar a importância do movimento na captação da atenção. O movimento possui também uma grande força para atrair o olhar humano. Basta entrar numa sala para constatar que o olhar tende a pousar preferencialmente nos objetos ou pessoas que estiverem em movimento. O movimento é, então, um dos grandes atrativos da televisão como recurso para a captação da atenção e como elemento gratificador para mantê-la (FERRÉS, 1996, p.16).

Fica claro que a TV trabalha com elementos existentes na realidade, em nosso imaginário e na própria constituição do ser humano para atrair e manter o telespectador. E ela fundamenta sua força na imagem, no movimento e justaposição de realidades diversas, fazendo dela a tal caixa mágica, muitas vezes incompreendida, e outras muitas vezes, perversa. Mas não há como negar a sua penetração no cotidiano e na vida do público.

4 A TELEVISÃO COMO AGENTE DE EDUCAÇÃO INFORMAL

Como vimos, no processo educacional que é a vida, os meios de comunicação nos formam. Através de seus canais e funcionalidades comunicativas se constituem como poderosos meios de comunicação informal, “con los cuales aprendemos - a veces ocasionalmente y a veces de manera intencional - conocimientos y habilidades, útiles e inútiles, correctos y erróneos, pero muchos de ellos válidos y necesarios para la vida” (GRAELLS, 2011, p.2).

O autor destaca que não há dúvidas de que a sociedade da informação com suas infinitas possibilidades de acesso trabalham como uma escola paralela, “un poderoso entorno de educación informal que ejerce una continua influencia sobre los miembros de esta sociedad y encierra un gran potencial de creatividad y desarrollo persona” (GRAELLS, 2011, p.7). Gubern (1987, apud GRAELLS, 2011, p.7) completa que os novos meios tecnológicos são como uma

[...] densa y omnipresente iconosfera contemporánea que tiende a reemplazar nuestra experiencia directa de la realidad por una experiencia vicarial e indirecta de la misma, intensamente mediada (y por lo tanto interpretada), en forma de mensajes manufacturada por expertos de las industrias culturales, aunque oculten celosamente su condición de filtrada, manipulada o tergiversada.

E dentre os meios de comunicação, a televisão se destaca como o principal agente de educação informal. “La televisión educa aunque no quiera. Es decir, educa incluso en aquellos casos en los que no pretende explícitamente. Para bien y para mal. Educa en cuanto transmite, de manera intencional o no, conocimientos, principios y valores” (FERRÉS, 2010, p.37).

Independente de tender ao espetáculo e de privilegiar o entretenimento, a televisão é onipresente. Sobre o conteúdo presente neste meio, Castilho (1999 apud BARRAGÁN, 2011, p.4) destaca,

En la televisión está presente lo mejor y lo peor de nuestra sociedad: imágenes de ternura, de solidaridad y de afecto humanos, frente a los más extremos exhibicionismos de violencia y destrucción; hallazgos de conocimiento en sus detalles más preciosos, frente a estereotipos sociales, y a menudo raciales insostenibles; propuestas informativas enmarcadas en la serenidad y el compromiso de veracidad, frente a otras teñidas de amarillismo; programas dedicados a rescatar lo mejor de los niños, en lo relativo a su percepción y creatividad, frente a otros que literalmente los utilizan para llenar el espectáculo; relatos capaces de calar en la condición humana, frente a otros plagados de estereotipos; modos serenos de comunicar, frente a otros estridentes, plenos de neurosis; imágenes de una belleza sin límites, frente a otras burdas, improvisadas sobre la marcha.

Essa multiplicidade que configura a televisão deve ser permeada em direção à qualidade, que abrigue novas formas de linguagem, promovendo um ambiente plural. Além disso, é preciso que ela assuma um compromisso educacional. Não somente as emissoras educativas, mas também as comerciais. Pois segundo Bitencourt (1999, p.165), a TV tem um currículo invisível, sendo capaz de repassar conhecimento.

Diariamente são repassadas informações das mais diversas áreas do conhecimento humano. O que não existe é a sistematização de dados tão diversos quanto múltiplos. A superficialidade acaba sendo também uma marca registrada das programações. Informações fragmentadas constroem um tipo de conhecimento descartável, ainda que atraente. E é precisamente nessa característica sedutora da TV que reside a possibilidade concreta de ensinar através da tela e para a compreensão crítica do que se passa nessa tela.

Essa capacidade de educar, para a autora, pode ser usada em todos os seus programas, sem que eles percam o seu poder de seduzir. Assim, todos os aspectos devem “servir como recurso para uma programação que pretenda educar, mantendo e não desprezando a atração que o meio exerce como veículo divertido, informal e sobretudo interessante” (BITENCOURT, 1999, p.163).

Diante disso, reiteramos, há a necessidade de educarmos os nossos jovens para a recepção crítica dos meios. A atitude mais coerente seria parar de acusar a televisão dos males da sociedade e compreendê-la enquanto importante meio de comunicação e socialização em nossa sociedade. Como afirma Cafeiro (1997 apud BARRAGÁN, 2011, p.3), o pensamento deve se voltar para como educá-los melhor utilizando a televisão, pois “interesa más bien hurgar, desentrañar, las diferentes condiciones sociales de existencia desde las cuales los educandos perciben, aprecian, valoran, hacen suyos los mensajes televisivos”.

Importante considerar que ao falarmos em educar para os meios, não estamos considerando os telespectadores como passivos, alienados. Tem-se clareza de que a relação televisão/telespectador não é algo estanque, automático, meramente manipulador. Deve-se considerar as mediações, a forma como o sujeito atribui significado e produz sentidos a partir dos enunciados televisivos. Assim,

[...] es justamente en el largo y complejo proceso de la recepción, donde se produce la comunicación, donde se le da su sentido. Un sentido que no es autónomo completamente de lo propuesto por los medios, pero tampoco está restringido a eso (OROZCO, 1997, p.28).

Santos (2007, p. 75) acrescenta que de acordo com os estudos de recepção, não há “garantia de que o que se quer ensinar seja aquilo que os alunos aprendem, nem há garantia de que as mensagens dos meios de comunicação, elaborados segundo os interesses do emissor, sejam as que realmente recebem o receptor”.

Outra questão a ser levantada diz respeito à falta de controle da programação televisiva, denunciada por Capparelli (2010). O autor coordenou uma pesquisa sobre a televisão em oito países (França, Inglaterra, Alemanha, Itália, Canadá, Estados Unidos, Brasil e Argentina), que traz uma questão pouco debatida, a influência dos anúncios publicitários e a participação das crianças nas gravações destes. Segundo Capparelli (2010),

[...] uma pesquisa sobre a publicidade durante os programas infantis de cinco redes de televisão e um canal isolado em 1990 revelou que foram comutados 271 minutos e 11 segundos de publicidade, a maior parte deles promovendo guloseimas, alimentação, calçados, roupas, brinquedos e medicamentos⁴.

Essa constatação traz à tona a necessidade de regulamentação da programação de TV. Sabe-se que desde seu início, a televisão brasileira tinha esse viés comercial, baseada na veiculação de propagandas, afinal eram os produtos quem patrocinavam os custos de produção. Hoje, esse foco comercial continua, mas através de mecanismos cada vez mais complexos.

Além disso, merecem ser frisadas, ao falarmos de televisão, as diversas especificidades do meio, tal como os elementos que formam sua linguagem. Pois, desconsiderar tais particularidades é reproduzir leituras superficiais e generalizantes do fenômeno televisivo, desconsiderando a sua faceta educativa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a educação num sentido mais amplo, como todo aprendizado pelo qual o sujeito passa durante sua vida, em todas as suas relações, não há como negar o papel da televisão como fonte de educação. Isso pela sua penetração na vida das pessoas e sua função de laço social.

No Brasil, a televisão ainda é o meio de comunicação mais visto pela maioria população. É através dela que as pessoas se informam, se divertem e são educadas. A TV faz parte do

⁴ CAPPARELLI, Sérgio. **A proteção à infância e à televisão em oito países**. Disponível em: <<http://www.capparelli.com.br/brasil.php>>. Acesso em 21 mar. 2010.

cotidiano dos telespectadores, com grande poder de influência nos modos de falar, vestir, agir, pensar e até na forma como as pessoas organizam suas atividades diárias.

Compreender a TV como agente educativo, portanto, é urgente nessa sociedade em que o meio é tão presente. A televisão não pode ficar de fora das discussões sobre educação, já que contribui para a formação do sujeito.

Bem ou mal, a televisão forma, já que dissemina pensamentos, atitudes, ideologias, contribuindo para o processo cognitivo do sujeito. Assim, estudar televisão passou a ser necessidade de primeira instância, para compreender a TV como parte da sociedade.

Para isso, primeiro, tanto educadores como comunicólogos, precisam adquirir um olhar menos fragmentado e mais aberto sobre a temática. Em segundo lugar, a escola e a família precisam participar do processo de educar para os meios de comunicação.

De um lado a família deve acompanhar o que seus filhos assistem, se posicionar como filtros nesse processo de recepção. De outro, escola precisa proporcionar aos seus estudantes o desenvolvimento de capacidades que permitam a eles discernir e criticar as informações recebidas. Além de se despirem do preconceito em relação à TV.

E ainda é imprescindível que a televisão assuma esse viés educativo, não apenas os 5% de programações educativas exigidos pela lei, mas que a intenção de formar com qualidade esteja no bojo da programação. Programação está que deve ser regulamentada, fiscalizada e controlada.

Isso parece impossível se considerarmos a estrutura de televisão comercial, que visa o lucro. Por outro lado, essa realidade fica mais próxima, se pensarmos, por exemplo, nas televisões educativas, comunitárias e universitárias.

Assim, pela grande presença na televisão na vida das pessoas e por ser o meio de maior influência, o que não podemos é ficar alheios à discussão sobre as potencialidades e os desafios educativos da televisão.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Televisão: 50 anos. In: **Comunicação & Educação**. Número 1-.
Ano VII. set./dez. 2000. Disponível em:
<<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>>. Acesso em 15 mar. 2011.

_____. Televisão e Educação: A Escola e o Livro. In: **Comunicação & Educação**.
Número 2. Ano VII. maio/ago 2002. Disponível em:
<<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>>. Acesso em 15 mar. 2011

BARRAGÁN, Carmen Castillo. **Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación**. Disponível em: <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/>. Acesso em 10 de mar. 2011.

BITENCOURT, Sandra. O currículo invisível da televisão e a construção de estratégias. In: **Famecos**. nº 10. Porto Alegre. jun.1999. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3039/0>. Acesso em 10 mar. 2010.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

CAPPARELLI, Sérgio. **A proteção à infância e à televisão em oito países**. Disponível em: <http://www.capparelli.com.br/brasil.php>. Acesso em 21 mar. 2010.

CITELLI, Adilson Odair. Meios de Comunicação e Práticas Escolares. In: **Comunicação & Educação**. Número17. Ano VII. jan./abr. 2000. Disponível em: <http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>.> Acesso em 15 mar. 2011.

ECO, Umberto. Para Uma Investigação Semiológica Sobre a Mensagem Televisual. In: **Apocalípticos e Integrados**. 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FELIPE, Eloisio Lopes. **“Não se perca no controle remoto”**: uma experiência de mídia-educação na escola. Dissertação de Mestrado. Curitiba: UFPR, 2009.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação**. Porto Alegre: Artmed, 1996.

_____. **Televisión, espectáculo y educación**. Disponível em: www.revistacomunicar.com/verpdf.php?>. Acesso em 18 jun. 2010.

GRAELLS, Pere Marques. **Los medios de comunicación y la educación informal antes de Internet**. Disponível em: <http://peremarques.pangea.org/eparelel.htm#medios>>. Acesso em 10 mar. 2011.

GUIMARÃES, Gláucia. **TV e Escola**: discursos em confronto. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2001b.

HUELVA, Maria Amor Pérez Rodrigues. El discurso televisivo: un lenguaje seductor que cuenta un mundo virtual. In: **Comunicar**, n. 25, 2005. p.197-202. Disponível em: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/610>>. Acesso em 18 jun. 2010.

NARVÁEZ MONTOYA, Ancizar. **Cultura política y cultura mediática**: esfera pública, intereses y Códigos. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Vol.VI, n.1, Ene-Abr. 2004. www.eptic.com.br

OROZCO, Guilherme. Medios, audiencias e mediaciones. In: **Comunicar**, n. 08, 1997. p.25-30. Disponível em: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/610>>. Acesso em 18 jun. 2010.

PORTO, Tânia Maria Esperon. Televisão e Escola: escolas paralelas. In: **Comunicação & Educação**. Número 5. Ano II. set./dez. 1995. Disponível em: <<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>.> Acesso em 15 mar. 2011.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: Um Perfil Editorial**. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

RUIZ, Enrique E. Sánchez. Cultura Política y Medios de Difusión Educación Informal y Socialización. **Comunicación y Sociedad**. Guadalajara. n. 21, p.97-137, may-ago. 1992.

SANTOS, Vanderlei S. dos. **A mediação docente na educação para a mídia**. Dissertação de Mestrado. Maringá: UEM, 2007.

SARLO, Beatriz. **Escenas de la vida posmoderna**. 2 ed. Buenos Aires: Seix Barral, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. 1 ed. São Paulo: Ática, 1996.