
A Midiaeducação faz 80 anos

Parte I, 12 de julho de 2012

À primeira vista o tema da midiaeducação pode parecer algo novo, surgido por força da crescente influência das tecnologias eletrônicas e digitais. Claro que a onipresença das mídias na formação do ser social ganhou proporções grandiosas na atualidade, mas a necessidade de exercitar o entendimento crítico da informação e o sentido de tratar os meios de comunicação de massa como parte indissociável dos sistemas educacionais é um debate que está fazendo 80 anos no Brasil.

Tomo como marco para essa celebração, o manifesto da Nova Educação, assinado em 1932 por intelectuais comprometidos com a melhoria das condições sociais e culturais brasileiras, no contexto de um país imenso, com o futuro ameaçado por sua imensidão de analfabetos. Dentre os signatários desse importante documento estavam o educador Anísio Teixeira, a escritora Cecília Meirelles e Roquette Pinto, o pai da radiodifusão brasileira.

No trecho que trata da busca por uma propagação de conteúdos considerados fundamentais ao processo educacional e à formação de uma compreensão comum de sociedade, eles foram abertos e taxativos quanto ao uso das mídias no processo educacional: "A escola deve utilizar, em seu proveito, com a maior amplitude possível, todos os recursos formidáveis, como a imprensa, o disco, o cinema e o rádio". Com essa afirmação eles reconheceram e invocaram o potencial da mídia como parte relevante da comunidade educativa.

A repercussão do pensamento desse grupo diversificado de educadores ganhou concretude na carta constitucional brasileira, que indica uma necessidade de preferência dos meios de comunicação social para as "finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas" (art. 221, I). O texto, constante da Constituição de 1988, deve ou deveria alcançar, inclusive, os meios de transmissão de informações e do comércio de conteúdos presentes na rede mundial de computadores.

O tema vem sendo tratado nessas oito décadas ao sabor das inquietações e dos interesses de cada conjuntura. Em 1942, o educador argentino-uruguaio, Mario Kaplún, avançou na perspectiva da interrelação entre educação e comunicação para a formação cidadã e criou o conceito de educomunicação, tendo ele mesmo se tornado um educador ao trabalhar com o sentido freiriano de visão crítica das mensagens em programas de rádio educativa. Nos anos 1960, a "midia-educação", foi fomentada pelas Nações Unidas, como alternativa para a formação em escala do sentido da nova ordem da sociedade de consumo.

Ensinar sobre as mídias e com as mídias, dentro de um propósito cidadão e não apenas comercial continuou e continua sendo desafiante. O cabo de guerra entre os interesses da sociedade e do mercado, que já tinha na televisão um problema nada simples de ser resolvido, foi intensificado sobretudo com a massificação da internet nas três últimas décadas. Algumas dessas movimentações ganharam realce em simpósios de grande envergadura, como o que foi realizado pela Unesco, na Alemanha (1982), em cujo documento final - a Declaração de Grunwald - o poder formador da mídia foi reconhecido e valorizado como de destacada importância para o mundo moderno.

A constatação de que as telas, inicialmente de cinema e televisão, e mais recentemente, de computador, celular e tablet, passavam e passaram a "educar" mais do que as escolas e as igrejas, levou os participantes a defesa de uma alfabetização que preparasse as pessoas para esse mundo de poderosas imagens, palavras e sons. Essa proposta de midiaeducação

implicou em reavaliações das prioridades educacionais, voltadas para o envolvimento mais amplo dos responsáveis pela educação - incluindo aí os profissionais de mídia e os tomadores de decisões - na busca pela preparação de uma cidadania responsável.

Passados 25 anos de Grunwald, um encontro semelhante em Paris (2007), reforçou a necessidade da mídiaeducação, com ênfase no desenvolvimento das chamadas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs). A agenda francesa pregou a vinculação das mídias de massa com a diversidade cultural e direitos humanos, numa articulação capaz de trazer em si escolas, famílias, associações e profissionais de mídia, com vistas à emancipação social.

O tempo passa e cada vez mais as mídias ganham importância na formação das pessoas, fazendo com que o debate se torne dia após dia mais atual e urgente. No início deste mês (1/7) fiz uma palestra sobre o tema "Mídiaeducação: debatendo o papel das mídias na educação para o consumo", no "I Meeting Nacional de Educação e Tecnologia", ocorrido no Teatro Guararapes, do Centro de Convenções de Olinda, em Pernambuco. Para se ter uma ideia do interesse pelo tema, o auditório tinha cerca de 500 pessoas presentes em plena tarde de domingo.

Acredito nessas educadoras e nesses educadores que estão se mexendo como podem entre a especialização e a interdisciplinaridade, entre o curtir e o participar, o físico e o virtual, as culturas e a cultura de massa. Pessoas empenhadas em encontrar o lugar da educação no novo Brasil em curso, na nova configuração geopolítica mundial, nos novos sistemas de comunicação e seus horizontes de teias, nodos e canais, nas novas formas de percepção, compreensão e de atuação cidadã, enfim, nas buscas por ressignificações da modernidade de exceção.

A mídiaeducação é um tema desafiador porque coloca as estruturas de comunicação social dentro do conjunto de sistemas institucionais e de vivências de educação. E hoje esse complexo de núcleos de sociabilidade tem imbricações de elevado poder, perpassando os ambientes familiares, escolares, espirituais, governamentais, empresariais, midiáticos e em grupos de afinidades, que se estendem desde interesses esportivos e artísticos até os de negócios, drogas, violência e de entretenimento.

Nesse cenário de trancelim, onde a jóia sagrada é a educação, os encontros e desencontros de expectativas vão gerando dilemas inquietantes. O principal deles está na sensação mútua de potência e de impotência gerada, por um lado, pelo enriquecimento das possibilidades educativas disponíveis nas condições excepcionais de suportes digitais e pelas infovias e, por outro lado, pela dificuldade de encaminhamento dos interesses sociais permanentes, em franca disputa com o imediatismo praticado pela nova economia, de cunho imaterial, que domina o mesmo aparato para a venda de conteúdos.

A gestão social da educação oscila entre ética, estética e consumismo. É quase impossível uma conduta humana decente e sensível em uma situação de predomínio da transferência dos ideais de felicidade para a insaciável aquisição de objetos. Enquanto os anseios de correção de injustiças históricas fragmentam de modo abusivo a estrutura curricular, as escolas que viraram meros pontos de venda tentam destruir o livro para impor o tablet, como se ambos não fossem plataformas de leitura com características específicas.

Nessa geografia de interconexões virtuais, por onde a mente pode transitar com desenvoltura, e dos lugares físicos, onde o corpo pode aferir que tem cabeça, tronco e membros, educar passou a ser um misto de embaraço e ato de coragem. "A carreira ou a vida?", perguntam-se as mães, os pais e cuidadores quando pensam em educação. Fragilizados pela falsa dúvida, muitos decidem pela terceirização dos filhos, entregando-os para a modelagem do inteligente vazio em estabelecimentos comerciais camuflados de educacionais.

Parte II, 19 de julho de 2012

O fato de a educação ser hoje em dia muito mais do que uma atribuição escolar, aumenta a importância da escola como ambiente de sociabilidade comprometido com a potencialização do contexto experiencial local, do conhecimento crítico universal e da aprendizagem significativa. Fora da vida escolar não há como assegurar a integridade dos aspectos cognitivos, culturais, relacionais e afetivos, embora não haja também como fazer isso sem o fortalecimento da mídiaeducação no processo educacional.

A busca pela construção de uma compreensão comum de sociedade, iniciada há oito décadas pelos pioneiros da nova educação, permanece desafiante, principalmente porque as mídias de massa, como destacadas provedoras de representações, tendem a rejeitar uma experiência pedagógica que fuja aos encartes, cadernos especiais e programas educativos audiovisuais. A ampliação dessas iniciativas esbarra nas contradições homogeneizantes da educação tecnomidiática e sua aplicação em lugares culturalmente diversos.

O compromisso educacional dos sistemas massivos de comunicação começa com o fortalecimento da liberdade de expressão, da circulação de interpretações e de análises com posicionamentos explícitos e da veiculação de notícias livres. O futuro do jornalismo, por exemplo, está atrelado à clareza da voz que toma partido, que diz por quem torce e que assume a parcialidade do ponto de vista, simplesmente porque se inspira em valores e interesses defensáveis.

As empresas de serviços de relacionamentos, a indústria de games, os portais de venda de conteúdos, os serviços de buscas e as agências de comunicação mercadológica, dificilmente aceitarão uma corresponsabilidade educacional sem uma grande e firme pressão social. Essas corporações têm o domínio mundial das atenções e obviamente não querem perder vantagens comerciais em nome de qualquer projeto de coletividade.

Os limites das mídias de massa no desenvolvimento da mídiaeducação apresentam variados conflitos. A perturbação gerada pela abundância de dados e informações é uma delas. Outra é a confusa distinção entre o que é de interesse social e o que é criação de valor de mercado. Às vezes a deformação educativa está apenas no jeito de expor, como é o caso da publicação das notas e fotos de socialites nos cadernos de arte e cultura e da promoção de celebridades midiáticas como modelos, disfarçando o mundo do espetáculo de realidade objetiva.

Ao ocupar o cotidiano escolar o mercado informacional-cognitivo trabalhou com a supervalorização da tecnologia, dos meios eletrônicos, digitais e interativos sobre a comunicação no fazer pedagógico. A formação do usuário de educação, para a aplicação das novas tecnologias como ferramenta pedagógica e didática, contou com a vulgata da aceleração do tempo, com a força invisível da informação pulverizada, com a facilidade da produção de mensagens escritas em tom de oralidade e com o determinismo da técnica sobre o humano, recurso ardiloso que chamo de maktub digital.

O que inicialmente era apenas "TI", ou seja, tecnologia da informação, ganhou um "C" de comunicação, formando a sigla "TIC" e ganhando uma abrangência conceitual pouco efetiva. Mesmo assim, os laboratórios de informática viraram moda, como se por si possibilitassem o nivelamento entre a escola e a sociedade. E muitos processos educativos ficaram reféns da ideia de neutralidade que foi vendida com a TIC, enquanto suporte para a ampliação da aprendizagem. As escolas mais atentas conseguiram perceber que não dava para educar somente com a posse da tecnologia. Antes de tudo, deveriam refletir sobre a própria tecnologia.

Na atualidade, a incorporação dos novos sistemas de mídia nos processos de educomunicação e de mídiaeducação, precisa ir além da TIC. Mais do que aproveitar seus recursos para soluções pedagógicas sonoras e visuais, para o incremento de didática participativa e para a construção de territórios de identificação, cabe escapar do *bullying* dos defensores de equipamentos que estimulam mais a mente do que os sentimentos, não fazendo caso do tempo para a reflexão interior. Pulamos uma etapa, mas ainda temos condições de recuperá-la, por meio de uma boa articulação do que poderíamos apelidar de TEC; tecnologia, educação e comunicação, entre si e com a sociedade.

A TEC seria o tripé de base da comunidade educativa para a experiência da interdependência do múltiplo repertório cultural e educacional em trânsito pelas vias e infovias. Para isso, os planejamentos pedagógicos de mídiaeducação teriam ou terão que passar por uma reconfiguração comunicativa e educacional, na qual a integração dos processos tenha como suporte a dialética formadora da tecnologia, da educação e da comunicação. É na catálise do ponto comum desses três conjuntos que ocorre a mídiaeducação.

Para que, com os *locus* da web, a ampliação da esfera pública não siga trazendo consigo a possibilidade de promoção apenas do consumo, mas também da cidadania, as inovações pedagógicas com técnicas midiáticas (Informação, ficção e entretenimento) podem ter intensificado o ensino sobre as próprias mídias (com as mídias), sem que se esqueça, todavia, da importância da convergência de autônomos complementares: o educador saber que pode atuar também como comunicador e vice-versa; e o mercado de informática saber que os dois sabem que não dá mais para deixar de cobrar o seu compromisso educacional diante do consumismo.

A proeminência do papel das mídias na formação da sociabilidade exige o aprofundamento e a ampliação do debate sobre a educação para o consumo, com extensão para o impacto do poder da visibilidade na constituição espacial e temporal da vida em sociedade e suas repercussões no transbordamento da esfera íntima. O problema é crítico porque a migração do controle dos meios de produção para o controle dos canais de transmissão de dados e informações criou uma verdadeira webtruste, atualmente constituída por corporações do comércio virtual de conteúdos, de serviços de busca e relacionamento, a exemplo da Microsoft, Google, Facebook, CNN e Fox.

A essência da mídiaeducação se dá na zona de interseção da tecnologia, da educação e da comunicação (TEC), como campo de eventos civilizatórios, dinamizado pelo engajamento de pessoas no processo educacional, a despeito de serem ou não formalmente educadoras. Algo como as vivências educacionais da pedagogia da Dona Benta, na obra lobatiana, que tem na cultura a substância adstringente da mídiaeducação em um processo de elaboração discursiva capaz de preparar as pessoas para se orientarem no mundo, pensando por si e para saberem o que buscam.

A compreensão de que o lugar, as circunstâncias e os interesses na produção de mensagens têm vínculos diretos com os indivíduos, os grupos e as comunidades, liga o saber local ao não-local, na construção de sentido, de conhecimento e de relações (não apenas de contatos). Quanto mais teias de comunicação existirem, mais necessidade da cultura local para a interação humana, sob pena de nos tornarmos apenas usuários passivos nas estatísticas de consumidores finais.

Parafraseando o manifesto da Nova Educação, de 1932, penso que a sociedade deve utilizar, em seu proveito, com a maior amplitude possível, todos os recursos possíveis da mídiaeducação para a promoção de significantes culturais, que correspondam à vida, com seu valor estético, produtivo e intelectual. Afinal, mídiaeducação não é a intermediação de modelos ideais, mas a criação de oportunidades de emancipação.