



MÍDIA, JUVENTUDES E EDUCAÇÃO: perspectivas e implicações

Débora Andreia dos Santos¹
Luzineide dos Santos Conceição²
Maria do Carmo Alves do Bomfim³

Resumo: Este artigo objetiva estabelecer uma relação entre mídia, juventude e educação a partir de revisão bibliográfica, relacionando alguns pontos, aos resultados parciais de uma pesquisa realizada em 2008 com estudantes do ensino médio de uma escola pública de Teresina-PI. Procuramos identificar como as mídias contribuem no processo educacional e identitário dos jovens. Fundamentadas em autores como Belloni (2001), Guareschi (2005), Morigi (2007), Bomfim (2006), Feiltzen (2002), Fischer (2008) e Matos (2003) dentre outros, procuramos apresentar maneiras como estas poderiam colaborar na elaboração de um novo modelo educacional e de paradigma juvenil, considerando o inegável poderio desta instituição.

Palavras-chave: Mídia, educação, juventude.

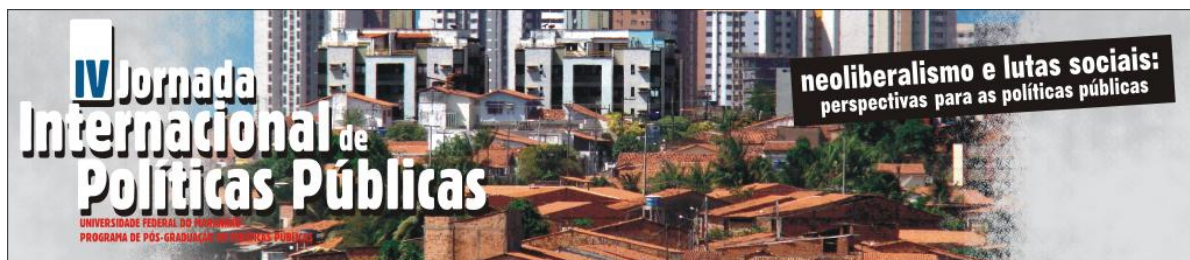
Abstract: This article aims to establish a relationship between media, youth and education from a literature review, some points related to the partial results of a survey conducted in 2008 with high school students from a public school in Teresina-PI. We identify how the media help in the educational process and identity of young people. Based on author and Belloni (2001), Guareschi (2005), Morigi (2007), Bomfim (2006), Feiltzen (2002), Fischer (2008) and Matos (2003) among others, seek to provide ways they could collaborate in developing a new paradigm of education and youth, considering the undeniable power of this institution.

Key words: Media, education, youth.

¹ Graduanda. E-mail: debora.andreia@hotmail.com

² Graduanda. Universidade Federal do Piauí. E-mail: neyddsat@hotmail.com

³ Doutora em Educação. Universidade Federal do Piauí. E-mail: carmicita@ig.com.br



INTRODUÇÃO

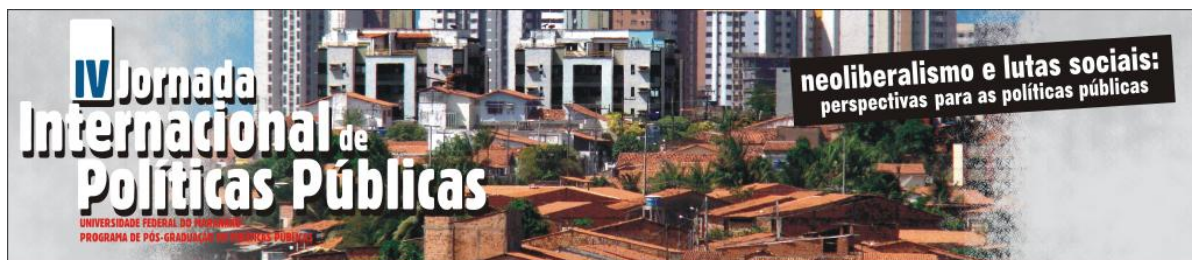
Os jovens, apesar de representarem uma parcela significativa da sociedade e de serem sujeitos de direito, na Constituição do País o termo juventude é mencionado uma única vez no artigo 24, XV por onde é possível se ler que “compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre (...) a proteção à infância e à juventude” (UNESCO, 2005, p.84).

A mídia se tornou decisiva, na formação do senso comum e na opinião pública, pois “ficamos sabendo e falamos apenas o que ela quer, e não ficamos sabendo aquilo que ela não quer que saibamos, ela tem a força de criar e de fazer desaparecer a realidade social” (GUARESCHI e BIZ, 2005, p. 8) e é devido a essa capacidade singular de influenciar a sociedade que esta pode contribuir significativamente para que os jovens passem a ser considerados como sujeitos de direito. No entanto, ela tem contribuído muito mais para fomentar uma imagem descompromissada desses jovens.

Assim, a partir desse estudo, esperamos promover espaços de interlocução, informação e formação de jovens estudantes, educadores/as e demais pessoas interessadas no campo da mídia, educação e juventude, bem como elaborar novos olhares e perspectivas para a sociedade juvenil, através de um maior esclarecimento sobre as implicações que decorrem das práticas desses meios de comunicação. É por isso que a educação para o uso da mídia, que visa formar cidadãos críticos e reflexivos mediante ao que é veiculado, é importante, imprescindível para essa juventude na sociedade digitalizada, para inserir-se nesse processo de mudança da realidade a fortalecer dimensões humanas e de cidadania.

1- IMAGENS DA JUVENTUDE

Perceber a juventude veiculada pela mídia parece tarefa simples, mas não é bem assim. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação apresentam o modelo de jovem “ideal”, moderno, consumista “da moda”, também insistem em veicular as imagens de jovens relacionando-os a atitudes de irresponsabilidades e agressões (BOMFIM, 2007), o

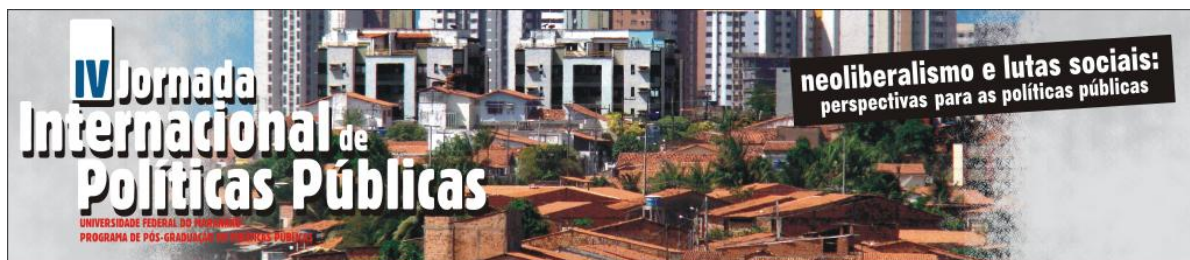


que contribui para que tenhamos uma visão negativa sobre o jovem. Champagne (1998) destaca que essa realidade se agrava ainda mais quando se trata da juventude desfavorecida economicamente, pois, os casos de violência que retratam esse segmento da população são veiculados de forma sensacionalista e emocionante. Esse autor acrescenta, ainda, que esta é uma forma de ocultar as violências consideradas estruturais, ou seja, as que realmente podem explicar as causas reais das desordens sociais.

Em uma pesquisa realizada em 2008 com 55 (cinquenta e cinco) jovens de uma escola pública de Teresina-Pi, 90% dos entrevistados responderam que são os jovens as pessoas mais envolvidas em práticas de violência difundidas pela mídia. Apesar de ser mostrada, na maioria das vezes, pelos meios de comunicação, como praticantes da violência, dados revelam que são estes também vítimas, pois o elevado índice de homicídio da população jovem segundo o Mapa da Violência dos Municípios Brasileiros de 2008 (UNESCO), indica que entre 1996 e 2006 o índice de homicídios na população jovem teve um aumento de 31,3%, enquanto na população total foi de 20%.

De acordo com os resultados de uma pesquisa realizada em 2008 pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) em que foi medido o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH da população brasileira, o Brasil ocupa o quarto lugar no *ranking* dos países com maior desigualdade social. O estudo revela que 50% da riqueza nacional é concentrado nas mãos de um pequeno grupo de pessoas, enquanto que os outros 50% é distribuído de forma desigual com o restante da população. Isso não é mais novidade e, de algum modo, pode explicar o fato de a mídia, sendo o quarto poder na sociedade, está concentrada nas mãos da minoria elitizada que detêm o controle, seja político, econômico e cultural (BELLONI, 2001). Assim, tal meio de comunicação e o que por ele é veiculado, atende aos interesses dessa minoria que visa lucrar a qualquer custo e para isso, usam o “poder midiático”, a fim de incentivar demasiadamente o consumismo, atingindo especialmente o público jovem.

Considerando que durante o período da juventude os indivíduos se encontram no processo de construção de suas identidades e por isso se apresentam mais vulneráveis a influências externas (BOMFIM, 2006), é fácil compreender como os jovens são altamente influenciados por tudo o que é veiculado pela mídia e se tornam consumidores de todo tipo de produto apresentado, especialmente pela televisão. Os modos de se vestir, falar e se comportar são impostos de acordo com determinado padrão de jovem mostrado por esses meios que por sua vez se fundamenta no modelo de jovem de classe média e rica. No desejo de se sentirem pertencentes e aceitos pelo grupo de iguais, os jovens desejam



consumir os produtos que lhes permitem ter esses sentimentos (MATOS, 2001). Dessa forma, nas novas gerações o espetáculo da aparência é fundamental (BELLONI, 2001).

Algumas das respostas dos jovens da nossa pesquisa realizada em Teresina, quanto ao incentivo da mídia ao consumo, reafirma essa influência:

“Ao verem os artistas usarem determinados produtos alguns jovens querem comprá-lo”,

“fazem com que muitos desejem determinado produto... e muitas vezes não podendo obtê-lo acabam tendo que praticar algo de errado como roubar..”,

“no consumo desenfreado.”

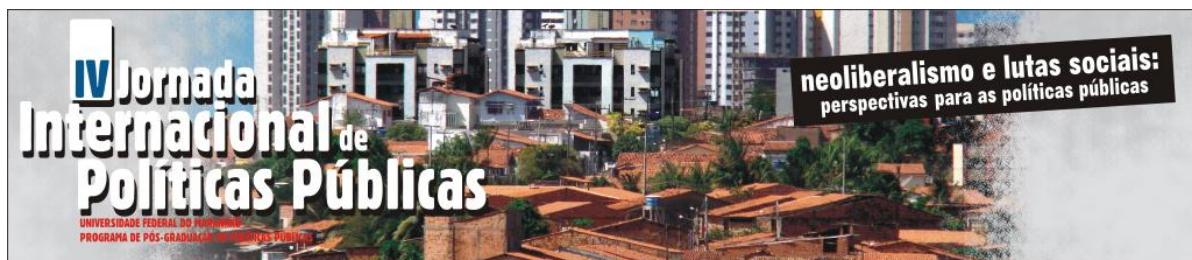
“Muitas vezes tem uma influência negativa, fazendo com que os jovens procurem meios ruins para adquirirem seus desejos”.

“Muitos programas influenciam as práticas de violência dos jovens”.

Percebemos então, que há nos meios de comunicação, a predominância da veiculação de uma imagem descompromissada, alienada e pouco participativa da juventude, e ainda vemos que esses meios insistem em incentivar práticas que em nada contribuem positivamente no processo de construção da identidade desses jovens (como o consumismo) e que vai aos poucos se impregnando na sociedade, tornando-se cultura, que podemos chamar de midiática, é nesse sentido que se torna urgente a veiculação da imagem destes como atores estratégicos no desenvolvimento de uma sociedade mais democrática e igualitária (CEPAL, 2006).

2- CULTURA DA MÍDIA

O fenômeno da globalização é resultado, dentre outros fatores, das inovações tecnológicas que possibilitaram uma aproximação mais estreita entre as diversas sociedades e suas diversas culturas. O papel das mídias frente ao fenômeno de transmissão cultural não é, no entanto, simplesmente veiculá-la, pois, esta instituição acaba por difundir, especialmente, uma cultura que busca atender aos interesses da minoria dominante, que podemos chamar de cultura –midiática- dominante, que na sociedade hodierna passou a possuir um papel decisivo no cotidiano das pessoas.



Moreira (2003) relaciona a cultura midiática com determinada visão do mundo, com valores e comportamentos, com absorção de padrão de gosto e de consumo, com a internalização de “imagem de felicidade” e promessas de realização para o ser humano, produzidas e disseminadas no capitalismo avançado por intermédio de conglomerados e empresários da comunicação e do entretenimento e, principalmente, por meio da publicidade. Por isso, as mídias não são mais simples mecanismos informativos, onde se mostra o que aconteceu, mas, uma “instância da cultura que deseja oferecer muito mais que informação, lazer e entretenimento” (FISCHER 2001, p. 18), mostra-se na maioria das vezes, como um instrumento de imposição de valores e de ideologias, dessa maneira os indivíduos, de um modo geral, constrói seus espaços e suas subjetividades sobre influência da cultura midiática dominante.

Essa relação de imposição de valores e cultura funciona como uma dependência ou necessidade de se estar inserido nesse “boom tecnológico”, que é a mídia, sob pena de não acompanhar as exigências da realidade mundial, pois, a penetração dessas mídias em todas as esferas da vida social se torna incontestável. Belloni (2007) comenta que as instituições socializadoras como escola, família e igreja também vão sendo penetradas e influenciadas pelas regras de estilo das mídias, e vão perdendo e diminuindo o seu potencial crítico frente a esta lógica implacável de midiatização que é igual à mercantilização. Para a autora, esta é uma questão crucial, pois, do cinema mudo às redes telemáticas, as principais instituições sociais foram sendo transformadas por estas tecnologias, que são as mídias. O trabalho, o lazer, as famílias tiveram seus cotidianos invadidos pela programação televisual. Até a Igreja teve que render-se aos apelos da TV e do espetáculo contribuindo também para a construção dessa cultura.

O espetáculo televisivo chega muitas vezes a ser “apelativo”, como disse um dos jovens de nossa pesquisa, e pouco contribui para a valorização da cultura e da educação como disse outro jovem ao avaliar as programações das TVs e das rádios locais. Por um lado, esses apelos evidenciam muitas vezes questões sérias relacionadas à violência, que passa a ser difundida, geralmente, como um meio eficaz de resolver conflitos, como sinal de coragem e meio de obter êxito. Por outro lado, a não violência é considerada como um sinal de covardia e fraqueza, levando os jovens em contato com situações psicologicamente complexas para as quais não têm ainda maturidade para compreender, provocando-lhes conflitos e ansiedades. (BELLONI, 2001).

A cultura midiática dominante vai muito além. Inevitavelmente, essas tecnologias colocam imagens de glamour e sucesso, anúncios sedutores de carros velozes, roupas



caras e outros bens de consumo duráveis, assim como programas que parecem exaltar a eficiência da violência (FEILITZEN e CARLSSON, 2002). Isso vai de encontro com o que a maior parte dos jovens de nossa pesquisa declarou, quando consideraram os meios de comunicação e informação influenciadores potenciais do consumo de bens materiais. Levamos em consideração ainda que essas imagens, anúncios e programas mostrados contribuem para a divulgação de outras culturas, além da cultura do medo, como cultura do sexo, e cultura da beleza, que levam crianças e jovens a socializarem e adotarem costumes referentes a essas representações midiáticas.

3 - MÍDIA-EDUCAÇÃO: uma parceria necessária para a elaboração de novas perspectivas para as juventudes

É impossível imaginar uma sociedade na qual a existência de instituições, processos, práticas ou mecanismos não estejam ligados direto ou indiretamente à educação (FISCHER, 2008) e é nessa perspectiva que a mídia, sendo uma dessas instituições, está estruturalmente vinculada a esse processo. No entanto, realizar a educação aliada à mídia exige um trabalho de preparação anterior dos sujeitos envolvidos. Com o propósito de aliar essas instituições é que desde 1970, vem se desenvolvendo um novo campo do saber e da intervenção, que é a educação para a mídia ou mídia-educação cujo objetivo é a formação do usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de informação e comunicação (BELLONI, 2001).

Considerando a perspectiva, na qual a mídia é vista como um espaço de força e poder capaz de transmitir mensagens, além de atuar na formação da opinião pública em relação a valores, crenças e atitudes, é que a parceria desta com a educação poderá contribuir nos processos pedagógicos, por meio da difusão de conteúdos cívicos e éticos, complementando a educação formal e não formal. Belloni (2001) confirma esse pensamento quando relaciona mídia-educação, como um instrumento de construção da cidadania essencial para o desenvolvimento de práticas educacionais democratizadoras, além de auxiliar na atualização da formação de professores.

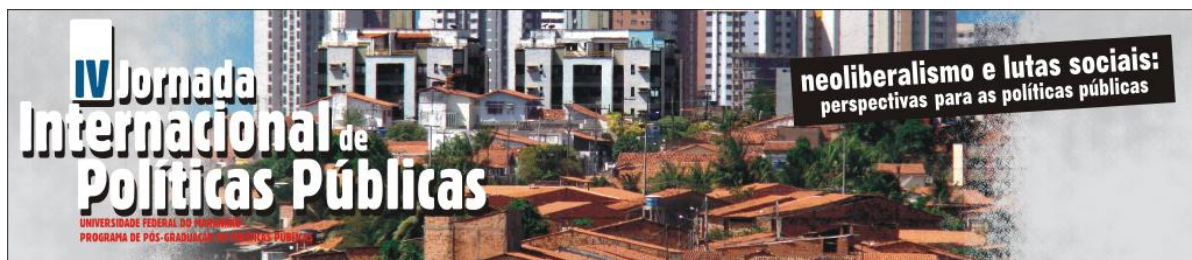


Desvincular as inovações tecnológicas do cotidiano das pessoas é praticamente impossível, como afirma Guareschi e Biz (2005) a existência de um cidadão com endereço e carteira de identidade não parece mais suportar as exigências atuais, é necessário ter um e-mail, estar presente nesse mundo virtual e saber interagir com ele. Os autores falam da necessidade de introduzir o cidadão no mundo tecnológico a partir do que eles denominam de “alfabetização digital”, pois, essa é uma exigência urgente, especialmente, quando se trata do Brasil que se situa numa posição intermediária em relação ao índice de avanço tecnológico, conforme dados da UNESCO (2004). É possível visualizar algumas iniciativas nesse sentido, tais como o Programa de Informática na Escola (PROINFO) e os Telecentros Comunitários que se apresentam como iniciativas importantes, porém, insuficientes para erradicar a exclusão digital.

Há a necessidade, pois, da implementação de políticas públicas que possibilitem a todos e, de modo especial, aos jovens, o acesso a esses meios midiáticos mais avançados e, nesse caso, as instituições educacionais exercem papel decisivo e duplo de incorporar as novas tecnologias em forma de conteúdo de ensino. A escola deve conhecer as significações que as crianças e os jovens têm sobre estas tecnologias a fim de elaborar, desenvolver e avaliar práticas pedagógicas que promovam o desenvolvimento de uma disposição reflexiva sobre o conhecimento dos usos tecnológicos (LITWIN, 1997, p.85).

CONCLUSÃO

Não cabe responsabilizar apenas as mídias, no que se diz respeito ao desenvolvimento das implicações que afligem a juventude, antes disso é necessário levar em consideração a responsabilidade da sociedade em geral e, principalmente, o poder público. As políticas públicas voltadas para os jovens devem considerar especialmente aqueles que, por falta de alternativas, são empurrados para a marginalização e que muitas vezes terminam por manifestar-se negativamente a fim de obter visibilidade social. É preciso criar e renovar espaços que incentivem essas manifestações de forma que esses sujeitos sintam-se valorizados e visíveis e, para isto, a escola e os meios de comunicação são os meios mais estratégicos.



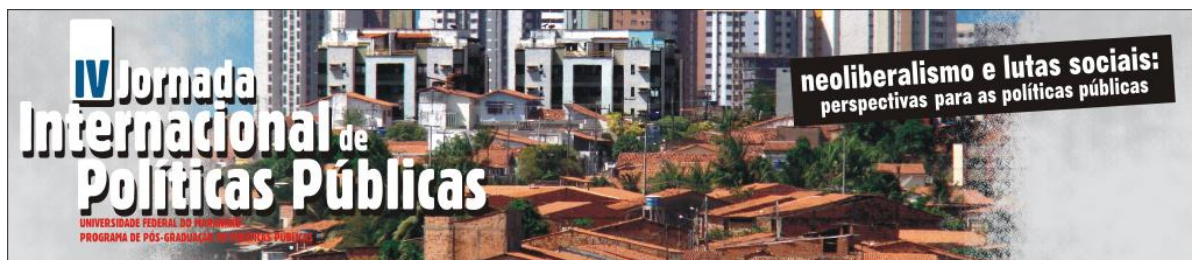
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Miriam; WAISELFISZ, Júlio Jacobo; ANDRADE, Carla Coelho; RUA, Maria das Graças. **Gangues, Galeras, Chegados e Rappers: Juventude e Violência e Cidadania nas Cidades da Periferia de Brasília**. Rio de Janeiro: Garamondy, 2002.

_____. **Juventude, Violência e Vulnerabilidade social na América Latina: Desafios para Políticas Públicas**. Brasília: UNESCO, 2002.

ALVIM, Rosilene; QUEIROZ, Teresa; FERREIRA, Edísio Jr.(orgs.). **Jovens e Juventudes**. João Pessoa: Universitária, 2005.

BELLONI, Maria Luíza. **O que é Mídia- Educação**. São Paulo: Autores Associados, 2001.



BOMFIM, Maria do Carmo Alves do; MATOS, Kelma Socorro Lopes de. (orgs.) **Juventudes, Cultura de Paz e Violências na Escola**. Fortaleza: UFC, 2006.

FEILITZEN, Cecília Von; CARLSSON, Ulla (orgs.). *A Criança e a Mídia: Imagem, Educação, Participação*. São Paulo: Cortez, UNESCO, 2002.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Mídia, Juventude e Educação**: modos de construir o “outro” na Cultura. *Arquivos Analíticos de Política educaticas*, V.16, 2, 2008. Disponível em: <http://epaa.asu.edu/epaa/v16n2>. Acesso em : 03. fev. 2009.

GUARESCHI, Pedrinho A., BIZ, Osvaldo. *Mídia, Educação e Cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

LITWIN, Edith. **Tecnologia Educacional**: política, histórias e propostas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MORIGI, Valdir José; ROSA, Rosane; MEURER, Flávio (Orgs.) **Mídia e Representações da Infância**: Narrativas Contemporâneas. Rio Grande do Sul; Champagn, 2007.

RODRIGUEZ, Ernesto et alii. **Políticas Públicas de/para/com Juventudes**. UNESCO/ Brasil, 2004.