

Educomunicação, Jornalismo e Consumo

Rose Mara Pinheiro

Resumo

A pós-modernidade tem como eixo transversal a lógica do consumo, que perpassa todas as esferas da sociedade contemporânea. Algumas características são marcantes: a ruptura com as utopias coletivas e a menor regulamentação moral. O redimensionamento do espaço público engloba até mesmo os direitos fundamentais de cidadania, educação, saúde, ciência, política etc, valores que se misturam com a prática diária de mercado. Como romper com essa estrutura tão bem montada e enraizada em nossa sociedade, que funde marketing, informação e direitos humanos? A educomunicação propõe a introdução crítica das tecnologias para ampliação das redes abertas de diálogo e participação, assumindo a comunicação como um eixo transversal e quebrando a lógica do consumo, que norteia a produção das informações.

É como consumidor que o cidadão se apodera de seus direitos. Essa frase resume a força preponderante do mercado sobre a sociedade contemporânea, que tem a lógica do consumo como o eixo transversal que atravessa e envolve todas as esferas sociais. A crise de identidade e referências é própria dessa época de transições, quando os valores da modernidade já não valem tanto quanto antes, o que reforça o individualismo, a busca pelo prazer e as incertezas. Sociedade plural e complexa.

Para Lipovetsky (2008, p. 39), o período atual significa um corte em relação a dois séculos de modernismo e equivale à sociedade de consumo:

Existem duas hipóteses centrais para o exame das sociedades ocidentais contemporâneas. Na primeira, sobressai o consumo, a uniformização dos modos de vida, a globalização econômica, a hegemonia de certas marcas e a massificação. Na segunda, observa-se a liberação em relação à tradição, às instituições, à Igreja, ao sagrado, etc, com o conseqüente aumento da autonomia individual.

O redimensionamento do espaço público engloba até mesmo os direitos fundamentais de cidadania, educação, saúde, ciência, política etc, valores que

se misturam com a prática diária de mercado. Canclini (1995, p.20) observa que o poder do mercado e do consumo atua até mesmo na destruição das ferramentas de leitura de mundo.

Há poucos anos pensava-se o olhar político como uma alternativa de leitura do mundo (imaginava-se que, mudando as estruturas políticas, se estaria transformando as relações sociais, tornando-as mais justas). O mercado desacreditou esta atividade de uma maneira curiosa, não apenas lutando contra ela ou exibindo-se como mais eficaz para organizar a sociedade, mas também a devorando, subvertendo a política às regras do comércio e da publicidade, do espetáculo e da corrupção.

Todo esse cenário em movimento é transmitido e transformado pelos meios de comunicação, que com as novas tecnologias ganham um papel fundamental. É através deles que vemos o mundo.

Na pós-modernidade, então, os meios de comunicação assumem um papel fundamental, multiplicando os olhares e a participação da sociedade. A palavra-chave é a interação. Como não temos mais os conceitos definitivos que nos sustentavam, a presença de inúmeros atores sociais, ao mesmo tempo em que, abre o leque de visões, tumultua o entendimento e a compreensão.

É por isso que a comunicação é, sem dúvida, o fator mais importante da pós-modernidade. Falta comunicação na era da Comunicação? Reduzidos os conceitos de persuasão, de dominação e também de subjugação do receptor, numa sociedade pluralista e complexa, a comunicação abre a possibilidade de negociação e identidade, através da interação e da troca de práticas culturais.

Algumas características referentes à comunicação na “Idade Mídia”, como é chamada por alguns a era contemporânea, devem ser repensadas:

- Acúmulo de informações, mas sem reflexão e questionamento;
- Sociedade midiaticizada e mediada pela tecnologia;
- As tecnologias ganham autonomia sobre o próprio homem;
- A diferença está no modo como circula o saber, o modo de produção do conhecimento;

- O importante não é a apropriação, mas a construção do conhecimento.

Diante desse cenário, a meta de formar jornalistas e aqueles estão à frente da comunicação fica ainda mais desafiadora, levando os sujeitos a construírem novos modos de atuação na mídia e por consequência no mundo.

Para Bucci (2000), “a moral da mídia contemporânea é apenas mercadológica”, vivendo o jornalismo em simbiose com a esfera político-econômica. Ele afirma, e estamos plenamente de acordo, que a preocupação atual deve ser com o preparo crítico, a formação ética do profissional e a apropriação do senso de sujeito, cheio de idéias e opiniões. É claro que não estamos propondo uma volta ao jornalismo de opinião, mas uma geração que não ignore seu papel de formação de opinião e o seu uso na ampliação do poder do mercado.

Nesse sentido, carente de reflexão, a produtor de notícia necessita de preparo, de formação, de questionamento. O jornalismo precisa voltar a ser uma atividade intelectual, mais do que reproduzidor de conteúdo.

A professora Dra. Roseli Fígaro liderou uma pesquisa com 538 jornalistas que trabalham em São Paulo e aferiu profundas mudanças no perfil da profissão, identificando que a formação política e crítica desses profissionais foi prejudicada nas últimas décadas.

Uma questão que nos preocupou foi que uma minoria, em torno de 30%, tem noção de que o trabalho do jornalista é fundamental para preservar o direito do cidadão à informação. A maior parte vê a informação como um produto, um negócio. Quando colhemos os depoimentos, alguns deles chamaram a atenção pelo despreparo ou desinteresse desses profissionais com relação aos grandes temas e ao discernimento do papel do jornalista.²

A escola, dessa forma, não deveria simplesmente formar para o mercado. Na contramão da lógica atual, as faculdades e os cursos de jornalismo poderiam oferecer subsídios para que os futuros profissionais

pudessem sim ser inseridos no mercado de trabalho, mas ao mesmo tempo transformar suas práticas.

Aqui é importante apresentar o contexto brasileiro referente aos cursos de graduação em Jornalismo. Segundo a Sinopse da Educação Superior³, realizada em 2013 pelo INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, órgão do Ministério da Educação, o Brasil possui 309 cursos de graduação presenciais na área de jornalismo. Do total de cursos, 80% são oferecidos por instituições particulares, sendo quase 70% concentrado nas regiões Sudeste (49%) e Sul (19%).

A despeito da polêmica sobre a obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo, a procura pelos cursos, que caiu em 2009, voltou a crescer a partir de 2010. Em 2013, o total de ingressantes alcançou a marca de 17.935 alunos, sendo que as mulheres predominam nesse cenário, com 62% das matrículas.

Para refletir sobre como o jornalismo tem atuado em relação aos movimentos populares em época das novas tecnologias, podendo ampliar as vozes e as discussões sobre aspectos de cidadania, direitos humanos, participação e diálogo, realizamos uma pequena e simples análise sobre a representação na imagem, de uma manifestação do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), em São Paulo, no dia 25 de setembro de 2014 contra a falta de água na cidade.

É importante falar sobre o significado de representação para a semiologia: as representações estão incluídas no real, isto é, as próprias representações do real constituem o real. Isso inclui discursos sociais, ora explícitos, como bandeiras, símbolos, pinturas, palavras e expressões, ora implícitos, como o discurso publicitário; que reforçam o papel identitário, de mediação, entre os grupos, consistindo na mediação social.

Analisamos a manifestação a partir do número de imagens comparado a multiplicidade de plataformas nos portais de notícias: Terra⁴, Folha.com/Uol⁵, Estadão⁶, G1⁷ e Veja⁸.

Apesar de o tema da manifestação ser próximo a todos os moradores da capital paulista, o assunto não ocupou grandes espaços na mídia. Apesar de o protesto ter sido realizado numa região de fácil acesso da cidade, Largo da Batata, poucos veículos fizeram a cobertura do evento, optando pela compra de material (texto e fotos) das agências.

Outra consideração importante é que apesar de serem veículos digitais, poucos fazem uso das inúmeras possibilidades que a Internet proporciona, bem como de múltiplas plataformas.

Em síntese, podemos considerar que:

- Discurso homogêneo: fonte Estadão e Futura Press
- Galerias de fotos: Terra (8) e Folha.com (9)
- Vídeo de 2': Estadão
- Todas as fotos com uma única legenda (exceção G1)
- Focos principais:
 - a. Trânsito (como a manifestação atrapalha a locomoção na cidade)
 - b. Curiosidades (dança da chuva e boneco)
 - c. Pequena aglomeração (fotos fechadas)
 - d. Policiais aparecem em grande parte das fotos

Nesse contexto, a Educomunicação deveria ocupar um importante espaço de formação para recepção e, sobretudo, para a produção da notícia. Segundo Soares (2002, p.16 a 25), a Educomunicação ganha fórum de cidadania, fundamentado na informação como fator-chave para a educação. É importante ressaltar que o educador atua justamente na formação de cidadãos, críticos e participativos, preparados para lidar com as novas tecnologias e com o movimento do mundo no século 21.

Entenda-se por Educomunicação um conceito mais abrangente para pensar os fenômenos de ensino-aprendizagem sob as circunstâncias que matizam a vida contemporânea em sua pluralidade de dispositivos técnicos, estímulos à visualidade, desafios suscitados pelos circuitos digitais, instigações provocadas pelas estratégias de produção, circulação e

distribuição da informação e do conhecimento. (CITELLI, 2011, pág. 15)

A relação Comunicação/Educação pode ser um caminho no sentido de resgatar a crítica, desconsiderando posições maniqueístas, mas permitindo a compreensão do processo de inter-relação social e seus desdobramentos na sociedade contemporânea, ensinando as pessoas a ler o mundo de maneira cidadã.

Não acreditamos na tecnologia que transforma por si mesma, de forma autônoma, os indivíduos, alterando o aprendizado de forma progressiva, mas acreditamos sim numa tecnologia que pode servir de plataforma e incentivo ao diálogo, à participação e a uma nova relação entre sujeitos.

Falamos, aqui, não apenas da perspectiva didática do uso das tecnologias, mas da perspectiva civilizatória de conviver com as tecnologias em todos os espaços da vida em família, na comunidade e na escola, reconstruindo seu uso social, no espaço de uma agenda formadora de sujeitos políticos. Estamos na verdade diante de uma questão política, no sentido grego dado ao conceito de “Polis”, imaginando como os atenienses se apropriavam da filosofia para repensarem constantemente seus vínculos mútuos e suas propostas de ação. O que propomos é saber como as tecnologias devem ser assumidas pela ampla comunidade educativa (a escola e seu entorno, somada à família, à mídia e à própria cidade educadora). (SOARES, 2008, p. 53).

A Educomunicação que se preocupa com o diálogo transformador, com a formação de sujeitos críticos, pode ser aplicada aos cursos de graduação de jornalismo, contribuindo para que a discussão sobre a realidade seja frequente e que a capacitação vá além da apropriação da técnica. A comunicação é mais abrangente do que o Jornalismo, do que os próprios meios de comunicação e necessita de profissionais que entendam a dimensão que ela ocupa hoje na sociedade contemporânea.

Referências:

BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, pp. 188-201.

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles. “Sedução, Publicidade e Pós-Modernidade”. IN: MARTINS, Francisco Menezes & SILVA, Juremir Machado da (orgs.). A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre, Sulina, 2008, 2008, pp. 33-42.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. Comunicação & Educação, nº23, São Paulo, 2002, pp. 16-25.

² Em entrevista ao IHU-Online. Disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/521826-a-debil-formacao-politica-dos-jornalistas-entrevista-especial-com-a-professora-roseli-figaro>. Acessado em 5/10/2014,

³ Disponível em <<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acessado em 5/10/2014.

⁴ Disponível em <<http://noticias.terra.com.br/brasil/mtst-protesta-contraracionamento-de-agua-na-periferia-desp.ce635591b3ea8410VgnCLD200000b1bf46d0RCRD.html>> Acessado em 8/10/2014.

⁵ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1522465-mtst-protesta-contraa-falta-de-agua-e-fecha-via-da-zona-oeste-de-sp.shtml>> Acessado em 8/10/2014.

⁶ Disponível em <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,mtst-faz-protesto-em-frente-a-sede-da-sabesp-em-pinheiros,1566124>> Acessado em 8/10/2014.

⁷ Disponível em <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/09/sem-teto-protestam-contrafalta-dagua-com-marcha-ate-sabesp.html>> Acessado em 8/10/2014.

⁸ Disponível em <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/mtst-ameaca-impor-o-caos-com-barricadas-de-pneus-em-chamas>> Acessado em 8/10/2014.

Autora



Rose Mara Pinheiro é Jornalista, Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP, na área de Educomunicação, e bolsista do Programa Nacional de Pós-Doutorado da CAPES na Faculdade Cásper Líbero. Sócia fundadora da ABPEducom (Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais da Educomunicação) e membro do NCE/USP (Núcleo de Comunicação e Educação). Contato: rose_pinheiro@uol.com.br.