

O USO DE ELEMENTOS MIDIÁTICOS NA PRÁTICA PEDAGÓGICA: UMA ANÁLISE DE VÍDEOS

GABRIELA SCHANDER BRAGA¹; IGOR DANIEL MARTINS PEREIRA²; MARTA NÖRNBERG³

¹Universidade Federal de Pelotas – gabischander@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – igorbio86@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – martaze@terra.com.br

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho está vinculado ao projeto de pesquisa “Formação continuada de professores e melhoria dos índices de leitura e escrita no ciclo inicial de alfabetização (1º ao 3º ano do ensino fundamental)”, identificado pela sigla OBEDUC-PACTO. Investiga as ações de formação do Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa (PNAIC), via Observatório da Educação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), sediado na Faculdade de Educação da Universidade Federal de Pelotas.

O presente resumo procura analisar - a partir de trabalhos (projetos e sequências didáticas) organizados pelas alfabetizadoras e apresentados pelas Orientadoras de Estudos (OEs) - um conjunto de vídeos produzidos no evento de formação e socialização do PNAIC, o Seminário Estadual de 2013. O objetivo circunscreve a presença de elementos midiáticos dos meios de comunicação, em específico os televisivos, utilizados pelas professoras em suas práticas pedagógicas, traçando um paralelo entre mídia e educação.

GARCEZ; DUARTE; EISENBERG (2011) e ROSE (2008) apontam sobre a importância da análise de vídeos como produção de material qualitativo. Portanto, seguiu-se e adaptou-se o modelo proposto e avaliado pelos primeiros autores para observação do material audiovisual. Seguindo os moldes dos teóricos para exame em videografações, o objeto de análise deve ser identificado, catalogado e arquivado; após, deve ser feita uma investigação minuciosa dos dados da pesquisa. Os autores também apontam sobre a importância de trabalhar com a imagem, pois ela retrata não só a fala, mas também outras nuances, como entonação de voz e expressões faciais.

Na análise também foram utilizadas as definições da importância do uso de videografações delimitadas por WESTERKAMP; CARISSIMI (2011). A dada influência ocorre pelo fato de o vídeo ter o poder de facilitar a comunicação – já que se trata de uma linguagem audiovisual que permeia o cotidiano. Além disso, o uso do vídeo pode ter inúmeras funções, dentre elas, entende-se que o mesmo pode servir como base para pesquisas qualitativas.

MALDONADO (2002) corrobora suas colocações, a respeito das articulações midiáticas, ao tratar da forma como as mídias estão presentes nas atividades realizadas pelas alfabetizadoras. Também nos reportamos aos conceitos de indústria cultural e cultura de massas – bem como suas causas e efeitos -, desenvolvidos por ADORNO; HORKHEIMER (1985). Ademais, serão utilizadas as colocações sobre a influência da televisão apresentado por CASAGRANDE; VALÉRIO (2012).

2. METODOLOGIA

Os vídeos analisados foram armazenados em HD externo, catalogados de acordo com as temáticas correspondentes e arquivados nos computadores pertencentes ao projeto OBEDUC-PACTO. Sobre a importância de organização do material, GARCEZ; DUARTE; EISENBERG (2011, p. 256) discorrem que “todo o material gravado precisa ser identificado, catalogado e arquivado adequadamente logo depois de produzido, de forma a tornar possível o acesso a cada item e sua análise.”

Para efetuar a catalogação das filmagens, foram utilizados cadernos com classificações prévias feitas de forma manual pelas cinegrafistas responsáveis.

A amostra aqui trabalhada é composta pelos sete primeiros vídeos dos dezoito referentes à mostra de trabalho realizada pelas OEs, no Seminário Estadual do PNAIC de 2013, sendo que um deles foi descartado por não possuir conteúdo para análise. Optou-se pela investigação desses vídeos em razão de serem os sete primeiros; por apresentarem um tempo expressivo de gravação; e por se tratar de um trabalho organizado em resumo expandido.

Tabela 1: Nomeação dos vídeos e tempos de duração.

Nomeação dos Vídeos de Mostra de Trabalho (VMT)	Tempo de duração
VMT1	06:24
VMT2	02:42
VMT3 (descartado)	00:23
VMT4	12:01
VMT5	01:20
VMT6	01:43
VMT7	01:23

Fonte: Material videogravado no Seminário Estadual do PNAIC realizado em 2013.

Sobre a eficiência da pesquisa qualitativa na observação de videograções, WESTERKAMP; CARISSIMI (2011) discorre acerca da possibilidade de ver e rever o conteúdo do vídeo quantas vezes forem necessárias, já que apresenta um caráter permanente e não efêmero, assim não restando dúvidas sobre o tema presente nas gravações. Em vista disso, a metodologia utilizada para apreciação do material produzido partiu do princípio que a transcrição não gera resultados satisfatórios, visto que perde muito de seus detalhes e significados reais. Logo, os vídeos foram assistidos um a um; realizou-se a anotação do nome da OE responsável pela apresentação do trabalho bem como da professora alfabetizadora que realizou o trabalho; foram analisadas as práticas pedagógicas utilizadas nas atividades; e, por último, feita a observação de elementos midiáticos presentes nos trabalhos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de perceber a presença dos elementos midiáticos na prática analisada, utilizou-se a definição de indústria cultural proposta por ADORNO; HORKHEIMER (1985) em que o produto final seria a cultura de massa e, portanto, a difusão e massificação de ideologias, atitudes e pensamentos. No presente resumo, essas características foram analisadas na perspectiva dos elementos midiáticos presentes nos trabalhos apresentados pelas OEs.

ADORNO; HORKHEIMER (1985) objetivam em seus estudos uma análise marxista dos meios de comunicação de massa. Isto posto, elucida-se que os teóricos fazem uso da crítica ao sistema capitalista vigente e a forma como eram feitas as alianças entre mídia e poder – além de criticar a disseminação de ideologias por meio dos veículos massivos. Em meio à Teoria Crítica, discorrem sobre a indústria cultural e sua produção em larga escala e de forma padronizada, difundindo valores, bens e ideias em forma de produtos de consumo.

Dessa produção massificada surge a cultura de massa, fruto dessa indústria cultural. Esse resultado, para ADORNO; HORKHEIMER (1985) e tantos outros frankfurtianos, nada mais é que a disseminação de uma cultura única para atingir um público homogêneo que teria capacidade de ser crítico, porém, estava impedido pelo contexto da época.

Nesse ponto, entram os elementos midiáticos. Eles são efeitos dessa domesticação de estilo que cria padrões e faz com que a mídia seja um canal de distribuição e circulação de educação, cultura e conhecimento – tanto positiva quanto negativamente. Em razão disso, faz-se necessário que sejam criados símbolos construídos pela mídia que sejam identificados e facilmente reproduzidos, já que a sociedade é vista como igual, de forma a receber um mesmo conteúdo.

A problemática da produção de elementos midiáticos apresentada por MALDONADO (2002) endossa o tema dos efeitos provenientes da indústria cultural, visto que o teórico argumenta sobre os processos geradores de culturas que acabam por constituírem modelos a serem seguidos. Assim, o campo difundido por meio das mídias configura uma estratégia na composição das sociedades atuais. Tais asserções podem também ser aplicadas quando analisamos os vídeos, uma vez que, nos trabalhos apresentados pelas OEs participantes do Seminário Estadual de 2013, encontramos elementos que remetem à mídia ou mesmo são frutos midiáticos.

CASAGRANDE; VALÉRIO (2012) ao dissertar sobre a influência da televisão na educação das crianças apresenta a relação de construção do conhecimento que se estabelece, em função da prática ser prazerosa e também porque “mostrar um fato acontecido com a imagem televisiva tem mais força do que somente usar a palavra” (p. 103).

A partir da análise dos seis vídeos que registram a mostra de trabalho feito pelas OEs, foram identificados cinco elementos midiáticos, a saber: Chapeuzinho Vermelho, Saci Pererê, Minnie Mouse, Urso Pooh e Marie. Infere-se, portanto, que os personagens referidos foram utilizados em projetos, atividades ou sequências didáticas para fins educativos.

Por serem personagens populares difundidos pela grande mídia e, principalmente, na televisão, faz-se o seguinte questionamento: por quais motivos foram utilizados esses em detrimento de outros? Por que não poderiam ser utilizadas apenas imagens que remetessem a ilustração de um urso qualquer, contudo, no caso, foi utilizada a representação do Urso Pooh?

Pelas discussões apresentadas no conceito de indústria cultural e cultura de massa, bem como sobre a influência midiática na construção do conhecimento, é importante a reflexão desses conceitos mediante o processo de formação em sala de aula. A mídia e seus elementos midiáticos acabam por, de certa forma, amparar as práticas pedagógicas das professoras em seus projetos e sequências didáticas, dado que as mesmas utilizam personagens que referenciam algum ícone midiático (e em especial televisivo), para motivar, organizar ou “enfeitar” os trabalhos produzidos com as crianças.

Além disso, elementos representativos como os utilizados, podem, em um dado momento, gerar uma identificação por parte dos alunos, já que os meios de comunicação (e conseqüentemente os símbolos que são difundidos por eles) são intrínsecos à sociedade. Tal identificação poderia “ajudar” a professora a concentrar as crianças nas atividades, uma vez que as mesmas conhecem tais elementos e, por vezes, possuem materiais escolares com a representação de algum desses personagens.

Outro ponto interessante a ser destacado é o poder da imagem. A mesma apresenta eficácia superior a qualquer texto lido ou ouvido já que implica na utilização correspondente aos sentidos dos receptores. Por isso, elementos midiáticos como os analisados – predominantemente imagéticos - podem vir a auxiliar o que tange os aspectos da informação e educação.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se com o presente trabalho que, a atuação dos meios de comunicação de massa e, principalmente, da televisão, ao utilizar elementos midiáticos, acabam por auxiliar, de alguma forma, nos processos de aprendizagem. Os personagens identificados são populares na mídia, fato esse que colabora para as proposições acerca da indústria cultural e a conseqüente produção da cultura de massa, visto que os mesmos foram utilizados pelas alfabetizadoras na elaboração de seus projetos e sequências didáticas.

A presença desses elementos na prática pedagógica das professoras, corrobora a hipótese da mídia como (co)produtora de conhecimento, ideias, valores e estilos por meio de, entre outros, o uso de personagens reconhecidos imageticamente. Também foi constatada a notável eficiência do uso de vídeos para análises qualitativas. Embora seja perceptível que o enfoque é delineado a partir dos cinegrafistas responsáveis pelas filmagens, a investigação - por explorar diversos aspectos como imagem, som, expressões corporais e tonalidade da fala -, permite que o trabalho apresente um material empírico com maior competência e riqueza de detalhes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Brasil: Zahar, 1985.
- CASAGRANDE, M.; VALÉRIO, A. C. A influência da televisão na educação infantil. **Advérbio**, Cascavel, v. 7, n.14, p.102-116, 2012.
- GARCEZ, A.; DUARTE, R.; EISENBERG, Z. Produção e análise de videograções em pesquisas qualitativas. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.37, n.2, p.249-262, 2011.
- MALDONADO, A. E. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n.9, 2002.
- ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, M. W. e GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- WESTERKAMP, C.; CARISSIMI, J. Vídeos Institucionais: uma análise comparativa. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Londrina/UEL, maio 2011.