

ENSINO DE HISTÓRIA, MÍDIAS E SUBJETIVIDADES.

UBIRATAN ROCHA – FEUFF

birarocha@ig.com.br

Cinema, rádio e TV.

O acesso ao cinema foi por muito tempo um privilégio dos habitantes dos centros urbanos com renda suficiente para comprar ingressos e ambientados na cultura grafa. O sucesso das chamadas chanchadas, produzidas enquanto a televisão ainda engatinhava no Brasil, deveu-se, sobretudo a identificação do público com tipos engraçados que falavam a língua materna de forma coloquial. Assim, mesmo sendo um entretenimento de massa, o cinema apresentava limitações em relação ao acesso e a decodificação das mensagens.

Ao contrário do cinema, as mensagens veiculadas pelo rádio podiam ser capturadas e decodificadas no recinto do lar, prescindindo do deslocamento das pessoas. Havia, no entanto, a necessidade da compra do aparelho receptor e da disponibilidade de energia elétrica. A exclusão em relação ao rádio foi, inicialmente, mais econômico-especial e menos cultural, uma vez que havia a preocupação em se adequar o conteúdo da programação ao gosto e ao nível cognitivo do público ouvinte.

O avanço da eletrificação, o crescimento da migração para os grandes centros urbanos, o progressivo aumento da renda nacional e o barateamento dos aparelhos democratizaram a recepção das ondas radiofônicas. O rádio e o cinema haviam se tornado, já nos anos 30, no início do primeiro período Vargas (1930-1945), grandes instrumentos de propaganda e de mobilização das massas urbanas.

Com a introdução da TV nas residências, as mesas em torno das quais as famílias se alimentavam, conversavam e recebiam visitas foram sendo substituídas pelos sofás e poltronas, dispostos em direção ao aparelho de TV. A sala (de jantar, de visita, de estar...) transformou-se, na maioria dos lares, em sala de assistir televisão.

A programação pensada, inicialmente, para alcançar apenas uma pequena parcela da população com maior poder aquisitivo, passou com o tempo a ser direcionada para as massas; vale dizer, para um público com pouco ou nenhum grau de escolaridade. À semelhança do rádio, a expansão da TV independeria da existência de um mercado constituído por usuários da palavra escrita.

A TV ao exibir filmes dublados em substituição aos legendados, ampliou o acesso do grande público analfabeto ou pouco familiarizado com a leitura à produção cinematográfica estadunidense. Tal fato, se de um lado reforçou o uso da língua portuguesa falada como fator de integração nacional, de outro ampliou a introdução de padrões culturais dominantes na sociedade norte-americana. As telenovelas, por sua vez, inspirando-se em temáticas nacionais, rurais e urbanas, remetiam de volta para a população imagens, mesmo com uma estética às vezes sofisticada, com as quais podiam facilmente se espelhar. Tratava-se de incorporar um público com baixa percepção intelectual ao mercado consumidor de imagens, um público que, por si, dificilmente se apropriaria de determinados conceitos que lhe permitisse ver para além do senso comum mostrado no monitor.

Mais do que as mídias anteriores, a TV pelo seu alcance e penetração no cotidiano das pessoas passou a exercer uma grande influência nos costumes, nos padrões éticos e estéticos das pessoas.

Centralidade e capilaridade da TV.

Durante a ditadura civil-militar (1964-1985) as emissoras de TV, concessões do Estado brasileiro, desempenharam um papel-chave para difundir uma visão de mundo que se afinava, ao mesmo tempo, com os interesses econômicos internos dominantes e com as estratégias estadunidenses de hegemonia, numa fase marcada pela Guerra Fria. Independentemente da censura oficial (ou em consonância com ela), uma instância decisória interna à emissora ditava a linha ideológica a ser seguida: o que deveria ser, a cada momento do jogo político, permitido, ressaltado ou escamoteado e o que deveria

ser, simplesmente, proscrito da programação. A censura incidia sobre acontecimentos, temas, palavras e personagens políticos. A TV Globo, fundada no ano seguinte ao golpe de 1964, é um exemplo disso: ao mesmo tempo em que a emissora apoiava e era apoiada pela ditadura, empregava profissionais consagrados egressos da esquerda: “os meus comunistas”, como Roberto Marinho, carinhosamente, a eles se referia.

A difusão de imagens a partir de um centro decisório e a capilaridade do alcance da TV, alcançando os chamados grotões, demandaram novos arranjos político-ideológicos, renovando alianças com antigas oligarquias políticas estaduais, tendo em vista, agora, um novo formato de controle e de ordenação política das massas. Não foi, pois, por acaso que uma grande parte de concessões de emissoras de rádio e TV, (sobretudo em fins dos anos 80) foi entregue a políticos vinculados a tradicionais esquemas de poder. Mesmo após a restauração democrática (1985), nenhum presidente foi eleito sem que as mais importantes mídias participassem das negociações para a escolha do candidato a presidência da República ou o tivesse, posteriormente, chancelado.

Entretanto, o principal compromisso da TV não é, propriamente, com personagens políticos, gestores do Estado burguês. Eles podem, num certo momento, ser favorecidos em termos do espaço que ocupam na programação e, num outro, simplesmente esquecidos. O que está na essência do jogo é o papel que a TV joga na manutenção da lógica capitalista, cuja essência é a acumulação de capital. Daí a necessidade estrutural de mecanismos, nem sempre perceptíveis, que visam, nos diferentes programas, escamotear ou suavizar as lutas de classes em disputa pela apropriação de parcelas do produto social.

A centralidade da televisão contribuiu para acelerar a construção de um imaginário social povoado por sonhos consumistas e por valores calcados mais no sucesso individual – a lógica passada pelos filmes norte-americanos que dividem as pessoas em vitoriosos e derrotados - e menos nas antigas utopias políticas voltadas para a solidariedade e equidade social.

Embora interligados, há que se distinguir o papel estratégico da TV enquanto peça-chave na macro-política de suporte ao processo de acumulação do capital, dos interesses econômicos específicos das emissoras de TV em busca de telespectadores, condição necessária para a valorização do tempo vendido para os anunciantes.

Ao contrário dos produtos a venda nas prateleiras dos mercados, fidelizar o consumidor, no caso da televisão, significa atender, a partir de um certo padrão de expectativa, as demandas por novidades da parte dos telespectadores. Significa que no horário e no programa previsto encontrarão o tipo de novidade que esperam. A fidelidade que se procura preservar é em relação ao programa e, por conseguinte, ao canal que transmite o programa.

Escola de massa e TV.

A implantação da escola de massa no Brasil se deu pela agregação de mais espaço (prédios escolares e salas de aula) e mais gente: professores e alunos de faixas etárias e camadas sociais até então excluídas do processo de escolarização. Já a expansão da TV decorreu das possibilidades representadas pelos avanços tecnológicos. As transmissões via satélite facilitaram a organização de algumas empresas de comunicação em redes nacionais, agregando afiliadas nos diferentes recantos do país. Assim, enquanto novas tecnologias eram incorporadas pelas emissoras de televisão, melhorando a qualidade técnica da programação, as tecnologias de ensino utilizadas em sala de aula permaneceriam praticamente inalteradas.

Duas vertentes convergiram, historicamente, para o estabelecimento da escola de massa: a emergência das disciplinas escolares e a racionalização do espaço-tempo escolar. Recortadas do vasto campo do conhecimento humano e seriadas a partir de graus crescentes de dificuldade, as disciplinas possibilitaram, a um só tempo, uma nova divisão do trabalho docente e a formação de trabalhadores intelectuais, os professores especialistas, para ministrá-las. Os alunos agrupados no espaço sala de aula, tomando-

se por base patamares cognitivos aproximados, são submetidos a um currículo segmentado por critérios epistemológicos, didáticos e cronológicos.

A nova ordenação do conhecimento (as disciplinas escolares) e de pessoas no espaço-tempo (as classes de alunos, os horários de aula e os anos letivos) têm uma matriz racional similar à capitalista. Barateado o custo do ensino (e aí se inclui o preço da força de trabalho do professor) foi possível aumentar a “oferta do serviço educação” e conseqüentemente do contingente da população escolarizada. Este tipo de organização escolar, embora semelhante à lógica da linha de produção fabril, demanda, no entanto, um tipo de trabalho que é fundamentalmente artesanal: o planejamento e a execução de aulas.

A TV, do mesmo modo que a escola, precisou desenvolver uma *didática* própria, uma vez que se propunha a alcançar um público vasto e heterogêneo. Hoje, em praticamente todas as partes do mundo, as crianças antes de freqüentar a escola já se tornaram telespectadoras. Assim, dentre as apropriações efetuadas pela TV - as linguagens e estéticas inspiradas no rádio, na imprensa, no teatro, no circo e no cinema - pode-se incluir, também, a função de educar.

Em muitos lares, conforme dissemos, a sala de estar, pensada tradicionalmente para o convívio familiar, se transformou num cômodo destinado a assistir a TV. Em certas circunstâncias, mesmo sem incluir o grupo-turma, este cômodo equivale a sala de aula. Embora não-sistematizados e voltados, em sua maior parte, para o entretenimento, os conteúdos televisivos têm, para o grande público, efeitos educativos. Eles fazem parte do currículo mais amplo, que é constituído pelo “somatório” das múltiplas vivências das pessoas. São, portanto, conteúdos passíveis de escolarização; isto é, passíveis de serem re-apropriados pelo currículo escolar e trabalhados pelo professor em sala de aula.

TV, internet e subjetividade.

A grande oferta de informações visuais hoje disponíveis tem relegado para um segundo plano alguns importantes processos psíquicos coletivos de elaboração e de

decantação de imagens. Nas novelas do rádio, por exemplo, o que importava não era a aparência dos atores, mas a sonoridade das suas vozes, que poderiam ser associadas a determinados personagens imaginados pelos ouvintes. Assim, ao mesmo tempo em que as mensagens eram decodificadas, imagens arcaicas da memória poderiam ser recuperadas para compor cenas, situações e personagens a partir do que se ouvia.

Em sala de aula, do mesmo modo, as narrativas do professor poderiam ser transformadas em hipóteses visuais pelos alunos, mas que dificilmente seriam confirmadas, tal a pobreza dos referenciais iconográficos dos livros didáticos da época.

Na década de 1970, paralelamente a expansão da TV a cores, os livros didáticos foram ampliando o número de imagens. Alguns possuíam relativamente mais espaço dedicado às imagens do que aos textos escritos. Ao que parece, a profusão das ilustrações foi a forma mercadológica encontrada pelas editoras para tornar o livro didático mais atraente, sintonizando-o com os novos tempos. Contudo, nem sempre as ilustrações estavam em sintonia com os textos escritos apresentados. Por outro lado, os professores, de um modo geral, estavam pouco atentos ou possuíam pouca familiaridade com a leitura e a interpretação das imagens.

Se comparada com a década de 70, a escola lida hoje com situações mais complexas. Mesmo tendo uma clientela ambientada na cultura visual (a velocidade dos cortes, os diferentes ângulos e perspectivas dos filmes que os alunos assistem), a escola, de um modo geral, não é suficientemente ágil para capturar, analisar e contextualizar as imagens que influenciam o modo como alunos, e mesmo os professores, concebem o mundo. Por outro lado, o computador pessoal associado à internet de banda larga, assumiu funções que transcenderam em muito os tradicionais aparelhos receptores, como os rádios e os televisores. O computador interligado a rede rastreia, captura, arquiva, recupera e emite mensagens a um baixíssimo custo.

Essas máquinas interativas, que dialogam entre si e com os seus diferentes usuários, ao que tudo leva a crer, seguirão os passos das tradicionais mídias eletrônicas,

alcançando camadas pobres da população e colonizando diferentes cômodos das residências.

Crianças e adolescentes com suas visões de mundo e expectativas moldadas pelas antigas e novas mídias continuam, entretanto, sendo aculturados pela escola, ou seja, por um ambiente interativo, face-a-face. Os contrastes entre esses dois mundos tendem a se ampliar. Antes do início das aulas, alguns professores pedem aos alunos que desliguem os aparelhos celulares. Os aparelhos celulares, hoje o principal alvo da chamada convergência digital – recebem e enviam e-mail, captam sinais de tv, fotografam, tocam MP3 - ultrapassaram os muros da escola.

A escola, em face da sua baixa autonomia, encontra-se numa situação de inferioridade em relação às demais organizações que competem entre si pela atenção do público. Trata-se de uma disputa para que as pessoas se tornem telespectadoras, ouvintes de rádio, leitoras de jornais, livros e revistas, assíduos freqüentadores de igrejas, trabalhadores produtivos, estudantes responsáveis em relação às tarefas do lar etc. Assim, o que as diferentes organizações sociais disputam entre si é, fundamentalmente, o tempo das pessoas. Os estudantes brasileiros, em sua maioria alunos de escolas de tempo parcial, não estão à margem dessa disputa. Eles constituem um importante segmento do mercado consumidor de conteúdos, disputado por diferentes mídias.

Os principais contendores em disputa pela atenção dos estudantes são, no entanto, de um lado a TV, que investe na inércia do corpo para que a visão e a audição possam acompanhar as falas e as imagens em movimento; e de outro, os jogos interativos, sobretudo os da internet, que, também, imobilizam o corpo, exceto as mãos para que os jogadores possam dar conta dos desafios oferecidos pelas diferentes modalidades de games.

Essas duas formas de entretenimento desenvolveram eficientes procedimentos, recursos didáticos e conteúdos para a captura da atenção e para a formação de hábitos. Embora não-sistematizadas, ambas são formas de ensino-aprendizagem. Até o internetês, “dialeto” usado por adolescentes na internet, mesmo na contra-mão da norma

culta da língua, é uma forma eficiente de comunicação, em face da rapidez das demandas interativas.

Dentre os vários desafios da escola hoje, o principal é encontrar formas de re-apropriação dessas novas tecnologias, incorporando-as ao cotidiano escolar. Há que se investigar, no entanto, formas de diálogo entre essas novas linguagens e os conceitos e teorias já sedimentados nas disciplinas escolares. Em relação ao ensino de História os principais desafios, além dos metodológicos, são a captura e a contextualização dos acontecimentos registrados em imagem em movimento, já que as principais fontes documentais são propriedade de agências de notícias ou de empresas de comunicação que têm plena consciência do custo de conservação do acervo e do valor de mercado dos seus arquivos.