

Reformular etiquetas

José Ignacio Aguaded-Gomez, professor da Universidade de Huelva, tem dedicado a carreira de investigador, internacionalmente reconhecida, a “vincular” duas áreas inseparáveis: comunicação e educação, que entende serem “sectores básicos para o desenvolvimento da sociedade, o progresso cultural e a formação de cidadãos mais democráticos e participativos”. Fundador do Grupo Comunicar (organização com 21 anos de existência, formada por professores e jornalistas da Andaluzia “implicados” na promoção da educação mediática), Aguaded-Gomez é o director da «Comunicar», revista científica ibero-americana de comunicação e educação que reúne artigos de investigação sobre as ligações possíveis entre a escola e os media [www.revistacomunicar.com].

É assim tão importante vincular comunicação e educação?

[Risos] Não se pode educar sem comunicação, nem comunicar sem educação. A verdadeira comunicação educativa é ética, valoriza os direitos humanos e da infância e promove o desenvolvimento da personalidade e das pessoas. Parte da premissa de que quando se comunica se educa (por isso, fazem falta comunicadores mais implicados no mundo educativo), mas também de que educar é fundamentalmente comunicar. Um educador que não comunica está condenado ao fracasso. É preciso educar pensando que as novas gerações são mediáticas, digitais e vivem na ‘sociedade em rede’.

A educação está desfasada da ‘rede’?

Continuam a existir muros, quando hoje o conhecimento está na ‘nuvem’. no entanto, é verdade que nem todo o conhecimento que está na rede é válido. Mas não cabe à educação meter conhecimento na cabeça. Antes, saber como organizar o conhecimento que existe. Deixando para trás uma etapa onde o professor era a enciclopédia que ensinava, hoje estamos numa fase em que o conhecimento está ‘no ar’.

Os professores sabem disso...

Todavia têm uma mentalidade de ‘imigrante digital’. Poucos professores souberam submergir-se em profundidade na nova geração. Poucos entraram nas redes sociais, fizeram cursos activos sobre internet. Pela primeira vez na história, encontramos professores que não têm interiorizado o conhecimento que têm de transmitir. Perante isto, cria-se a desconfiança e esse abismo de considerar que tudo o que vem dos media é negativo e nefasto para a educação. Por isso os educadores têm de assumir que a sociedade está a mudar e é necessário formarem-se para formar as novas gerações.

Que já nasceram na era digital...

E consomem de forma compulsiva e massiva. Mas esse consumo intuitivo não significa uma compreensão inteligente dos media.

Não gera conhecimento?

Um consumo inteligente baseia-se no conhecimento de códigos. Aprendemos a ler e a escrever porque entendemos os códigos da leitura e da escrita, e o mesmo deveríamos fazer com a televisão, a internet e os videojogos, aprendendo a raciocinar sobre esses meios e a descobrir os seus discursos e as suas tecnologias. Só assim teremos capacidade de nos apropriarmos dos media de forma criativa e inteligente, rentabilizando-os na nossa vida de modo activo. Um consumo massivo não garante um visionamento activo. Ao contrário do que se passa com os livros (em que lendo muito se adquire léxico, sintaxe e pragmática), no código visual há um primeiro nível interpretativo, muito intuitivo, que conduz a uma maior absorção do meio, mas não à sua compreensão. Por isso, a literacia para os media pretende fomentar uma interpretação crítica das mensagens dos meios.

Qual é a situação da Educação para os Media em Espanha?

Espanha e Portugal partem de uma situação muito parecida – a diferença está nos países nórdicos, que descobriram a EpM muito antes. Há experiências isoladas muito interessantes nas escolas, aulas práticas, mas falta agora a convergência. Do mesmo modo que os media estão a convergir (a televisão, os telemóveis não são os mesmos de há dez anos), faz falta uma convergência de discursos sobre educações mediáticas, no sentido de mobilizar quem trabalha estas questões para acções que visem a formação das famílias, das associações, dos educadores e dos próprios meios de comunicação.

Há falta de sensibilidade para estas questões?

O principal problema da educação mediática é a tomada de consciência que é necessária. Todos os dias comemos,

bebemos, dormimos e vemos televisão como um acto instantâneo da nossa vida. Por isso, a formação para os meios é basilar para uma cidadania mais inteligente e democrática. As pessoas têm de ser críticas das mensagens dos media; e ser capazes de interpretar um fim comercial ou um poder por detrás a impor uma política. Do mesmo modo que num hipermercado se diferenciam as marcas, ou se selecciona um filme numa sala de cinema, é preciso formar para que ao consumir um produto de televisão, internet ou videojogos tenhamos um conjunto de chaves interpretativas para usar.

Voltando à Escola, há espaço no currículo espanhol para debater os media?

Os currículos vão crescendo e exige-se cada vez mais à escola. Não se retira nada das disciplinas clássicas (História, Matemática, Conhecimento do Meio), mas exige-se a educação ambiental, para a saúde, cívica... Portanto, falta um reposicionamento da finalidade da escola. Se queremos formar cidadãos livres e críticos, temos de admitir que grande parte da sociedade está condicionada pelos meios de comunicação. E a escola não pode passar à margem desta realidade. não que seja a única a ter responsabilidade formativa, mas por ser um sector fundamental. Por isso, será necessário actualizar conteúdos, procurar outras metodologias.

Os professores espanhóis também se queixam da extensão dos currículos, como os portugueses?

O currículo tem de ser modificado radicalmente. Temos um currículo baseado em disciplinas e ciências clássicas que também estão em discussão. A segmentação de conteúdos, hoje, possivelmente fará menos sentido do que há 20 anos. Então, seria fundamental ir transformando o conteúdo conforme as necessidades sociais.

Defende que os media “etiquetam” a realidade. Podemos falar em gerações etiquetadas, em vez de mediáticas?

[Risos] A mente, quando processa, etiqueta. Temos de simplificar, porque a realidade é muito ampla. Mas o problema em relação aos media é que etiquetam por ti. Se não fores capaz de reinterpretar essas etiquetas, são outros que estarão a pensar por ti. Por isso, um dos princípios fundamentais da educação mediática é reformular as etiquetas que os media criam.

Andreia Lobo (entrevista)

Joana Rodrigues (fotografia)