

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

TALINE TOSSI DOS SANTOS

**DO MEIO À MEDIAÇÃO EDUCACIONAL:
O SUJEITO POPULAR E SUAS PRÁTICAS CULTURAIS NA TELEVISÃO
COMERCIAL ABERTA**

MARINGÁ

2013

TALINE TOSSI DOS SANTOS

**DO MEIO À MEDIAÇÃO EDUCACIONAL:
O SUJEITO POPULAR E SUAS PRÁTICAS CULTURAIS NA TELEVISÃO
COMERCIAL ABERTA**

Artigo apresentado ao Curso de Pedagogia, da Universidade Estadual de Maringá (UEM), como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciado em Pedagogia.

Orientação: Profa. Dra. Renata Marcelle Lara

MARINGÁ

2013

TALINE TOSSI DOS SANTOS

**DO MEIO À MEDIAÇÃO EDUCACIONAL:
O SUJEITO POPULAR E SUAS PRÁTICAS CULTURAIS NA TELEVISÃO
COMERCIAL ABERTA**

Artigo apresentado ao Curso de Pedagogia, da Universidade Estadual de Maringá (UEM), como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciado em Pedagogia, sob orientação da Profa. Dra. Renata Marcelle Lara, aprovado em 8 de novembro de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Renata Marcelle Lara
Universidade Estadual de Maringá – UEM
Orientadora

Profa. Ma. Iris Yae Tomita
Universidade Estadual do Centro-Oeste – Unicentro
Membro

Prof. Me. Vinícius Durval Dorne
Centro Universitário Cesumar – UniCesumar
Membro

AGRADECIMENTOS

Neste momento final da longa caminhada que representaram os quatro anos do curso de graduação em Pedagogia, agradeço, primeiramente, a Deus, por ter me concedido a vida, a saúde e a fé necessária para que eu superasse todas as dificuldades.

Agradeço aos meus pais, Zilda Aparecida Tossi dos Santos e Milton Borges dos Santos, pelos exemplos de força, garra e dedicação, e pelas orações para que me mantivesse firme diante dos obstáculos. Também, à minha irmã, Talita Tossi dos Santos, pelo constante apoio (mesmo que tímido).

Ao meu futuro esposo, Renato Pereira dos Santos, pela companhia, carinho, e apoio emocional (com muitos chocolates para afastar o estresse), e por compreender a minha ausência ao seu lado nas incontáveis vezes em que precisei cumprir com os compromissos do curso nos finais de semana. Obrigada, também, à minha sogra Nena e tia Preta, pelos deliciosos almoços e lanches enquanto me dedicava aos estudos e pelo apoio técnico na realização dos trabalhos manuais que embelezaram os meus estágios.

MUITO OBRIGADA, Profa. Dra. Renata Marcelle Lara, principalmente pela paciente orientação para que este trabalho de conclusão de curso se concretizasse. E a todos os professores e professoras que fizeram parte da minha formação como pedagoga e como pessoa. Vocês serão sempre grandes exemplos, nos quais vou me espelhar ao exercer a profissão docente.

Agradeço, ainda, à Profa. Ma. Iris Yae Tomita e ao Prof. Me. Vinícius Durval Dorne, por terem aceitado o convite para participar da Banca Examinadora deste trabalho e por suas importantes contribuições.

Finalmente, às minhas colegas de turma que se tornaram minha família ao longo do curso. Especialmente, à Josi, Fran, Fabi e Déia, por estarem presentes, compartilhando dos bons e divertidos momentos, assim como daqueles que nos faziam ter vontade de nunca estar aqui; por sempre acreditarem na minha capacidade e me inspirarem a dar/fazer sempre o meu melhor. OBRIGADA! Foi um grande prazer ter a companhia de vocês.

DO MEIO À MEDIAÇÃO EDUCACIONAL: O SUJEITO POPULAR E SUAS PRÁTICAS CULTURAIS NA TELEVISÃO COMERCIAL ABERTA

Taline Tossi dos Santos

RESUMO: Este artigo apresenta resultados de pesquisa bibliográfica que investiga o sujeito popular e suas práticas culturais na televisão comercial aberta brasileira, por meio dos Estudos da Cultura latinoamericanos, visando à possibilidade de mediação educacional. Considera-se, nessa perspectiva, que a televisão participa, de forma significativa, da formação dos sujeitos na contemporaneidade, seja de maneira informal ou formalizada, ao mesmo tempo em que a compreensão do sujeito popular como sujeito cultural e a forma como isso pode ser trabalhado por meio de/a partir da sua representação midiaticizada favorecem um trabalho educacional que se apropria da mídia no processo de ensino-aprendizagem. Interroga-se, portanto, como o sujeito popular e suas práticas culturais se significam e são significados na televisão, e de que maneira nos permitem vislumbrar tal possibilidade de mediação educacional. O referencial teórico dos Estudos da Cultura latinoamericanos se apresenta, nesta pesquisa, centralmente nas/pelas contribuições do filósofo Jesús Martín-Barbero, cujas investigações se voltam, entre outros, para estudos dos meios, das mediações e dos sujeitos culturais. O percurso da pesquisa aponta para a possibilidade de mediação educacional no contexto escolar, a partir do trabalho docente realizado com base na compreensão do professor sobre a cultura e o sujeito popular veiculados pela televisão, pois, ainda que este meio os *re-signifique*, apresenta traços de sua identidade.

Palavras-chave: Sujeito popular. Televisão. Mediação. Estudos da Cultura. Educação.

Introdução

Ao tematizar “Do meio à mediação educacional: o sujeito¹ popular e suas práticas culturais na televisão comercial aberta”, problematizamos como o sujeito popular e suas práticas culturais se significam e são significadas na televisão, e de que maneira tal interpelação nos permite vislumbrar a possibilidade de mediação educacional. Mobilizados por tal incômodo é que investigamos o sujeito popular e suas práticas culturais na televisão comercial aberta brasileira, por meio dos Estudos da Cultura latinoamericanos, visando a tal possibilidade de mediação.

¹ Trabalhamos com a noção de sujeito e não de indivíduo, na perspectiva de Martín-Barbero, considerando o sujeito cultural constituído em sociedade, em meio a determinações sócio-históricas. Ressaltamos a influência que Martín-Barbero recebe de historiadores culturais e também da Psicanálise.

Amparamo-nos no referencial dos estudos latinoamericanos, especialmente em teorizações do filósofo Jesús Martín-Barbero, por este versar sobre o fato de que a relação dos meios tecnológicos com os sujeitos é perpassada por mediações. O autor (2009, p. 261) pontua que “[...] o eixo do debate [sobre a relação comunicação-cultural] deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”. Ainda, ao discorrer sobre hipóteses de mediações na televisão, propõe que as mediações são “[...] lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 294).

A abordagem de Martín-Barbero (2009) leva a observar que as mediações se encontram em funcionamento desde a lógica da produção até a recepção dos meios. Estão inscritas nas relações vivenciadas pelas pessoas, proporcionando-lhes conhecimentos que as influenciam no modo de ver e significar a mídia, mas, ao mesmo tempo, inscrevem-se no próprio fazer midiático, pois os meios se utilizam de dispositivos simbólicos, como a "simulação do contato"² (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 295), a fim de se aproximar do público. A partir disso é que pensamos “Do meio [televisão] à mediação educacional”, pois entendemos que a escola é um desses lugares em que múltiplas culturas podem se encontrar, ser visibilizadas, discutidas, comungadas. Nela, também vivemos diversas relações que interferem nos nossos modos de ver e compreender o que está no entorno, incluindo as transmissões midiáticas.

A transferência de foco, das mídias (meios) para as mediações, faz-se compreensível pelo entendimento de Martín-Barbero (2009) sobre a capacidade que estas mediações têm de alterar os sentidos dos produtos culturais de massa. Ao contrário do que pode parecer, a televisão nem sempre corrompe o popular ou deturpa o que é próprio da sua cultura, pois o que traz em si são representações da realidade. Ao receber tais representações, este público dá significado ao que vê, o que não permite que sejam meros receptores, mas também produtores de sentidos. A partir desta perspectiva teórica é que tematizamos do meio (TV) à mediação educacional, partindo da compreensão do sujeito popular e de suas práticas televisonadas, vislumbrando a possibilidade de se trabalhar educacionalmente a compreensão desse sujeito como não meramente sufocado pelo midiático, mas valorizado em suas potencialidades, de certa forma, postas em circulação na/pela TV.

² Sobre a "simulação do contato", citada por Martín-Barbero (2009, p. 295), discorreremos, posteriormente, ao nos aprofundarmos sobre os lugares de mediações propostos pelo autor.

Martín-Barbero, embora seja utilizado mais frequentemente como referência em estudos advindos do campo comunicacional, oferece contribuições relevantes à Educação por permitir, com seus estudos, que compreendamos processos culturais que podem ser abordados no âmbito da educação escolar. Tal perspectiva dos Estudos da Cultura pelo viés investigativo de Martín-Barbero, ao possibilitar repensar o sujeito popular como produtor de cultura e sua circulação/abordagem pela televisão, oferece aos professores reflexões cabíveis à Educação, uma vez que, cada vez mais, a mídia se faz presente na vida das pessoas, que tendem a se identificar³ com os conteúdos por ela veiculados. Em outras palavras, assumimos Martín-Barbero como opção teórica, em vez de um autor próprio da educação, pela possibilidade outra que nos oferece de visualizar a educação a partir de outro viés e porque escolhemos trabalhar com o conceito de mediação sustentado por este autor.

Tratando-se de uma pesquisa de cunho centralmente bibliográfico, construímos nosso trajeto teórico inicial partindo de três livros de Jesús Martín-Barbero intitulados *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (2009), *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva* (2004), escrito em co-autoria com Germán Rey, e *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura* (2004). Posteriormente, fomos dialogando com artigos do autor e trabalhos de outros autores que nos permitiram desenvolver o tema.

Norteados pelo pressuposto de que a educação não acontece apenas restrita ao ambiente escolar formal(izado), e que, portanto, é possível de acontecer em outros lugares, por intermédio de outros meios que abordam aspectos culturais da sociedade, o interesse pela realização deste trabalho surgiu a partir do contato com obras e ideias de Martín-Barbero, que buscam compreender a cultura a partir dos Estudos da Cultura latinoamericanos. Sendo que, em especial, nosso interesse se volta às suas abordagens do popular e da cultura, pensando a circulação televisiva.

A pesquisa se justifica, em âmbito acadêmico, pelo fato de que uma abordagem do sujeito popular e de suas práticas, pelos Estudos da Cultura, para observação de como são significados e significam na/a televisão, possibilita problematizar a nossa própria compreensão de cultura e dos sujeitos populares para que possamos instigar um (re)pensar formas de se trabalhar questões culturais envolvendo o popular e o massivo na Educação.

³ Tomamos a identificação como um processo percorrido pelos sujeitos, muitas vezes não intencional, mas nem sempre automatizado, em que se reconhece na/a mídia. Um processo atravessado pela relação entre a vida desses sujeitos com o que veem na televisão.

Da mesma forma, a temática se justifica para o campo profissional pela tentativa de, a partir de elementos teóricos, conceituais e contextuais sobre a significação dos sujeitos na mídia televisiva, discutir e compreender essa midiatização como possível de ser trabalhada no contexto educacional. Isso significa a possibilidade de empreender, na área da Educação, estudos sobre o sujeito e a cultura na mídia televisiva, sendo que a TV, no contexto atual, pode ser concebida como um meio que participa ativamente da formação de um sujeito não reduzido a mero *telespectador*, no sentido passivo do termo, mas como alguém pensante, capaz de reelaborar o conteúdo/discurso televisivo. Embora a televisão tenha sido pensada para entreter e não para educar, por ela as pessoas se identificam, apreendem, aprendem e reformulam sentidos. Deste modo, compreender como o sujeito popular e suas práticas culturais se significam e são significados na/pela mídia permite explorar essa conjuntura no contexto e espaço educacional, apontando para uma possível discussão no interior da prática docente.

Ressaltamos que a temática aqui apresentada, desenvolvida por uma abordagem bibliográfica, não se propõe a apresentar fórmulas ou procedimentos/metodologias de análise da televisão comercial aberta. Os casos mencionados envolvendo programas de televisão são apenas a título de exemplificação. Mesmo porque, não há como propor um trabalho analítico, frente ao nosso incômodo, sem que antes se compreenda – *por* meio de quais e *em* meio a quais condições teóricas – como (re)pensar os sentidos possíveis para os sujeitos veiculados pela televisão e o meio de veiculação, na relação com a cultura. Portanto, ao apresentar e discutirmos teoricamente a temática desta pesquisa, abrimos a possibilidade de que outros trabalhos venham a apontar para tratamentos analíticos capazes de esboçar procedimentos de análise, mobilizados por esta iniciativa.

Para fins de apresentação organizativa de nosso percurso investigativo, estruturamos este artigo em quatro momentos. No primeiro, intitulado “A Cultura (do/popular) na abordagem latinoamericana dos Estudos da Cultura”, conceituamos o que se constitui como cultura e cultura (do) popular por esta abordagem. Em seguida, sob o título de “Sujeito popular, práticas culturais e circulação televisiva”, procuramos entender o sujeito popular e suas práticas, de modo a saber como tal sujeito se apresenta/significa e é apresentado/significado em funcionamento televisivo. Num terceiro momento, denominado “Sobre a possibilidade de mediação educacional”, buscamos discutir, a partir das compreensões desse sujeito popular e de (suas) significações em funcionamento televisivo, a mediação educacional como possível. Por último, a título de “Considerações”, fazemos nossas conclusões acerca do que foi tratado ao longo do trabalho.

A Cultura (do/popular) na abordagem latinoamericana dos Estudos da Cultura

Considerando que, em âmbito acadêmico, a escola não é tida como único espaço no qual se adquire o conhecimento, concebe-se que a formação educacional se dá também em outras instâncias, entre elas a familiar, a religiosa, a comunitária e a midiática.

Tendo em vista o vasto desenvolvimento da tecnologia e a facilidade de acesso aos meios como rádio, internet e à própria televisão, as pessoas se encontram e se comunicam, ainda que fisicamente estejam a quilômetros de distância. A TV, particularmente, marca-se como um meio de identificação dos brasileiros. Nela e por meio dela, assim como em outras redes comunicativas, culturas entram em intercâmbio e as pessoas se (re)conhecem, de alguma forma, *nas* e em meio *às* representações televisivas. Como bem destacou Martín-Barbero (2004, p. 30), a “[...] experiência cultural latinoamericana desse fim de século [o autor se refere ao fim do século XX] não pode ser pensada fora das novas estruturas comunicativas da sociedade”. Com isso, compreendemos que, estando a televisão entre estas estruturas, fica visível sua intrínseca relação com a cultura.

O que passa na tela da TV resulta de um

[...] olhar que lê e escreve ‘para nós’. Este olhar, o que fabrica as imagens, é bastante menos o do olho – consciência – da câmera ou do diretor e mais o dispositivo social, ideológico, que, enquanto conjunto de regras, enquanto código, materializa o processo de produção que regula o processo de emissão (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 102).

Dessa forma, não se trata meramente de conteúdos veiculados, conduzidos e direcionados pela consciência de quem os produz. Como propõe Martín-Barbero (2004, p. 104), a cultura do povo, a cultura popular, interfere na cultura maciça, que é exposta pela TV, “[...] transformando o sentido das expressões e dos conteúdos”.

Ainda que a televisão controle, de certa forma e até certo ponto, o que produz e exhibe para seus telespectadores, ela não exerce um domínio total do público, pois

[...] a mídia tem brechas. Ainda que tentem racionalizar, em termos de marketing, a influência sobre as pessoas, o que elas veem na TV, o que elas pensam a partir do que veem na TV [...] tudo isso nunca será controlado. Não que não haja certos níveis de controle. Há, sim, mas o controle nunca será na mesma medida em que os comerciantes acham que controlam. (MARTÍN-BARBERO, 2003)⁴

⁴ Entrevista concedida por Jesús Martín-Barbero ao Programa “Roda Viva”, em 2003.

Além disso, conforme Martín-Barbero (2003), as brechas estão ligadas, entre outras coisas, às expectativas das pessoas, mesmo que de forma inconsciente e não intencional. Isso aponta para o fato de essas brechas se expressarem, principalmente, por meio do posicionamento delas a respeito do que veem na TV. Posicionamento possível porque a televisão estabelece em seu funcionamento uma relação com a(s) cultura(s) – reproduzida(s), reelaborada(s), alterada(s) – dos sujeitos que se põem em relação com as imagens veiculadas, ao assistirem a elas.

A cultura, por sua vez, faz “[...] parte das condições de existência e de trabalho do sujeito humano” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 73). A partir dela constroem-se traços e características da vida de cada sujeito, seus costumes, comportamentos, tradições, modos de se comunicar, dentre outros. Como propõe Martín-Barbero (2004), a cultura é heterogênea, expressa de inúmeras formas, dependendo do local em que está inserida, e de outros aspectos sociais, econômicos e políticos. Para o estudioso, há cultura audiovisual, cultura letrada, cultura oral, cultura política, cultura musical, dentre tantas outras.

A cultura produzida nas diversas comunidades de socialização humana vai passando, ao longo do tempo, como sinaliza Martín-Barbero (2004), por remodelações, a partir das quais se formam novas identidades⁵ diante da reformulação dos sentidos que se dão às características locais da comunidade ou, mais além, da cidade, do país, ou seja, do local e do nacional. Essas remodelações se devem, em grande parte, aos

[...] movimentos urbanos que se constituem, hoje, ao mesmo tempo desde a experiência cotidiana do desencontro entre demandas sociais e instituições políticas, e desde a defesa de identidades coletivas, de formas próprias de comunicação. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 155)

Tais movimentos sociais, que contam com a união de integrantes de culturas diversas, lutam pela representação política e, ao mesmo tempo, encontram nas diferenças um caminho para a democracia. Diante disso, como expõe Martín-Barbero (2004, p. 156), em meio a essa

⁵ Com base em Martín-Barbero (2004, p. 288), ao considerar que as identidades, no contexto das culturas audiovisuais, eletrônicas, têm “[...] temporalidades menos longas [...] capazes de amalgamar ingredientes de universos culturais muito diversos [...]”, e de sua proposta de que as identidades “[...] se constituem e tramitam [...] na família, no bairro, onde se mora junto a amigos e vizinhos” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 147), compreendemos que as identidades, no plural, constroem-se ao longo do tempo, fruto de um processo histórico e das relações sociais e vivências culturais desses sujeitos em comunidade. Ainda, empregamos a expressão identidade pensando-a como “um movimento na história”, advinda de uma perspectiva materialista do discurso, apresentada pela linguista e analista do discurso Eni Orlandi (2002, p. 98), para significar a identidade como especificidade cultural em sua diversidade e movimento.

mobilização de novas socialidades, põem-se “[...] contra a discriminação social e a exclusão cultural [...]”.

Mais que ser parte da(s) identidade(s) de um grupo ou de uma comunidade, a cultura é mediação. No campo de pesquisa envolvendo comunicação e cultura, para Martín-Barbero (2004; 2009), a cultura é pensada também como uma mediação entre as pessoas e o meio de comunicação. Esta mediação se dá pela forma como a cultura, ao ser exposta pelo meio televisão, ainda que manipulada, *re-significada*⁶ e fragmentada, permite aos receptores se reconhecerem nela. Ao mesmo tempo, a cultura própria dos telespectadores corrobora para que se posicionem em relação ao que veem na mídia. Deste modo, a cultura tem sua parcela na ligação que aquele meio mantém com seu telespectador. Nesta perspectiva, se a cultura funciona como mediação entre o público e a televisão, ela é também mediação entre o meio de comunicação e a Educação.

A respeito da cultura como identidade, Martín-Barbero (2004, p. 139) alerta que esta é “[...] associada predominantemente ao espaço das culturas populares [...]”. Tal afirmação nos leva a atentar ao fato de que, comprovadamente, vivemos em uma sociedade marcada por culturas diversas e, portanto, não temos apenas diferenças culturais, como também uma pluralidade de culturas com as quais convivemos dia a dia.

Como aponta o autor, a sociedade é multicultural não só em termos de gêneros e etnias, mas também no que se refere às formas de se comunicar, de adquirir conhecimento e se informar. Esta multiculturalidade, segundo Martín-Barbero (2000), vem ocorrendo atualmente por meio das culturas letrada, oral e audiovisual, que agem, de forma entremeada, na vida das pessoas. A partir disso, entendemos que os usos dessas culturas múltiplas são visíveis, por exemplo, quando as pessoas leem um livro ou notícias no jornal; quando passam uma para as outras informações, fofocas, normas sociais ou marcas de sua cultura de boca em boca; e quando assistem à televisão, pondo-se em relação com um jogo de cores, sons e imagens que chamam a atenção e instigam a curiosidade.

Ainda sobre a questão da cultura, Martín-Barbero (2004) nos leva a ver o que se constitui como popular e cultura popular ao explicar o que não se caracteriza como tal. Neste sentido, o autor explica o conceito de cultura popular está sendo pensado erroneamente em grande parte das instituições acadêmicas e de administração, de duas formas: uma positivada,

⁶ Todas as vezes que empregarmos o termo *re-significada* e suas derivações, buscaremos marcar o duplo jogo entre significar (retomada, em parte, de sentidos já em funcionamento) e ressignificar (atribuição de outros sentidos). Ao empregarmos o termo ressignificado ou ressignificados, como construção unificada, nosso foco será para o sentido de ressignificação, ou seja, outros sentidos.

em que se entende o popular como cultura resistente ao tempo e que se mantém integralmente tal como foi criado; e outra negativada, em que o popular é pensado como algo criado a partir da cultura da elite, um subproduto. Quanto ao popular, este não representa, como muitos consideram, “[...] o atraso, a ignorância, a indolência e a superstição a ser superados para finalmente sermos modernos” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 140).

Na América Latina, o popular dispõe de uma especificidade histórica que o configura como “[...] espaço denso de interações, de intercâmbios e reapropriações, o *movimento da mestiçagem*. Porém, de uma mestiçagem que é processo não puramente 'cultural' mas dispositivo de inter-relação social, econômico e simbólico” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 140, grifos do autor). Nessa perspectiva, o popular considerado pelos Estudos Culturais latinoamericanos, especialmente para o autor em questão, não é aquele que remete a um tempo remoto, em oposição ao que é moderno, mas sim a uma mestiçagem não somente cultural, mas existente em outras relações, como a social.

Para Martín-Barbero (2004), há também o

[...] popular-maciço: isto é, o maciço como negação e mediação histórica do popular. Pois a cultura maciça é negação do popular na medida em que é uma cultura produzida para as massas, para sua massificação e controle, isto é, uma cultura que tende a negar as diferenças verdadeiras, conflitivas, reabsorvendo e homogeneizando as identidades culturais de todo tipo. O maciço é, então, a imagem de si próprias que estas devem interiorizar para que cotidianamente seja legitimada a dominação que aquela exerce. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 121)

Deste modo, o popular e o maciço se relacionam. Para Martín-Barbero (2004, p. 121), “[...] o maciço é, também, mediação histórica do popular, porque não só os conteúdos e as expressões populares, mas também as expectativas e os sistemas de valores, o ‘gosto’ popular, estão moldados pelo maciço [...]”. Contudo, deixando claro que há uma relação, mas que nesta o popular não é passivo diante do maciço, o autor propõe a existência do “popular urbano” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 145), provindo da dinâmica urbana – constituída, entre outras coisas, pela “[...] identificação das ofertas culturais com os meios maciços [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 145) – e das resistências do popular, por meio das classes populares, à opressão hegemônica. Esta resistência, que tem traços do maciço, consiste nas tentativas das classes populares em modificar de alguma forma o que está a sua volta de forma a lhe dar mais características do que é particular de sua própria cultura. Como se tem visto, assim como a cultura, o popular também não é homogêneo. Ele assume, como destaca o

autor, caráter de memória, ou seja, expressão de uma cultura negada, mas que aparece nas práticas sociais e culturais, nos hábitos da sociedade.

Outro significado que se tem dado ao termo popular, e que provém dos sistemas hegemônicos de comunicação, conforme Canclini (2011, p. 259-260) – pesquisador latinoamericano de cultura que dialoga com Martín-Barbero – “[...] segue a lógica do mercado. ‘Popular’ é o que se vende maciçamente, o que agrada a multidões”. De acordo com o autor,

[...] não interessa ao mercado e à mídia o popular e sim a popularidade. Não se preocupam em preservar o popular como cultura ou tradição; mais que a formação da memória histórica, interessa à indústria cultural⁷ construir e renovar o contato *simultâneo* entre emissores e receptores. [...] O popular [também] não consiste no que o povo é ou tem, mas no que é acessível para ele, no que gosta, no que merece sua adesão ou usa com frequência. (CANCLINI, 2011, p. 260-261, grifos do autor)

Como pontua Canclini (2011, p. 260), “para o mercado e para a mídia o popular não interessa como tradição que perdura”. Interessa arraigado no conceito de popularidade, que acaba por levar a televisão a veicular uma cultura de massa ou para a massa. É relevante esclarecer, como expõe o autor, que antes que surgisse o termo cultura massiva, a sociedade já havia passado pela massificação. Segundo o pesquisador, a massificação ocorre desde a colonização dos países americanos, período de formação dos Estados Nacionais, quando a cultura e a religião dos colonizadores foram impostas aos habitantes dos países colonizados, assim como quando os mesmos receberam uma educação monolíngue que substituiu suas especificidades linguística. Muito antes, portanto, de surgirem os meios de comunicação como o rádio e a TV. Já tendo esta noção de cultura massiva formada, os meios de comunicação se situam neste processo de massificação, pela sua capacidade de integrar o país, agregando e veiculando as culturas como uma totalidade.

Ainda de acordo com Canclini (2009, p. 23), “a cultura contemporânea não pode desenvolver-se sem os públicos massivos, nem a noção de povo – que nasce como parte da massificação social – pode ser imaginada como um lugar autônomo”. Neste sentido, o autor esclarece que, para a mídia, influenciada pelo mercado, a noção de povo diz respeito a um grupo de pessoas que se constitui como um possível “[...] lugar do tumulto e do perigo [...]”

⁷ O termo indústria cultural diz respeito “[...] ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente, mas através de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geram [e para, além disso, faz relação com] [...] o que é produzido e o que acontece com os receptores [...]” (CANCLINI, 2011, p. 257).

(CANCLINI, 2011, p. 260) ou, dizendo de outra maneira, “[...] massa social compacta que avança incessante e combativa rumo a um porvir renovado” (CANCLINI, 2011, p. 280). Para ele, esta ideia de que o povo luta incessantemente é um grande engano. Canclini (2011, p. 280) esclarece que a noção de povo existe “[...] com o sentido contraditório e ambíguo dos que padecem a história e ao mesmo tempo lutam nela [...]”. Assim, a nosso ver, o povo é formado por pessoas, com interesses e culturas que se entremeiam, mas que não são homogêneas; espaço de conflitos, mas também de tolerância e permissividade frente a determinados acontecimentos sócio-históricos.

Sujeito popular, práticas culturais e circulação televisiva

Tendo tratado sobre a noção de cultura e cultura (do) popular pela abordagem dos Estudos da Cultura latinoamericanos, interessa-nos agora entender como o sujeito popular e suas práticas se apresentam/significam e são apresentados/significados em funcionamento televisivo. Para tanto, é relevante observarmos que o processo de globalização trouxe às pessoas novos modos de ver a sociedade e novas necessidades, como a de se apropriar de formas outras de se comunicar e informar. Isso fez com que esta sociedade se tornasse cada vez mais midiaticizada.

No espaço do audiovisual, tomando como exemplo a televisão, foram incluídas, conforme destacam Martín-Barbero e Rey (2004, p. 112), empresas como a Rede Globo aqui do Brasil, que se faziam “[...] à custa de moldar a imagem desses povos em função de públicos cada dia mais neutros, mais indiferenciados⁸”, como propunha o processo de globalização. Em sociedades midiaticizadas, as pessoas e, por conseguinte, as suas culturas, apresentam-se na televisão e por ela são apresentadas, seja nos noticiários diários ou nos programas de entretenimento doméstico e nas novelas.

Representados na tela da TV, esses sujeitos adquirem significados que podem ser ou não característicos de suas especificidades. Este meio de comunicação expõe o que produz, sob a égide de um modelo capitalista de produção, que tem como finalidade a venda, o consumo e o lucro. Por isso, tende-se à exploração do popular como produto. Contudo, diante da necessidade de fazer-se identificável ao público, o meio também se vale de características e do funcionamento do popular. Nesta utilização do popular pela TV, embora se inscrevam, de

⁸ Martín-Barbero e Rey (2004) apontam que essa ideia de neutralidade e indiferenciação cultural são efeitos dos meios de comunicação enquanto espaços mercantilizados, atendendo ao processo de globalização.

alguma forma, traços da especificidade do popular cultural, não se trata de um espelhamento, mas também de remodelações e modificações. Assim, como propõe Canclini (2009, p. 23),

nem a cultura de elite, nem a popular, há tempos incorporadas ao mercado e à comunicação industrializada, são redutos *incontaminados* a partir dos quais se pudesse construir outra modernidade alheia ao caráter mercantil e aos conflitos atuais pela hegemonia.

Ainda que integradas ao mercado e por ele influenciadas, “[...] as culturas populares reconstituem dia a dia seus modos de afirmação” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 142). Dessa forma, o sujeito popular reage ao que lhe é imposto pela sociedade capitalista, buscando se manter fiel às suas práticas culturais. Não fiel no sentido de se conservar os costumes sem transformações, pois assim estaríamos considerando-a como a-histórica. Mas, no sentido de recordá-los e revivê-los da forma mais parecida possível com o que é representado, dentro das possibilidades sociais. Isto pode ser visto, como exemplifica Martín-Barbero (2004), em uma rádio do setor popular de Lima, no Peru, em que as produções da própria comunidade são apresentadas à população por meio de uma linguagem coloquial. Ali, à sua maneira e por meio de sua cultura própria, as pessoas se encontram, identificam a si mesmas, às suas vidas, e suas memórias.

O que se configurou como expressão do popular na cidade de Lima, aqui, no Brasil, mais especificamente na cidade de Maringá-PR, com exemplo semelhante, apresenta-se, na maioria das vezes, como massivo. Um programa de cunho jornalístico da televisão aberta, transmitido para a cidade de Maringá-PR e região, apresenta como conteúdos notícias dessas cidades e nelas/em meio a elas manifestações sociais e culturais dos sujeitos. Seu apresentador e repórteres utilizam de linguagem coloquial, buscando ser entendidos por um público variado. Diferentemente do que nos levaria a acreditar se tratar de conteúdos representativos dos sujeitos populares em suas especificidades na relação com as comunidades das quais participam, o programa apresenta uma abordagem fortemente sensacionalista, expressando o massivo, ou seja, aquilo que, como já destacamos na seção anterior, tem por fim apenas ser facilmente entendido pela população e ser aceito, sem questionamentos, como se fosse natural, pelas maiorias.

Quando dizemos que os conteúdos dos noticiários, das novelas e de outros programas exibidos nos meios maciços de comunicação e informação, principalmente na televisão, são trabalhados com a pretensão ser aceitos pelas maiorias, não estamos afirmando que os telespectadores destes programas não se manifestarão de alguma maneira sobre o que veem.

Afinal, os telespectadores não são meramente receptores, dominados, que demonstram cumplicidade com o que veem. Como propõe Martín-Barbero (2004), na relação televisão e receptores, quem vibra diante das “boas notícias” e das vitórias dos jogos de futebol, chora diante das tragédias ou se identifica com o que a TV apresenta de mais diversificado, não é simplesmente cúmplice dos meios, mas se opõe a eles e os contesta a sua maneira, com os instrumentos que tem, com a sua cultura, seus saberes provenientes das inúmeras relações vivenciadas que influenciam seus modos de ver a televisão.

Ao apresentar sua pesquisa sobre o que denominam o “estatuto pedagógico da mídia”, Fischer, Marcello e Schwertner (1999) discutem a relação entre tecnologia, mídia e produção de sujeito, presentes no objeto de análise deles: os telejornais. As autoras expressam que a própria TV deixa implícito, por meio da construção de discursos sobre ações e formas de pensar, sua concepção do que é ser sujeito social, ou seja, como as pessoas devem agir nas suas relações em sociedade.

A partir disso, a pesquisa dessas autoras aponta que os sujeitos também são significados nos telejornais – e nós ampliamos esta significação à TV – a partir de técnicas como a forma com que são dispostos o som, as imagens ou os textos, empregadas na organização da TV e relacionadas à incitação feita às pessoas para que falem de si mesmas,

[...] da própria intimidade, dos seus atos e gestos nos mínimos detalhes [...] Assim, aquele que cometeu um crime, que executou uma ação não aceita socialmente, torna-se aqui sujeito falante, sujeito confessante – falando e confessando uma verdade sobre si, produzida a partir de todo aquele aparato da mídia [...] Trata-se de uma estratégia pela qual de certa forma se produz aquele sujeito individual e, igualmente, os demais sujeitos, no caso, os telespectadores, que se reconhecem nesse gesto de olhar para si e dizer ‘a’ verdade. (FISCHER; MARCELLO; SCHWERTNER, 1999, p. 9)

Conforme Fischer, Marcello e Schwertner (1999, p. 5), esses aspectos têm como fim legitimar este meio como espaço de “[...] constituição de identidades sociais e culturais, bem como de subjetividades”.

Compreendemos, também, que os sujeitos são ressignificados/significam a/pela televisão, no gênero televisivo telenovela. No Brasil, este gênero narrativo apresenta, por volta dos anos de 1970, um modelo então denominado moderno, “[...] que, sem romper de todo o esquema melodramático, irá incorporar um realismo que possibilita a ‘cotidianização da narrativa’ e o encontro do gênero com a história e com algumas matrizes culturais do Brasil” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 120). Isso permite que cada vez mais o que se apresenta na TV se pareça, como efeito, com a realidade vivida pela população nas

comunidades e ofereça às pessoas a emoção que, aparentemente, desejam para suas vidas, pois, muitas vezes, o que passa na TV tende a figurar como uma realidade melhorada do que a que vivem cotidianamente. As personagens são representações dos atores para os papéis escritos pelo autor da obra. Os atores estudam para desempenhá-los, para dar a suas personagens as características que o local onde a trama se passa carrega, desde o gosto musical até o modo de falar. Mas, esta cultura ganha novos significados na televisão, dependendo do horário que a novela será transmitida, qual público se quer atingir, quais *merchandising* serão feitos, dentre outros. Em contrapartida, por vezes o que se passa não é intencional, até porque quem produz os programas, por exemplo, nem sempre intenciona algo relativo ao que faz.

Conforme Martín-Barbero e Rey (2004), a telenovela, que substituiu na televisão o teleteatro nos anos de 1960, adquiriu, desde aquela época, *status* de gênero de massificação. Naquele momento, era produzida com propósito de ser consumida pela massa e, para tanto, apresentava como conteúdo a representação daquela sociedade para que as pessoas com ela se identificassem. A telenovela de hoje, que ainda carrega estas características, passou a ter telespectadores em outros países no mundo. Internacionalizou-se, e, com isso, novos temas foram agregados a ela, assim como se passou a investir mais nos estudos para compor os personagens, os contextos em que se passa a trama e os diálogos que nela se desenvolvem. Indo ao encontro desta ideia, os autores ainda nos expõem que a televisão é uma mídia que “[...] convoca hoje as pessoas, como nenhuma outra, mas o rosto de nossos países que aparece na televisão é um rosto contrafeito e deformado pela trama dos interesses econômicos e políticos, que sustentam e amoldam essa mídia” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, 114).

Um exemplo da massificação da cultura pela telenovela está em uma novela brasileira, exibida em rede nacional e para canais no exterior, em que uma das personagens se apresenta como ícone do *funk*: cantora e dançarina, com corpo escultural, cantando músicas que remetem à vulgarização da mulher como objeto sexual. Ainda que este ritmo seja uma das culturas musicais, principalmente das periferias da cidade onde se passa a história da trama, a cidade de São Paulo, a cultura aí retratada não é expressão genuína do sujeito popular. Ao visualizar as cenas desta personagem, o que vemos é a representação de um popular massivo, por meio da extravagância nos gestos, no comportamento etc. A personagem é resultado de uma construção midiática para atender aos anseios do mercado. Ela e sua música são, nesse sentido, um produto à venda.

Essa característica de maciço como predomínio da cultura de massa se passa em diversos programas e pode até ser uma característica geral das emissoras da televisão aberta

brasileira. É objeto de identificação das massas e ganha o gosto mesmo de nós, que estudamos sobre este assunto. Como entende Dufrenne (1974 apud MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 121), “[...] é nessa cultura que hoje as massas investem desejo e da qual extraem prazer”. Esta cultura cativa a população, mas há o outro polo, o da resistência de que viemos falando o longo do trabalho, há questionamentos por parte da população sobre essa cultura expressa na mídia.

Apesar dessa postura tendenciosamente massificadora da televisão, Martín-Barbero e Rey (2004, p. 114) apontam que ela “constitui um âmbito decisivo de reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, tanto as dos povos como as de grupo”. Isto nos permite entender que a televisão, em sua contradição constitutiva, é, ao mesmo tempo, reprodutora de sentidos naturalizados socialmente e possibilitadora de outros sentidos em circulação. Ou seja, pode reproduzir sentidos estereotipados para o popular, mas, também, permitir que o popular, como cultura, se coloque à visibilidade ou se visibilize como sujeito cultural. Embora haja na televisão a representação de um popular massificado, também se faz presente o popular como marca da cultura cotidiana, remodelada pelas necessidades que as condições de vida impõem às pessoas. A TV inscreve estes dois populares em seu funcionamento.

Se considerarmos que a televisão é um meio em que circulam informações e a cotidianidade dos sujeitos integrantes dos diversos espaços de socialização humana e que os sujeitos recebem dela uma significação, mas também se significam a sua maneira, reportamos ao fato de que em dados momentos este meio não é meramente massivo, e possibilita que a cultura popular circule por ela e signifique nela e/ou para além dela. Há na televisão a expressão do popular por meio, por exemplo, da apresentação de grupos populares de dança de rua, da exibição de festas típicas regionais e em outras diversas situações em que o popular se faz presente, seja por um gestual, uma palavra ou expressão, uma forma, mesmo inconsciente, de se destoar do modelo padrão industrializado, homogeneizado, forjado. Neste sentido, o popular se inscreve no massivo.

Quanto ao popular massivo, ainda podemos dialogar com Canclini (2011), quando este discute que popular retratado pela mídia tem como finalidade o atendimento ao mercado. Como destaca o autor, interessa aos meios de comunicação o popular no sentido de popularidade, que “[...] é medida e regulada pelas pesquisas de opinião” (CANCLINI, 2011, p. 260), não sendo lugar de conflitos como o é as relações heterogêneas constituídas como expressão do popular cultural. Assim, o popular é entendido, pela TV, como expressão do que é de acesso fácil e barato à população e que ganha seu gosto.

Como foi visto até aqui, demarcamos que o popular, na perspectiva dos Estudos Culturais latinoamericanos, especialmente a partir das contribuições do filósofo Martín-Barbero, apresenta dois sentidos básicos no cenário televisivo. O primeiro é o popular massivo/massificado e o segundo é o popular cultural. O popular no sentido massivo ou “maciço”, como dispõe Martín-Barbero (2004), é aquele que, por fins mercadológicos, tende a ser significado como tal. Neste sentido, ele é tido como um produto homogêneo que se produz especialmente para as massas, com fim de ser apropriado facilmente por elas. Já o popular com sentido cultural é aquele que mesmo expresso em meio ao massivo, ao se significar, inscreve-se nele.

Sobre a possibilidade de mediação educacional

Tendo em vista que, tal como compreendemos, a televisão ocupa lugar privilegiado na sociedade, colocando-se numa perspectiva diretiva de o que ver, como ver e como significar, como apresentado nas seções anteriores, torna-se relevante que a escola abarque a TV e seu funcionamento em suas discussões cotidianas e planejadas, integrando temáticas relacionadas a ela em atividades desenvolvidas com os alunos e trabalhando com eles de forma a possibilitar modos de ver/ler este meio de comunicação, entre outros, indo além do uso instrumental da televisão.

Ao considerar que no decorrer deste artigo versamos sobre as formas com que a cultura e a cultura (do) popular são expressas/funcionam na televisão, assim como os sujeitos se significam e são significados neste meio, e ainda sobre as suas especificidades básicas, referindo-nos especialmente à televisão comercial aberta brasileira, com base nos pressupostos teóricos dos Estudos Culturais latinoamericanos, agora nos dedicamos a compreender a relevância de se abranger e trabalhar tal discussão na escola.

Como observa Martín-Barbero (2000, p. 55),

a escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados. Essa diversificação e difusão do saber, fora da escola, é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta ao sistema educacional. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 55)

Este advento é associado pelo autor às mudanças que ocorrem na sociedade em decorrência do surgimento de um ecossistema comunicativo⁹, que traz consigo a velocidade do acesso às informações e ao conhecimento fragmentado. Tal ecossistema se insere na escola por meio da utilização que os alunos fazem de recursos e meios informacionais, comunicativos e tecnológicos que potencializam a sua interação com outras pessoas, e também pelos próprios professores, que, na maioria das vezes, só utilizam esses recursos e meios de forma a instrumentalizar a aula.

Neste sentido, ao discorrer sobre a relação da cultura com a Educação na Colômbia do final do século XX, Martín-Barbero (2000) expressa que há ainda uma resistência, por parte do governo daquele país, em aceitar tal relação. Diante disso, a relação de ambas, cultura e educação, com a televisão encontra-se em desacordo com o que se presencia na realidade daquela sociedade. Embora a cultura e a educação sejam apresentadas pela TV, esta “[...] não é vista como um meio para fazer/criar cultura, mas apenas para transmitir, difundir e divulgar” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 51). Ou seja, a população faz uso da televisão, sua cultura é expressa nela e com ela se aprende, mas o campo específico da Educação não a abrange.

O autor mostra que na América Latina há esses descompassos no campo da Educação, sendo que outro deles é a resistência da escola e de muitos professores em relação às formas de comunicação não impressas, como a TV. Muito disso se deve a “[...] uma desmoralização crescente dos professores – deterioração salarial, escassez de recursos, não-renovação de equipes – que os torna fortemente resistentes a qualquer inovação ou melhoramento na qualidade” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 335).

No contexto brasileiro, a nosso ver, mesmo desmotivados, os professores buscam conhecimentos além dos que estão impressos nos livros, utilizam recursos midiáticos em suas aulas, recorrendo às mídias audiovisuais para produzi-las, ou seja, tendem a utilizar a mídia apenas como aparato técnico. No entanto, estão inseridos em escolas que, de forma geral, como entende Martín-Barbero (2004), reconhecem o saber apenas na cultura letrada, na comunicação impressa, não incentivando estudos aprofundados sobre as mídias que se inserem na escola principalmente pelo interesse dos alunos.

⁹ Martín-Barbero (2000) nos permite compreender que fazem parte dos ecossistemas comunicativos as dinâmicas entre cultura e educação articuladas à comunicação, ultrapassando, porém, o âmbito dos meios. Nesse contexto, os saberes são descentralizados do espaço formal de aquisição do conhecimento, que é a escola, e são disponibilizados em outros ambientes nos quais circulam múltiplos conhecimentos e informações. Assim, estes ecossistemas comunicativos estão presentes, por exemplo, no conhecimento disposto nas redes de internet ou nos programas televisivos que os alunos comentam, dentre outros.

Tendo em vista este problema a ser enfrentado, também pela Educação brasileira, é relevante entender que embora as mídias audiovisuais hoje façam parte da cultura da população – o que nos “obriga”, no sentido do comprometimento, como educadores, a compreendê-las e discuti-las com os alunos de modo a também produzirem conhecimento *sobre* –, elas não são substitutas dos livros. Afinal, como dispõem Martín-Barbero e Rey (2004, p. 61, grifos dos autores),

[...] o livro continua e continuará sendo a chave da *primeira alfabetização formal* que, em vez de se fechar sobre si mesma, deve hoje pôr as bases para essa *segunda alfabetização* que nos abre as múltiplas escrituras, hoje conformando o mundo do audiovisual e da informática. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 61, grifos do autor)

Esta primeira alfabetização de que versam os autores diz respeito ao ensino da leitura e da escrita a partir do livro e para o livro, ou seja, da cultura letrada. Esta, segundo entendem os autores, deveria abrir os caminhos para o que chamam de segunda alfabetização, que consiste na alfabetização para a leitura das multimídias e da informática. Como destaca Martín-Barbero (2000),

o problema está em saber se a escola vai ser capaz de ensinar a ler livros não só como ponto de chegada mas também de partida para outra alfabetização, a da informática e das multimídias. Isso implica pensar se a escola está formando o cidadão que não só sabe ler livros, mas também noticiários de televisão e hipertextos¹⁰ informáticos. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 57)

Essa variedade de conteúdos demonstra que, de acordo com o que propõe Fischer; Marcello e Schwertner (1999, p. 3), a cultura se encontra em um novo estado “[...] caracterizado, sobretudo por uma ampliação dos lugares em que nos informamos”. Como propõem as autoras, este advento reivindica uma escola em que os meios de comunicação e informação não sejam inseridos apenas para servir como facilitadores das aulas, como quando se substitui o quadro negro por uma projeção ou quando se assiste a um filme ou vídeo que demonstre o que o professor expôs, para fugir da linguagem livresca, mas que sejam utilizados com a finalidade de propiciar uma leitura crítica e analítica das mídias. Para tanto, é fundamental formar professores que saibam não somente manipular fisicamente esses meios, mas que também compreendam seus elementos, entre os quais, no que se refere à televisão,

¹⁰ Hipertexto consiste em uma “[...] escrita não sequencial, mas sim montagem de conexões em rede que, ao permitir/exigir uma multiplicidade de percursos, transforma a leitura em escrita” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 59).

"[...] estruturação dos textos, seleção e encadeamento de imagens, sons, pausas, palavras, trilhas sonoras" (FISCHER; MARCELLO; SCHWERTNER, 1999, p. 3), a fim de se portarem como críticos em relação à cultura veiculada pela mídia.

Dessa forma, pensamos que poderia ser discutido na escola sobre os estereótipos, muitas vezes, atrelados à cultura que se veicula na TV, assim como o que se constitui de fato como a cultura vivida pelas comunidades ou que por elas é resgatada, de forma a analisar criticamente este meio de acordo com suas particularidades comunicativas e informacionais. Esta seria uma forma de integrar cultura, comunicação e educação no interior das instituições educativas, de maneira que fosse possível desenvolver aquilo que aqui estamos chamando de mediação educacional.

Para definir o que entendemos por mediação educacional, antes retomamos contribuições de Martín-Barbero (2009) sobre as mediações. Como apresentado na Introdução deste artigo, o autor, ao discorrer sobre "dos meios às mediações", esclarece uma mudança de foco ao pensar sobre a relação comunicação e cultura, no sentido de que, para entender essa relação, não basta pensar sobre as lógicas de produção¹¹ dos meios (mídias) – na qual entendemos que se insere, por exemplo, a elaboração dos conteúdos da TV amparados no fim da mercantilização –, mas também as relações existentes no percurso entre o processo de produção dos conteúdos midiáticos e a sua recepção, ou seja, as mediações.

No livro *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Martín-Barbero (2009, p. 295) apresenta pontualmente a hipótese – o que sugere poder haver possibilidades outras – de "[...] três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural" em relação à televisão, abordando, com isso, o que chama "[...] mediações socioculturais a partir dos quais operam e são percebidos os meios [...]" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 19).

Quanto à "cotidianidade familiar", Martín-Barbero (2009, p. 295) expõe que se constitui como "âmbito de conflitos e fortes tensões [...]", que se encontra não somente no ambiente familiar, mas também no discurso da televisão, pois "[...] a televisão assume e forja [da família] dispositivos fundamentais: a simulação do contato e a retórica do direito" (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 295, grifos do autor). Ou seja, a TV se utiliza de mecanismos na sua produção para que a cotidianidade familiar se apresente no conteúdo

¹¹As lógicas de produção são entendidas por Martín-Barbero (2009, p. 301) como "[...] o que configura as condições específicas de produção, o que da estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos com que o sistema produtivo – a indústria televisiva – semantiza e recicla as demandas oriundas dos 'públicos' e seus diferentes usos".

televisivo, possibilitando que quem a assiste se reconheça, sinta-se próximo aos acontecimentos e estabeleça relações entre a sua realidade e o que a televisão expõe.

A respeito da “temporalidade social”, o autor (2009, p. 297) discute a existência de dois tempos na veiculação da mídia: “[...] tempo produtivo, valorizado pelo capital, é o tempo que ‘transcorre’ e é medido”, e o tempo da cotidianidade entendido como fragmentado e repetitivo. O tempo produtivo seria o utilizado com propagandas, por exemplo, que gera lucro às emissoras; o tempo cotidiano seria o que a novela ocupa com momentos em que possibilita que, ao vê-la, os receptores reconheçam o seu cotidiano nela. Assim, leva-nos a observar que o tempo na televisão é dividido entre os programas por ela apresentados, a partir de uma sequência estabelecida, o que sugere que nela há uma “[...] mediação entre o tempo do capital e o tempo da cotidianidade” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 298), sendo que este último é o que se relaciona à cotidianidade dos receptores.

Sobre a competência cultural, compreendemos que Martín-Barbero (2009, p. 299) se refere à capacidade da televisão em dispor de uma matriz cultural, embora, por outro lado, nela haja a “[...] desativação de diferenças sociais [...]”, ou seja, a contradição que a caracteriza como meio massivo. O autor ainda explica que é a partir dos gêneros televisivos que a TV “[...] ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 300). Do lado dos receptores, consideramos que esta competência cultural se faz presente a partir dos conhecimentos, aspectos culturais, os quais os sujeitos apreendem nos diversos lugares em que interagem socialmente.

Além disso, Martín-Barbero (2009, p. 11) aborda no mesmo livro, mas no “Prefácio à 5ª edição espanhola”, novas mediações. Estas são denominadas de “mediações comunicativas da cultura – socialidade, institucionalidade, tecnicidade e ritualidade [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 19). Partindo do que propõe o autor, compreendemos que a sociabilidade nasce da socialização entre os sujeitos, sendo que o que aprendem nessas relações, no que diz respeito à cultura e às próprias relações de poder, dá-lhes um direcionamento para os modos de ver e ler os meios, assim como de atuar na sociedade.

A institucionalidade, por sua vez, é a mediação baseada em interesses que afetam a “[...] a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, da parte dos cidadãos – maiorias e minorias –, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer, isto é, re-constituir permanentemente o social.” (MARTÍN-BARBERO, p. 17-18). Diante disso, a comunicação se coloca, conforme Martín-Barbero (2009, p. 18), como produtora de “[...] discursos públicos cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado dos interesses privados”.

Já sobre a mediação da tecnicidade, o autor esclarece que está relacionada à capacidade dos meios em inovar, não apenas no que diz respeito a aparatos técnicos, mas especialmente no que se refere às suas “destrezas discursivas” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 18) e à sua capacidade de operar sobre as percepções dos receptores. Por último, a mediação das ritualidades está relacionada aos usos dos meios e aos diversos modos de ver/ler a TV, sendo tais modos influenciados pela educação de cada pessoa, seus saberes, pelas suas relações familiares, dentre outras relações.

Tendo em vista tal abordagem de Martín-Barbero (2009) sobre as mediações culturais da comunicação e as mediações comunicativas da cultura, pode-se compreender que os meios se munem de dispositivos para a interlocução com os receptores. E eles não passivos. No seu convívio social, apropriam-se da cultura, das linguagens, de saberes que os permitem modos diferenciados de ver e ler o que se põe em circulação midiática. Frente a isso, vislumbramos a possibilidade de mediação educacional, pois a escola se constitui como lugar de vivências e apropriações de saberes e culturas que estão presentes também nos modos como os alunos significam a televisão.

A mediação educacional está inscrita não somente na atuação do professor ao intermediar o aprendizado dos alunos, mas também nos próprios conhecimentos trabalhados em sala de aula, pois esses lhes darão base para que se apropriem de novos modos de ver a TV. Não se trata apenas de propor uma educação a partir dos meios, mas sim uma educação em diálogo com os meios e a respeito dos meios, a fim de proporcionar aos alunos um ensino que lhes permitam, ainda, problematizá-los, reelaborar seus conteúdos/discursos, para que se tornem capazes de compreender, lidar e se contrapor às mídias.

O professor preparado para dialogar com as mídias – e aqui não nos referimos apenas à televisão – é essencial para o ensino-aprendizado dos alunos, principalmente pelo fato de que na atualidade desponta uma infinidade de tecnologias para o uso do consumidor, que também agrega o sujeito aluno, e essas adentram os portões da escola, trazendo para ela, como afirma Porto (2006, p. 44), “[...] informações/imagens que chegam sob diferentes apelos sensoriais – visuais, auditivos e emocionais –, incorrendo em diferentes formas de aprendizagem além da razão (intuição, emotividade, criatividade e relacionamentos) [...]”.

Apropriando-se das relações possíveis a partir da mídia do videogame, a autora demonstra a capacidade de ensino das tecnologias e destaca que essas dispõem de elementos com potencialidade educativa, entre os quais: a “rapidez”, que permite o acesso a inúmeras informações em um espaço mínimo de tempo, possibilitando a leitura de imagens e linguagens para além do texto impresso; a “recepção individualizada”, que diz respeito ao

modo como cada sujeito recebe e interpreta a mídia, já que ela dispõe de “[...] um amplo conjunto de informações/conhecimentos/linguagens [...] disponibilizando, a cada um que com elas se relacione, diferentes possibilidades e ritmos de ação” (PORTO, 2006, p. 46); a interação com a mídia; o trabalho com hipertextos, ou seja, o contato com linguagens diferenciadas que oferecem a quem as utiliza poder de escolha, de mesclagem de informações e a relação com a realidade; dentre outras.

Como também apontado na Introdução, não nos propusemos aqui a trazer aos professores e/ou outros interessados pela nossa temática um método ou mecanismos de análise da TV para ser aplicado no ambiente escolar, tampouco fórmulas para se ensinar por meio das mídias. Contudo, consideramos importante que a educação voltada aos alunos seja embasada na necessidade de formá-los sujeitos capazes de pensar criticamente o mundo, sua atuação neste mundo, tornando possível a eles o acesso a formas de produção e difusão do conhecimento.

Paulo Freire (2011) aponta que alfabetizar significa conscientizar os sujeitos a respeito do mundo, a fim de proporcionar-lhes a liberdade¹². Esta liberdade se concretizaria, conforme o autor, em parte por meio de um ensino instigador da criatividade e da criticidade que, a nosso ver, seria capaz de possibilitar aos alunos formas de ver, pensar e opinar sobre o que veem e vivem, sendo eles capazes de relacionar, contrapor e analisar o que veem na tela da TV com o que vivem em suas comunidades.

Como já dizia Freire (2011), a educação precisa deixar de ser bancária, no sentido de o professor se achar/apresentar como detentor do saber transmitido para os alunos, tomados/significados como meros depósitos onde este saber é inserido, de modo que seja apenas reproduzido, repetível. Assim, “[...] quanto mais se exercitem os educandos no arquivamento dos depósitos que lhes são feitos, tanto menos desenvolverão em si a consciência crítica de que resultaria a sua inserção no mundo, como transformadores dele. Como sujeitos” (FREIRE, 2011, p. 83).

Ao destacar a importância de o professor deixar de se portar como detentor do saber e exigir que o aluno seja apenas um depósito de saberes, Freire (2011) nos permite dialogar com Martín-Barbero (2000) que expõe ser preciso modificar o “modelo de comunicação” do sistema escolar. O autor explica que “o modelo predominante é vertical, autoritário na relação

¹² Freire (2011) apresenta em seu livro *Pedagogia do oprimido*, cuja primeira versão em língua portuguesa foi lançada em 1970, uma ampla discussão sobre opressores e oprimidos na sociedade. Tal discussão, contudo, não será por nós aprofundada, embora nos interesse alguns pressupostos da educação bancária, modelo de escolarização que o autor relaciona à educação opressora, e da educação problematizadora, que segundo o autor levaria à libertação dos oprimidos, pois permite dialogar com a nossa compreensão de educação referente à relação existente entre educação e comunicação.

professor-aluno e linearmente sequencial no aprendizado” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 52). Para ele, inserir as modernizações tecnológicas na escola sem modificar aquele modelo de comunicação pedagógica prejudica a educação.

A necessidade de se modificar este modelo de comunicação, como pontua Martín-Barbero (2000), justifica-se, principalmente, pelo fato de que

diante do professor que sabe recitar muito bem sua lição, hoje, senta-se um alunado que, por osmose com o meio-ambiente comunicativo, está embebido de outras linguagens, saberes e escrituras que circulam pela sociedade. Estes configuram os saberes mosaico, como chamou A. Moles, porque são feitos de pedaços, de fragmentos, o que não impede os jovens de ter, com frequência, um conhecimento mais atualizado em física ou em geografia que seu próprio professor. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 55)

O modelo de comunicação discutido por Martín-Barbero nos anos 2000, como sendo característico do sistema de ensino da Colômbia, ainda hoje é visto no sistema escolar brasileiro, embora se caminhe, lentamente, para uma mudança. Observamos em nossos estágios obrigatórios, durante o curso de Pedagogia, na maioria das escolas em que estivemos, que o professor se porta como o detentor do saber. Um saber ainda livresco, que dá as bases para um ensino linear, extremamente sistematizado, sequencial, mas que permite, mesmo em poucas vezes, um diálogo com os alunos, ao buscar saber de suas experiências. Há a inserção de tecnologias como a televisão, mas apenas como aparato técnico, como um adorno para facilitar as aulas. Não se permite discutir o que os alunos trazem de casa relacionado à mídia, porque ainda há resistências quanto a seu uso e aos conhecimentos dela provenientes; também por dificuldade em saber lidar com ela no contexto educacional.

Diante disso, em vez de o professor e a própria escola se fecharem para esses saberes, temendo perder sua autoridade enquanto sujeito e espaço de expressão do saber, ou mesmo por medo do “novo”, poderiam se abrir para linguagens e saberes outros que circulam pelos meios de comunicação. Esta abertura, representada, por exemplo, pela busca dos professores por conhecimento sobre essas linguagens e saberes, possibilitaria a interação do professor com os alunos, no sentido de não apenas ensiná-los, como também aprender com eles, assim como lhes daria bases para dialogar com o alunado sobre as múltiplas culturas que transitam pela sociedade, na escola e para além dela.

Assim, entendemos que agregar os “saberes mosaico” e com isso a multiplicidade cultural existente na sociedade – tanto nos seus espaços físicos, ou seja, vivenciados por nós dia a dia, quanto nos espaços comunicativos, isto é, na televisão, na internet, no rádio, etc. –

ao ensino escolar, seria o primeiro passo para a educação se tornar capaz de “[...] ajudar a criar nos jovens uma mentalidade crítica, questionadora, desajustadora da inércia na qual as pessoas vivem, desajustadora da acomodação na riqueza e da resignificação na pobreza” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 60).

Perante essas considerações, importa esclarecer que “Do meio à mediação educacional” sinaliza um possível trabalho de mediação educacional em relação ao meio, à televisão, no interior da instituição escolar. Para isso, a ação docente não pode se amparar no pensamento reducionista de que a televisão, por seu caráter capitalista, é somente aparato de dominação social e alienação. É preciso reconhecer que nela há traços da identidade desses sujeitos, ainda que ressignificados. E isso se fará possível com base na compreensão do professor sobre a cultura e o sujeito popular veiculados na televisão

Além disso, os *telespectadores*, que na escola assumem o papel de alunos, não são meros receptores do meio. O que faz com que não sejam meros receptores são justamente os saberes aprendidos nas relações que vivenciam, fora e dentro da escola, que lhes possibilitam a capacidade de reagir diante da televisão, apontando para modos de ver/ler a mídia.

Considerações ao percurso

O percurso deste trabalho, construído a partir das contribuições dos Estudos Culturais latinoamericanos, especialmente do aporte teórico de Jesús Martín-Barbero e no diálogo deste com outros autores das áreas da Comunicação e da Educação que versavam sobre cultura e/ou entendem a relação entre essas duas áreas, possibilitou compreender como o sujeito popular e suas práticas culturais se significam e são significados na televisão comercial aberta brasileira.

A televisão, como um meio voltado a interesses comerciais, não tem especial empenho em trazer para a tela a essência das práticas culturais do sujeito popular. Deste modo, os sujeitos e sua cultura nela apresentados tendem a ser massificados, ou seja, ressignificados a favor da mercantilização dos programas como produtos. Embora isto ocorra, é inegável a possibilidade de acesso a bens culturais que a TV oferece, assim como de socialização a tais bens. Isso porque a TV precisa apresentar ao menos um mínimo de proximidade cultural com os sujeitos para se fazer reconhecível ao público. Além disso, os próprios sujeitos se significam na TV. O sujeito popular e suas culturas se apresentam por meio de sua presença nesta mídia, com suas expressões verbais, seu modo de agir, dentre outros.

Nesse sentido, consideramos que a televisão, de certa forma, traz como possível, mesmo de forma dissolvida, fragmentada, modificada, traços da identidade do sujeito popular

e de suas práticas culturais, como dissemos no final da seção anterior. Identidade pensada aqui no sentido plural, mais de uma, múltipla, e como um “movimento na história”, não reduzida a mera identificação, como tende a significar a proposta massiva. Assim a TV tem inscrita a contradição no seu fazer-se, uma vez que, apesar de massificar a cultura a favor de seus interesses capitalistas, permite que a cultura (do) popular se coloque à visibilidade.

Deste modo, entendemos a possibilidade de mediação educacional por meio de um movimento na prática docente em trabalhar o meio TV não apenas como ferramenta para facilitar instrumentalmente a aula, mas como um mobilizador de sentidos outros. Essa mediação aconteceria a partir do diálogo do professor com seus alunos sobre a cultura popular expressa na televisão, isto é, a forma como os sujeitos se representam e são representados nela, e que permitem identificar o que de fato é cultura popular, ou seja, o que é singular de um povo, e o que é massificado ou popularizado; assim como sobre os processos pelos quais a televisão constrói e as mediações – tanto as utilizadas pelo meio no seu fazer-se quanto as provenientes dos receptores – existentes desde o processo de sua produção até a sua recepção. Esse diálogo sinaliza possibilidades de levar a conhecimento dos alunos a relação entre o cultural, o tecnológico e o massivo num/por um meio específico de comunicação.

Referências

CANCLINI, Néstor Garcia. Prefácio. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito; Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

_____. Popular, Popularidade: da representação política à teatral. In: _____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 5. ed. São Paulo: Editora USP, 2011. p. 255-281.

FISCHER; Rosa Maria; MARCELLO, Fabiana de Amorim; SCHWERTNER; Suzana Feldens. O Estatuto pedagógico da Mídia (Telejornalismo e "Formação"). In: ANPED SUL, 2., 1999, Paraná. **Anais eletrônicos...**Paraná: UFPR, 1999. Disponível em: <[http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/1999/Educacao_E_Comunicacao_-_Tecnologias_Educacionais/Trabalho/06_26_13_O_ESTATUTO_PEDAGOGICO_DA_MIDIA_\(TELEJORNALISMO_E_%20FORMACAO%20\).pdf](http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/1999/Educacao_E_Comunicacao_-_Tecnologias_Educacionais/Trabalho/06_26_13_O_ESTATUTO_PEDAGOGICO_DA_MIDIA_(TELEJORNALISMO_E_%20FORMACAO%20).pdf)>. Acesso em: 17 ago. 2013.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 50. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios Culturais da comunicação à educação. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 6, n. 18, maio./ago. 2000. p. 51-61. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewArticle/4108>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

_____. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito; Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

_____. **Ofício de cartógrafo:** travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Tradução de Renata Pallottini. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Gérman. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução de Jacob Gorender. 2. ed. São Paulo: SENAC SP, 2004.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Língua e conhecimento linguístico:** para uma história das idéias no Brasil. São Paulo: Cortez, 2002.

PORTO, Tania Maria Esperon. As tecnologias de comunicação e informação na escola; relações possíveis... relações construídas. **Revista Brasileira de Educação**, v. 11, n. 31, jan./abr. 2006. p. 43-57. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v11n31/a05v11n31.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2013.

RODA Viva: o Brasil passa por aqui. Entrevista com Jesus Martín-Barbero. Direção: Marco Antonio Coelho Filho. Produção: Angela Santos e Augusto Esperança. São Paulo: TV Cultura, 2003. 1 DVD.

FROM MEDIA TO EDUCATIONAL MEDIATION: POPULAR SUBJECTS AND THEIR CULTURAL PRACTICES ON OPEN COMMERCIAL TELEVISION

ABSTRACT: This study shows results of a bibliographic research that investigated popular subjects and cultural practices in open commercial television in Brazil, through Latin American Cultural Studies, aiming at the possibility of educational mediation. In this perspective, it is taken into account that the television takes an important part in people's development nowadays, whether it is formally or informally, at the same time that the understanding of popular subject as cultural subject and the way it can be dealt through/from their representation in the media favors educational projects that use the media in teaching and learning process. The question is, then, how the popular subjects and their cultural practices signify themselves and how they are signified on television, and how it is possible to see such educational mediation. The theoretical background of Latin American Cultural Studies is, in this research, centered in the contribution of the philosopher Jesús Martín-Barbero, whose investigations are, among others, about media, mediations, and cultural subjects. The development of this research demonstrates the possibility of educational mediation in school context, from teaching work performed based on the teacher's

understanding about the cultural and popular subjects conveyed by television, because, even though this means re-signify them, it shows traces of their identity.

Key-words: Popular subject. Television. Mediation. Cultural Studies. Education.