

**Educação e comunicação:  
escola, meios de comunicação e a formação de consciência crítica**

*Education and communication:  
school, means of communication and the formation of critical consciousness*

Andrezza Maria Batista do Nascimento TAVARES<sup>1</sup>  
Fábio Alexandre Araújo dos SANTOS<sup>2</sup>  
Leila Salim LEAL<sup>3</sup>

### Resumo

Esta pesquisa aborda a relação entre educação e meios de comunicação, especialmente a televisão, destacando a responsabilidade da escola com o compromisso da formação crítica e transformadora. A partir do referencial teórico formado por Adorno (1985), Brandão (2002) e Kuenzer (1996)), procura-se refletir sobre o papel dos meios de comunicação na formação da consciência sobre os segmentos que não acessaram dispositivos de educação midiática e leitura crítica da mídia. A natureza da pesquisa é qualitativa. Dentre os resultados, o trabalho aponta que os meios de comunicação de massa, no capitalismo contemporâneo, seguem cumprindo papel determinante na produção e reprodução da ideologia dominante na formação de repertório cultural e, portanto, é preciso que a escola elabore programas de educação midiática capazes de desenvolver possibilidades de leitura crítica da mídia e de produção midiática pelos educandos.

**Palavras-chave:** Industria Cultural. Meios de Comunicação. Educação Escolar.

### Abstract

This research addresses the relationship between education and the media, especially television, highlighting the school's responsibility with a commitment to critical and transformative training. Based on the theoretical framework formed by Adorno (1985), Brandão (2002) and Kuenzer (1996), we seek reflect on the role of the media in the formation of awareness, on the segments that did not access media education devices and critical reading of the media. The nature of the research is qualitative. Among the results, the work points out that the mass media, in contemporary capitalism, continue

---

<sup>1</sup> Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Educação profissional (PPGEP - IFRN).  
E-mail: andrezza.tavares@ifrn.edu.br

<sup>2</sup> Professor doutor no Programa de Mestrado em Educação Profissional (PROFEPT – Mossoró/IFRN).  
E-mail: alexandre.araujo@ifrn.edu.br

<sup>3</sup> Professora substituta do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. E-mail: leilasalimleal@yahoo.com.br

to play a determining role in the production and reproduction of the dominant ideology, in the formation of cultural repertoire and therefore the school must develop media education programs capable of developing possibilities for critical reading of the media and media production by students.

**Keywords:** Cultural Industry. Media. Schooling.

## Introdução

O capitalismo contemporâneo reconfigura relações econômicas, políticas, sociais e ideológicas. Essas mudanças são observáveis nos grandes avanços tecnológicos, científicos, e principalmente, pelas novas dinâmicas de comunicação marcadas pela compressão do espaço-tempo (SODRÉ, 2002) e pelas dinâmicas de circulação intensa e acelerada de produtos de comunicação. As modificações, contudo, não alteram o fundamento básico imposto pelo sistema capitalista de produção, que encontra sua sobrevivência em suas metamorfoses, e os interesses privados em seu objetivo de acúmulo de capital e assegurar a reprodução do capital.

No centro dessa nova forma de organizar a sociedade, a indústria cultural tem seu papel não apenas reafirmado como aprofundado, reconfigurando-se como produtora e reprodutora da ideologia dominante e funcionando como um meio eficaz na circulação de representações e valores que cumprem papel definitivo na formação de subjetividade dos indivíduos.

O conceito de indústria cultural, a partir de Adorno e Horkheimer (1985), nos ajuda a refletir sobre a dinâmica de produção, circulação e consumo dos bens culturais, problematizando as maneiras pelas quais a forma mercadoria no território cultural ajuda a edificar gostos, padrões de subjetividade, interação e reprodução ideológica.

A televisão e a escola são duas instituições presentes no universo das crianças e dos adolescentes. “Ver TV é um hábito que consome em média de quatro a cinco horas diárias da vida das nossas crianças” (REVISTA NOVA ESCOLA, 1998). A escola, portanto, passa muito mais por uma obrigação do que por um hábito e o tempo que a criança e ou adolescente passam nesse espaço é sempre inferior ao tempo que passam vendo TV.

No universo escolar, o aluno encontra sempre uma sequência de aulas em sua maioria expositivas, prevalecendo um discurso pedagógico muitas vezes desconectado

com as transformações ocorridas fora de seu espaço escolar, provocando um acentuado desinteresse, desatenção e desestímulo pelos conteúdos abordados. Em suma, o aluno fala uma linguagem e a escola fala outra, isto é, o referido aluno convive de fato com dois mundos: um que está distante da sua vida e outro que está intimamente ligado a sua realidade ou pelo menos aos seus sonhos.

Ao longo do tempo, a escola foi ficando pedagogicamente defasada, principalmente ao que se refere às mudanças que acontecem além de seu muro. A sua indiferença para com as mudanças fora de seu convívio causa a impressão de que a escola está perdendo sua capacidade de acompanhar as transformações sociais e assim integrar o homem com o mundo para promover a autonomia humana que seria seu objetivo maior.

Por outro lado, a televisão tem demonstrando, ao longo do tempo, agilidade e “eficiência” em conectar a população com o mundo. A sucessão de imagens e falas num ritmo trepidante permite a transmissão de acontecimentos quase que ao mesmo tempo. As diversas opções de canais e programações disponíveis favorecem ao suprimento de vários tipos de assuntos e a um amplo fluxo de informações.

Diante do exposto, o artigo tem o objetivo de abordar as inter-relações entre educação e meios de comunicação destacando a televisão em consonância com a responsabilidade da escola com vistas ao compromisso da formação crítica e transformadora.

O referencial teórico utilizado neste artigo é formado por Adorno (1985), Brandão (2002), Chauí (1984), Férres (1996), Freire (2005), Kuenzer (1996), Moran (1994) e Sodré (1992), dentre outros, com o intuito de refletir a respeito do papel dos meios de comunicação atrelado a formação da consciência.

A metodologia da pesquisa envolve a natureza básica e documental ao permitir o enfoque do pensamento interpretativo do pesquisador por meio do estudo bibliográfico e documental.

Dentre os resultados principais, a presente pesquisa sinaliza que no capitalismo contemporâneo, os meios de comunicação de massa se configuram como papel determinante na produção/reprodução da ideologia dominante, bem como, na configuração de repertório cultural e na elaboração das mediações socioculturais. São muitos apontamentos indicando a característica do papel organizador que assumem os meios de comunicação no contexto social. Para tanto, faz-se necessário que a escola

consiga elaborar programas de educação midiática com capacidade de propiciar leituras críticas da produção midiática pelos estudantes por meio das codificações, da articulação verbal-visual-escrita-imagética, das articulações comerciais-empresariais-financeiras e políticas operantes no território da comunicação.

### **Capitalismo contemporâneo e indústria cultural**

A conhecida formulação frankfurtiana destaca que a indústria cultural é dirigida pelo capital para consumidores que têm como alternativa “escolher entre o que é sempre o mesmo”, dentre os diferentes produtos oferecidos no mercado capitalista. Este pressuposto nos parece particularmente relevante para a reflexão que aproxima a educação e os processos comunicativos na contemporaneidade, já que compreendemos como parte das funções sociais do ambiente escolar justamente os processos de elaboração de repertório subjetivo e cultural pelos educandos.

Acreditamos, por isso, ser fundamental uma retomada histórica e teórica do conceito de indústria cultural, para que a partir daí possamos compreender sua atualidade e a maneira pela qual se reconfigura no contexto do capitalismo contemporâneo.

Como sabemos, o problema da cultura de massa surgiu no século XX, quando a cultura tornou-se uma mercadoria a ser vendida e consumida pelas massas. Esse novo modelo econômico que surgiu no século XX em decorrência da subordinação da produção científica e tecnológica à acumulação capitalista, trouxe consigo novas técnicas de produção, que por sua vez, aceleraram a produção ocasionando o barateamento dos produtos e tendo como consequência o crescimento do mercado consumidor.

A partir daí, o novo modelo econômico, o capitalismo de consumo de massa, foi consolidado. A indústria cultural é um desdobramento lógico do sistema capitalista, na qual tudo se transforma em mercadoria, objetivando o lucro, inclusive os bens culturais. A cultura, inevitavelmente, moldou-se diante das novas regras exigidas pelo mercado capitalista. Tornou-se, assim, agente e instrumento desse sistema econômico. Como apontam as reflexões clássicas dos pesquisadores de Frankfurt, o processo de consumo de bens culturais produzidos sob a lógica da mercadoria intensifica a “coisificação” da

consciência, ou seja, o processo de fragmentação e apagamento da totalidade social na qual aquele bem está inserido.

A indústria cultural oferece um mundo atraente e sedutor e através de uma falsa democratização da arte contribui para que o indivíduo creia no consumo como sinônimo de liberdade. O espetáculo fornecido por essa indústria se soma a um contexto de limitação na oferta de expectativas e realizações acentuado em países periféricos em que o acesso a direitos é bastante limitado. O entretenimento e o consumo, assim, se espalham por todo o campo subjetivo e colonizam momentos de elaboração sensível com a lógica da mercadoria.

A diversão se alinha ela própria entre os ideais, tomando lugar dos bens superiores, que ela expulsa inteiramente das massas repetindo-os de uma maneira ainda mais estereotipada do que os reclames publicitários pagos por firmas privadas. (ADORNO E HORKEIMER, 1996, p. 134).

A televisão é o fenômeno mais poderoso da indústria cultural. O seu jogo de imagem e cores e a sua linguagem persuasiva atrelados à sua capacidade de vender não só produtos de consumo como também valores, ideias e cultura, fazem com que esse meio de comunicação se sobreponha aos demais fenômenos da indústria cultural. O seu impacto nos processos de formação da consciência, entretanto, se potencializa diante daqueles consumidores que não acessaram diferentes modelos de educação midiática.

Muito mais que um simples eletrodoméstico destinado apenas ao entretenimento, a televisão – compreendida em seus produtos como frutos de um processo social mediado por relações de produção capitalistas e a configuração de grandes monopólios midiáticos privados - é um convite aos sonhos, às fantasias, ao prazer. É uma parceira disponível a qualquer hora e que não cobra necessariamente do telespectador atitudes reflexivas. Não obriga, não reprime, ao contrário, seduz e encanta. Esse veículo de comunicação possui um grande poder de transportar o indivíduo para outra dimensão que serve de refúgio às frustrações. É o alimento material e espiritual negado pelo mundo real da sociedade capitalista, visto que,

Da mesma forma que o homem necessita alimentar o seu corpo, necessita também alimentar a sua imaginação, a sua fantasia, o seu inconsciente. E essa missão é cumprida pela televisão de forma eficiente, porque fundamente sua força na capacidade sugestiva da imagem e a imagem penetra na parte mais profunda do psiquismo. (FERRÉS, 1996, p. 76).

A televisão tem com seu público uma forte relação emocional e afetiva, bem como uma grande capacidade de naturalizar os fatos, estabelecendo mecanismos sutis de mediação com o inconsciente do espectador. Há, nesse processo, a proliferação dos componentes ideológicos, que elaboram, negociam e codificam valores e sentidos das instituições do poder. Incentivar a consumir é, portanto, a sua principal característica. “Tudo na televisão incita o consumo, porque a televisão é reflexo e sustentação de uma sociedade que vive para o consumo” (FERRÉS, 1996, p. 27).

Nesse contexto, a publicidade é seu fio condutor, porque é através dela que o desejo é ativado e a programação televisiva é financiada. Utilizando-se de uma linguagem persuasiva, a publicidade consegue entrar num clima de intimidade e confiabilidade no universo do seu público. Os produtos são anunciados por personagens com os quais o telespectador se identificar por estarem nos seus ideais ou na própria realidade.

Contudo, o seu poder de convencimento, principalmente, em relação aos jovens do mundo contemporâneo, não pode ser pensado como uma força exclusiva, antes se deve pensá-lo como algo que está dentro de um contexto complexo e multiplamente determinado, cujo modelo de programação expressa os traços fundamentais da sociedade capitalista contemporânea e o modelo de emissoras de TV como empresas privadas, em sua grande maioria.

Diante dessa configuração, a televisão é um agente internalizador e transmissor da ideologia da classe dominante. A ideologia, como afirma Marilena Chauí (1984), é um fenômeno social que consiste no ocultamento das contradições da realidade ocasionando a harmonização das aparências sociais. A ideologia produz uma representação invertida da realidade que tem sua dimensão histórica e social eliminada. Assim,

Quando os homens admitem que são desiguais estão tomando a desigualdade como causa de sua situação social e não como tendo sido produzida pelas relações sociais, e, portanto, por eles próprios sem que o desejassem e sem que o soubessem. (CHAUÍ, 1984, p. 104).

As ideias dominantes, que podem ser políticas, morais, estéticas, religiosas etc., são produzidas pela classe dominante e tendem a reproduzir uma escala de valores e modo de agir nos indivíduos, favoráveis à manutenção dessa classe, que é dominante porque ao dominar o plano econômico, social e político, também domina o plano das

ideias. Essas ideias, que são particulares, ou seja, pertencentes apenas à classe dominante, são transformadas em ideais universais e são difundidas através das instituições (escola, igreja, família...) e meios de comunicação, em especial a televisão, através de inúmeras formas de controle social.

A ideologia transforma as ideias em convicções, o que acarreta uma abstração da realidade impedindo o indivíduo de indagar como essa realidade foi produzida concretamente e dessa forma aceitá-la de acordo com a experiência imediata.

Obviamente, não se pode pensar que a ideologia contida na indústria cultural, em particular, na televisão, seja algo previamente planejado pela classe dominante, como se fosse uma pura maquinação consciente e planejada como mentira. Aqui, pensamos a ideologia como uma prática social que decorre da própria lógica do capitalismo e que expressa, no plano das ideias, relações sociais vivenciadas nas experiências sensíveis. Em períodos de expansão sem precedentes da produção simbólica e cultural, nos parece fundamental pontuar a a indústria cultural como maior produtora, reprodutora e difusora da ideologia da classe dominante.

A mídia é uma parte da sociedade do espetáculo, um elemento dos mais poderosos para expor as mais variadas expressões da mercadoria-imagem, mas está distante de ser a causa ou a única responsável pelos mecanismos do capital em sua forma contemporânea, uma nova e potente espécie de atração. Os meios de comunicação, especialmente o jornal, o cinema e a televisão, contribuem para uma série de conceitos, ideias e práticas percebidas como naturais pelo público e, por isso mesmo, de difícil combate contra hegemônico.

### **A escola e a televisão como momentos do processo de formação da consciência**

A televisão, de fato, apresenta opções múltiplas quando determinada programação não correspondem às expectativas do telespectador, esse pode recorrer à prática do *zapping*, prática que, segundo Ferrés (1996), permite ao telespectador insatisfeito trocar de canal. Na escola, será possível uma prática semelhante? Se a aula estiver monótona, desinteressante, terá o aluno a liberdade de optar por outro estilo de aula assim como faz com as programações da TV?

Sabe-se, portanto, que isso será impossível, já que a escola, tal como se apresenta insiste em uma metodologia que impossibilita o aluno a ter liberdade de

escolha, é claro que não se pode negar a ousadia de um ou outro professor em querer inovar, aplicando uma prática pedagógica mas dinâmica a fim de quebrar a rotina, mas, que nem sempre atinge o efeito esperado por não ter o interesse e a participação da instituição como um todo, limitando-se a uma atitude isolada.

Vale salientar, porém, que a televisão, apesar de sua eficiência técnica transmite os acontecimentos com agilidade, mas de forma fragmentada, dispersiva, e de forma incoerente, ela é de fato uma manifestação daquilo que Abraham Malls denominou de cultura mosaico caracteriza-se pela desordem, pelo caos aleatório.

Percebe-se, portanto, que escola e televisão são dois mundos opostos com discursos diferentes, resultando numa relação desigual e que estão presentes no universo de um mesmo indivíduo, muito mais ligado ao mundo televisivo do que à instituição escolar, já que o primeiro penetra seu lado emocional de forma mais acentuada, atendendo assim às suas expectativas. Na televisão, encontra-se a informação através das imagens eletrônicas e sedutoras; na escola encontra o mundo das palavras que se abstrai no tímido discurso do professor, afastado do seu universo fora da escola.

A relação da escola com a televisão é desigual e de registro diferente, com paradigmas que não coincidem historicamente porque enquanto o paradigma da escola é do século passado, com seus objetivos iluministas e escolásticos, a televisão e os meios de comunicação em geral, respondem de outro paradigma resultado da revolução tecnológica que se incrementou neste século e se estende até nossos dias. (MELLO, 1998, p. 33).

O mundo da imagem televisiva é, portanto, o mundo da diversão, do prazer, da gratificação sensorial, que está excluído do aprendizado escolar, o que faz o aluno ver a escola como um lugar chato e enfadonho. Diante deste contexto, a escola está a cada dia perdendo espaço para a televisão aparentando uma certa impotência, já que sempre perde na competição contra o mundo fascinante que as imagens televisivas oferecem.

A própria leitura de texto e a de imagens, por exemplo, segundo Ferrés (1998), segue em parâmetros comunicativos radicalmente diferentes e a prática excessiva de uma delas poderá desenvolver algumas capacidades e atitudes que não são as mais adequadas para a prática da outra.

A televisão se apresenta de forma espontânea e divertida, o seu jogo de imagens, cores e linguagem sedutoras são alguns dos mecanismos utilizados para propiciar ao telespectador uma contemplação e absorção dos programas, sem dele exigir um esforço



maior para compreendê-los.

A leitura, por sua vez, propicia ao leitor reflexão, o que exige dele esforço intelectual e concentração. Seduzido pelo imediatismo apresentado pela televisão certamente reagirá com impaciência diante de uma atitude de concentração necessária no mundo das letras, para Ferrés (1998), parece lógico, que, o telespectador assíduo tenha dificuldade para a leitura ou para a escola em geral.

A prática da leitura torna-se penosa para o indivíduo que é muito mais telespectador que leitor, já que o primeiro “Enfrenta um universo concreto de objetos concretos” enquanto o segundo “enfrenta um mundo conceitos e ideias.” (FERRÉS, 1998, p. 23).

Por ser imediatista, a televisão, oferece uma satisfação instantânea e, conseqüentemente, provoca no telespectador uma atitude impulsiva, intuitiva e emocional. A leitura propicia uma satisfação a *posteriore*, que advém do esforço intelectual e conduz o leitor a uma atitude racional, o que leva o telespectador, em especial a criança e o adolescente – faixa etária que supõe-se ter menos maturidade para os aspectos que formam a personalidade- a preferirem a televisão aos livros.

Permitir, portanto, que o mundo das imagens televisivas se sobreponha ao mundo da leitura, poderá ocasionar um bloqueio na prática de reflexão e conseqüentemente o empobrecimento intelectual.

Se uma escola não ensina a assistir a televisão, para que mundo está educando? A escola tem obrigação de ajudar as novas gerações de alunos a interpretar os símbolos de sua cultura. Quais os símbolos que as escolas ajuda a interpretar hoje, os símbolos de que cultura? Se educar exige a preparação reflexiva e crítica na sociedade, como serão integrados cidadãos que não estiverem preparados para realizar de forma crítica aquela atividade à qual dedicam a maioria do seu tempo? (FERRÉS, 1996, p. 9).

Não saber compreender o que leu, é , portanto, um problema bastante visível na educação do nosso país. O analfabetismo funcional decorre, justamente, dessa incapacidade de compreensão, uma atitude da escola para reverter esse quadro passaria, contudo, por uma mudança radical, certamente firmando-se num projeto político/pedagógico no qual estivesse inserido um sério estudo sobre a atuação da televisão e a influência desta indústria cultural na vida dos seus alunos.

Uma postura passiva da escola diante desse contexto histórico da sociedade

contemporânea, deixa em dúvida a veracidade de jargões como “educar para cidadania” rotineiramente repetidos dentro da instituição escolar.

Em tempos de contínuas transformações sociais atreladas a um ritmo frenético da comunicação e a inserção de novos valores (políticos, estéticos, religiosos, econômicos e ideológicos), faz-se necessário e urgente questionar a função política e social que a escola tem assumido perante os seus educandos e à sociedade, tendo em vista que a instituição escolar é de suma importância na formação dos cidadãos.

A expectativa da sociedade contemporânea em relação à escola, entre outros aspectos, é que ela prepare os seus membros para o exercício da vida social e política. Porém, não é bem essa postura que a instituição escolar vem demonstrando ao longo dos tempos. A sua lentidão frente às inovações ocorridas fora do seu espaço causa a impressão que a modernidade passa muito distante do seu convívio, o que demonstra uma fragilidade da escola ao que se refere à preparação do indivíduo para o exercício da cidadania.

Acredita-se que para o indivíduo atuar de forma consciente no contexto social, faz-se urgente e necessário que a escola considere seriamente os meios de comunicação, especialmente, a televisão, como sendo um poderoso instrumento de difusão e elaboração cultural, pois é diante dela que os seus educandos, particularmente, crianças e adolescentes passam grande parte do seu tempo.

É inacreditável que a escola continue a ignorar um veículo de comunicação que, de forma inteligente e sutil, veicula a ideologia dominante por meio da informação e do entretenimento. É preciso, portanto, que a instituição escolar prepare os seus membros para a prática de ver televisão, uma vez que, segundo Ferrés (1996, p. 10) “é a prática para a qual os cidadãos estão menos preparados”, o que inevitavelmente, é um entrave para a formação de um indivíduo crítico.

É preciso, porém que os educadores de um modo geral estejam devidamente preparados para exercer essa prática, o despreparo dos educandos impede, muitas vezes, a definição de uma pedagogia voltada para interpretar a cultura televisiva. É necessário, que os educadores juntos descubram uma metodologia compatível com a situação, lembrando que a vontade de realizar tal inovação também passa inevitavelmente pela vontade e determinação para fazê-la.

O despreparo dos educadores frente a realização de um trabalho voltado para acompanhar os acontecimentos ocorridos fora do convívio escolar justifica uma das

denúncias mais graves que lhes é feita atualmente: “Sua incompetência para encaminhar adequadamente o cumprimento de suas tarefas” (RODRIGUES, 1982, p. 81).

É preciso, entretanto, que a escola saia do anonimato e adquira uma posição desafiadora, a escola tem autonomia para fazer do processo educacional um instrumento de transformação das consciências principalmente utilizando-se de uma metodologia na qual os programas de televisão sirvam de instrumento pedagógico.

A mídia pode ser uma grande aliada no processo educacional: é importante aproveitar o conhecimento que ela própria propicia e propor trabalho de reflexão sobre os programas incentivando um olhar crítico (PARÂMETROS CURRICULARES NACIONAIS, 1997, p. 20).

Pode-se perceber uma grande cobrança por parte do povo brasileiro por uma transformação na sociedade através de um ensino de qualidade. Qualidade que se acredita surgir a partir do momento em que houver o desempenho de profissionais que criem estratégias para uma interação da instituição escolar com a realidade de seus educandos.

Interagir com a realidade do aluno, nos dias atuais, em que a indústria cultural, em particular, a televisão, ocupa posição de destaque, atenção, confiabilidade, e convencimento no cotidiano de crianças e adolescentes, significa que a escola deva atuar como uma mediadora que possa ajudar a transformar os acontecimentos mediados pela TV em conhecimentos.

A escola precisa deixar de ser meramente uma agência transmissora de informação e transformar-se num lugar de análises críticas e produção da informação onde o conhecimento possibilita a atribuição do significado a informação (LIBÂNIO, 1994, p.27).

É imprescindível ressaltar que a escola, para assumir uma postura dessa natureza precisa desenvolver uma maior competência, especialização e conhecimento do mundo das imagens, principalmente, por parte dos educadores, por estarem diretamente ligados aos alunos. Porém, é possível perceber que falta ainda ao professor uma melhor preparação para lidar com essa realidade no que se refere a interpretação de programas assistidos diariamente pelos seus educandos.

### Considerações finais

No contexto atual, podemos encontrar muitos educadores, ainda vivendo à sombra do contexto social e desconsiderando o papel dos meios de comunicação nos processos pedagógicos amplamente compreendidos. Contudo, acredita-se que certamente, este cenário não resulta apenas da falta de conhecimento dos professores, professoras e mediadores pedagógicos, mas também da ausência de um assessoramento didático/pedagógico que o impulse a ver televisão na vida de seus alunos sob a ótica da desmitificação das programações transmitidas.

A postura da coordenação pedagógica, inclusive, permite-nos questionar sobre sua real função dentro da escola. “Ela deve ser entendida com ver crítico, construtivo, vitalizador das ações educacionais, colocadas a serviço dos indivíduos e dos grupos, tendo-se em vista seu desenvolvimento e transformação para melhor” (BOAS, 1984, p. 63).

Tal melhoria, contudo, se configurará em um momento em que a coordenação pedagógica tende a envolver-se com a capacitação, desempenho e nível de produção dos professores, no sentido de preocupar-se em ajustá-los a uma didática que leve a escola a interagir com o contexto social dos seus educandos. Diante disso, a coordenação deverá criar estratégias que levem os educadores a atingir os objetivos educacionais e que entre estes seja destacado como prioridade os programas de TV.

Deixar que um fenômeno histórico/cultural do mundo contemporâneo como a televisão passe despercebido dentro do convívio escolar é constatar que a escola também compartilha comesses valores e que ao invés de fazer valer a sua autonomia enquanto instituição que tem o poder de formar cidadãos e organizar a sociedade demonstra submissão, levando-a a uma postura de isolamento e apatia.

Não devemos, porém, buscar apenas no sistema escolar, nem apenas na atuação pedagógica a explicação para o isolamento no qual encontra-se a escola, pois, pensar dessa forma seria omitir que a instituição é mais um dos elementos que caracteriza nosso contexto social no capitalismo contemporâneo.

É a sociedade que estabelece a natureza das relações sociais, inclusive, dentro da instituição escolar, mas acredita-se que cabe à escola, especialmente, à coordenação pedagógica, assumir o desafio de conhecer esse contexto para a partir desse

conhecimento ter condições de capacitar os seus professores na atitude de contribuir para mudanças da estrutura social, demonstrando dinamismo na sua atuação.

Acreditamos que a coordenação pedagógica deva, acima de tudo, ser desafiadora. Reconhece-se que os entraves encontrados na educação não são poucos, mas é extremamente necessário que se adquira capacidade para enfrentá-los, começando com uma reavaliação das práticas pedagógicas vigentes.

Pode-se pensar, inclusive, que a escola dos nossos sonhos seja aquela que cumpre o papel de uma instituição que contribui consideravelmente para acentuadas mudanças no contexto social. É justo que se pense dessa forma, uma vez que lhes é atribuído há muito tempo um papel indispensável na organização da sociedade.

Preparar o professor para enfrentar a concorrência da televisão é, entre outros, um desafio e tanto. Não concretizar um desafio desse porte revela uma falta de compromisso com as mudanças e com a construção de um novo modelo social, tendo em vista ser a televisão um instrumento de poder que não só invade os lares, mas também a escola, através dos alunos. A televisão não só entra pela sala de aula, ela entra junto com os seus alunos e seus professores, pelo portão de entrada da escola (MELLO, 1998, p. 119).

A educação e a formação de leitores e espectadores críticos costumam frustrar-se pela persistência das desigualdades socioeconômicas e, também, porque as políticas culturais se desdobram num cenário anacrônico digital. Insistem em formar leitores de livros, e, à parte, espectadores de artes visuais (quase nunca de televisão) enquanto a indústria cultural une as linguagens por meio de livros, audiolivros, filmes, cinema, internet, entre outras alternativas tentadoras ao entretenimento dos sujeitos.

## Referências

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.

ALVES, Nilda. **Educação e supervisão: o trabalho coletivo na escola**. São Paulo: Cortez, 1985.

BOCK, A. M.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. L. T. **Psicologias**. São Paulo: Saraiva, 1999.

BRANDÃO, Zaia. **A crise dos paradigmas e educação**. São Paulo: Cortez, 2002.

BRASIL, Ministério da Educação e Cultura. **Parâmetros curriculares nacionais**,

Brasília: Secretararia Geral, MEC/SEF.

CADERNOS CEDES, Especialistas do Ensino em Questão. São Paulo: Cortez, 1984.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L & PM, 1982.

CASTELLS, M. O poder da identidade. In: CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia?** São Paulo: Brasiliense, 1984 – (coleção Primeiros Passos).

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul LTDA, 1996.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

FREITAG, Bárbara. **Política educacional e indústria cultural**. São Paulo: Cortez, 1997 – (coleção Polêmicas do Nosso Tempo).

GALLO, Sílvio. Educação e Interdisciplinaridade. **Revista de Educação** n° 1. Campinas: SINPRO, 1994.

GUIMARÃES, Gláucia. **TV e escola: discursos em confronto**. São Paulo: Cortez, 2000 (coleção Questões de Nossa Época)

HOLANDA, Francisco Urribam X. **Do liberalismo ao neoliberalismo – O itinerário de uma cosmovisão impenitente**. Porto Alegre: EDIPURCS, 2004 (coleção Filosofia).

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIBÂNEO, José C. **Adeus professor, adeus professora?** Novas exigências educacionais e profissão docente. São Paulo: Cortez, 2001 (coleção Questões de Nossa Época).

McLUHAN, Herbert Marshall. **A galáxia de Gutemberg**. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

MORAN, J. M. **Educação, comunicação e meios de comunicação**. São Paulo: FDE, 1994. p. 13-17. (Série Ideias, 9).

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TAVARES, Andrezza. O controle da mídia no Brasil. **Potiguar Notícias**. Paranaimirim, RN, 19 out. 2018. Disponível em: <<http://www.potiguarnoticias.com.br/colunas/post/2434/o-controle-da-midia-no-brasil>>. Acesso em 21 out. 2018.

TAVARES, Andrezza. Reflexividades sobre o complexo conceito de cultura. **Potiguar Notícias**, Paranaimirim, RN, 19 out. 2018. Disponível em: <<http://www.potiguarnoticias.com.br/colunas/post/2320/reflexividades-sobre-o-complexo-conceito-de-cultura>>. Acesso em 21 out. 2018.