

# O currículo invisível da televisão e a construção de estratégias

*“La incorporación de los medios a la escuela está ayudando a establecer ese necesario puente entre el currículum formal y el informal, entre la escuela y el mundo real”.*

*Pablo del Río*

ESTA SENTENÇA AO CONTRÁRIO permitiria resumir os objetivos e a eficácia que as propostas de televisão educativa devem alcançar. Explico. Pablo del Río, jornalista, psicólogo e educador na Espanha, analisa com grande propriedade que os meios podem ter a capacidade de conectar a aprendizagem produzida em salas de aula com o mundo real e suas formas de representar e intercambiar informações. Fazer concreto o abstrato. Por outra parte, aí entra a idéia de inverter a sentença, a televisão educativa deve ter a preocupação de também desenhar seu currículo e sistematizar os conhecimentos que é capaz de transmitir sem abrir mão das características que tornam o meio tão atraente e tão efetivo no repasse de informações.

Planejar estratégias didáticas e comunicacionais, selecionar conteúdos e organizá-los de maneira lógica e planejada é o ponto diferencial entre a televisão que pretende educar e a televisão que pretende simplesmente vender. Mas é preciso antes de tudo mudar o conceito de que as televisões educativas são intrinsecamente chatas e o tédio é seu inexorável destino. Os gêneros, a linguagem e as estratégias dos programas educativos devem necessariamente seduzir, atrair, divertir e emocionar como qualquer outra programação que se utiliza da vocação inata do próprio meio.

Todos os gêneros utilizados na televisão podem, ou melhor, devem servir como recurso para uma programação que pretenda educar, mantendo e não desprezando a atração que o meio exerce como veículo divertido, informal e sobretudo interessante. O conceito de televisão educativa normalmente está associado com um produto

**Sandra Bitencourt**

Mestre em Comunicação e Educação pela Universidade Autônoma de Barcelona / Espanha  
Profa. da FAMECOS/PUCRS

televisivo de formato pobre, tedioso e limitado a audiências específicas e restringidas. Este seria o principal obstáculo que limita o efetivo avanço da televisão educativa. A própria televisão educativa, de acordo com o Informe Marco, editado em 1996 pelo Ministério de Educação e Ciências da Espanha, que compilou a opinião de uma centena de profissionais e pesquisadores de diversos países, é responsável por modelos utilizados até hoje que criaram um profundo preconceito com o que se titula educativo na televisão. O chamado gênero “tele-pizarón” (terminologia usada na Espanha), que consiste nas famosas aulas monótonas com um professor e um quadro negro na tela, e outras tentativas frustradas de educar através do meio são fatores responsáveis por esta quase aversão à televisão com propósito de educar.

Citemos alguns dados. A fonte é um estudo realizado em 1993 pelo *Prêmio Japão* (considerado o mais importante na área de televisão educativa) em conjunto com a cadeia televisiva NHK. Nesse estudo, 70 organizações representando 41 países apontaram os fatores que impedem o desenvolvimento das emissoras educativas. 76% citaram a escassez de recursos financeiros como o principal problema. Em seguida aparecem mais três fatores: a insuficiência de horas de emissões educativas, apontada por 50%; o desinteresse na emissão desse tipo de programa (50%) e a falta de preparação dos professores no manejo de materiais áudio-visuais (45%).

Esses resultados comprovam os efeitos de uma prática equivocada e de um estereótipo criado pelas TVEs. Em resumo, o mercado sentenciou que a televisão educativa não é consumível porque não consegue atrair grandes parcelas do público. Falo em mercado porque a opinião pública é quase sempre uma incógnita, mas cada vez mais sujeita à força da banalização proposta por um modelo de comunicação televisiva no qual a publicidade é convidada de honra a sentar na mesa. É cada vez maior a parcela das populações, do mundo todo, que têm a

televisão como única fonte de informação e, muitas vezes, como única forma de acesso ao conhecimento. Esse fenômeno é traduzido em número de audiência e de razão final para anunciantes. Como ordinariamente as produções educativas ignoram as características do meio, são consideradas pouco televisivas. Isto se traduz em baixas audiências e conseqüentemente em inviabilidade financeira.

Isso tudo tem a ver com o modelo televisivo adotado, opção decorrente de escolhas políticas, componentes culturais e avaliações técnicas. Atualmente os dois modelos que se contrapõem são o dos Estados Unidos (e do Brasil) e o da Europa ocidental. O nosso modelo tem na publicidade seu principal alvo, enquanto que o modelo público de televisão européia apenas admite a publicidade e concentra seu foco de interesse na informação, na educação e no entretenimento do público. É uma formulação ideológica. Uma diferença fundamental é que a audiência se orgulha disso e reconhece a preservação da independência de seu serviço público de TV como referência de legitimidade democrática e preservação de valores culturais. Isso se verifica sobretudo na televisão inglesa, que tem na BBC de Londres uma referência mundial de qualidade televisiva. No livro “A Melhor TV do Mundo, o modelo britânico de televisão”, o autor Laurindo Lalo Leal Filho utiliza trechos de discursos do primeiro diretor geral da BBC, John Reith, para explicar essas razões de origem cultural. Reith já as colocava em oposição às propostas comerciais e às interferências políticas:

“Dizia ele, por exemplo, em 1926, que fazer dinheiro não era negócio do rádio e, ao mesmo tempo, exigia independência do governo do dia, afirmando que um dos objetivos do novo veículo era propiciar a criação de um eleitorado mais inteligente e iluminado tornando-se um fator de integração para a democracia”.

Também é preciso destacar que mais

além do modelo adotado, estatal ou privado, para garantir qualidade e bom nível de informação, é preciso implementar formas de controle da programação, socialmente estabelecidas.

O canal educativo, mesmo eficiente, não deve ser o único meio disponível para repassar conhecimento. Até mesmo a televisão comercial pode ser um excelente espaço para embarcar na aventura do saber. A TV tem um curriculum invisível. Diariamente são repassadas informações das mais diversas áreas do conhecimento humano. O que não existe é a sistematização de dados tão diversos quanto múltiplos. A superficialidade acaba sendo também uma marca registrada das programações. Informações fragmentadas constroem um tipo de conhecimento descartável, ainda que atraente. E é precisamente nessa característica sedutora da TV que reside a possibilidade concreta de ensinar *através* da tela e *para* a compreensão crítica do que se passa nessa tela.

Não há dúvida que o intercâmbio entre escola e meios (em especial a televisão) não só é imprescindível como inexorável. E também é inquestionável que a televisão educativa ou com programação educativa deve ser atraente e, porque não dizer, coerente com o potencial concreto que o meio oferece. Retornando à análise de Pablo del Río, essa idéia se justifica quando nos acercamos dos contornos do processo de aprendizagem. Del Río destaca que o educador concebe o ensino e pensa o projeto de instruções em termos de “representação”, de “conhecimento”. Por sua vez o aluno encara o ensino, ou qualquer outra atividade, em termos de “ações”. Isto provoca uma séria divergência. O educador pensa em “significados”, enquanto que o aluno opera guiado pelo “sentido”, um sentido guiado pela ação e a experiência real. Por isso, a presença dos meios na escola como algo muito maior que uma experiência atraente e exilada a inserir num sistema fechado. Levar a TV para a sala de aula é utilizar uma capacidade mobilizadora de transformar o abstrato em concreto.

Estamos acostumados a pensar dentro de uma cultura do livro, da “Galaxia Gutenberg” como definiu McLuhan, e igual a história do peixe que é o último a descobrir a água, o homem ocidental atual tem custado a se dar conta que o código da escrita (e a maneira característica de conhecer o mundo que implica este código) é apenas um dos possíveis sistemas de representar e que há muitos outros. É claro que cada sistema tem seus riscos, vantagens e inconvenientes. A televisão não é diferente, mas tem a vantagem de ser quase irresistível e, por ser atraente, pode ser muito eficaz, quando bem utilizada, para educar.

Apesar de ser o meio de comunicação mais influente junto ao público, a TV ainda é objeto praticamente desconhecido dos intelectuais. Principalmente na área pedagógica. A apropriação dos *media* como ferramenta decisiva para o ensino formal e a sistematização didática dos conteúdos repassados pela televisão estão associados a um conceito de educação permanente. Conceito fundamental, decisivo e imprescindível, que deveria estar a serviço do desenvolvimento econômico e social. Com uma mudança radical nas formas de acesso ao conhecimento e no caráter do saber e do trabalho, é preciso aprender a aprender. Descobrir vantagens de flexibilidade, diversidade e acessibilidade no tempo e no espaço. Seria uma espécie de estruturação continua da pessoa humana, de seus conhecimentos, aptidões, capacidade de crítica e de ação. É preciso formar telespectadores conhecedores do meio, críticos e com possibilidade de discernimento. Mais do que consumidores, os telespectadores devem ser cidadãos.

O problema das televisões comerciais é que, mesmo quando se dispõem a lançar campanhas educativas ou produzir um programa de caráter educativo, não buscam sistematizar as informações e conteúdos de maneira planejada, reflexiva e didática. Muito menos buscam uma parceria efetiva com a comunidade ou o seu público-alvo. Usar termos como interatividade, por exem-

---

plo, passou a ter um sentido puramente publicitário, numa tentativa confusa de fazer crer na participação, na modernidade e no avanço do veículo. Uma campanha educativa não pode ser concebida como uma série de reportagens desordenadas sobre determinado assunto precedidas de uma vinheta. Tampouco é a compilação de dados. Uma campanha educativa deve ser planejada. Deve ter objetivos claros, uma estratégia didática, uma assessoria técnica pertinente e multidisciplinar, uma forma de avaliação e uma proposta clara de participação do público-alvo. O mesmo ocorre com relação a um programa infantil que pretende educar. Repassar três ou quatro conteúdos no meio de uma programação recheada de desenhos violentos é pelo menos mais cínico que declaradamente se resumir a tentar vender de tudo, inclusive bonecas da apresentadora sexy, a qualquer preço.

A análise dos meios e do público que deveria ser educado para ver TV com olhar crítico passa por questões filosóficas e sociológicas deste final de século. Como adquirem sentido para a comunidade, para cada cultura, as inumeráveis conexões a redes que constituem a trama da mundialização? Essa é pergunta básica para a interpretação de uma nova sociedade globalizada. As telas de televisões e computadores se direcionam para uma sedutora promessa de presente e para um inacreditável projeto de futuro. A sociedade da informação e sua concepção de mundo ganha legitimidade nas vertiginosas mudanças tecnológicas. Mas se a tecnologia é a chave deste novo mundo de possibilidades, é preciso ter claro quais são as portas mais estratégicas a ser abertas. Um novo conceito de educação integrado às modernas concepções de comunicação constitui uma via essencial para a inclusão nesse novo universo sem limites de tempo e espaço ■

## Notas

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. *A Melhor Tv do Mundo, o modelo britânico de televisão*. São Paulo: Summus editorial, 1997.

TORNERO, José Manuel Pérez. *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1994.

MORIN, Edgar. *Para salir del siglo XX*. Barcelona: Kairós, 1981.

UNESCO, *La educación encierra un tesoro*, Informe de la Comisión Internacional de la UNESCO sobre la educación para el siglo XXI, presidida por Jaques Delors, Santillana Ediciones Unesco, 1996.