

A família e a escola: os desafios da educação para os media

RICARDO JOSÉ PINHEIRO MORAIS

Universidade da Beira Interior, Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online (Labcom)

rm.ricardomorais@gmail.com

Resumo:

Conscientes do valor e do poder que os meios de comunicação têm na sociedade, em especial na vida dos mais novos, desde muito cedo marcados pelo crescimento num ecossistema mediático, neste trabalho procuramos perceber qual a importância da aposta na educação para o uso crítico e responsável dos meios de comunicação. Ao longo do trabalho é analisado o papel que os meios de comunicação podem assumir ao lado dos agentes tradicionais de socialização, como a família e a escola, sendo ainda discutida a importância de um espaço de educação para os media na escola.

Pretende-se fazer uma análise compreensiva daquilo que são os processos de mediação no quadro da vida familiar, mas também daquilo que é o consumo mediático por parte de famílias e jovens. Por outro lado, e face à crescente necessidade de capacitar os jovens para o uso crítico dos media, analisa-se o potencial do jornal escolar enquanto dispositivo privilegiado para incentivar a participação activa dos jovens na sociedade, permitindo-lhes atingir bons níveis de literacia mediática.

A natureza exploratória deste estudo tem que ver com a necessidade sentida de analisar não só o consumo mediático que os jovens e as crianças fazem dos media, mas estender esta análise e perceber também qual o papel das famílias e da escola neste processo.

Para atingirmos estes objectivos partimos de uma análise quantitativa que procura evidenciar tendências e características comuns aos jovens e às famílias inquiridas. Para essa abordagem contamos com um conjunto de informações obtidas através da realização de inquéritos a 80 jovens e respectivas famílias.

Consideramos que com este trabalho vamos ao encontro da recomendação da Comissão Europeia (2009) que salienta que a "literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos...".

Palavras-chave:

meios de comunicação, jovens, família, escola, educação para os media

Introdução

Actualmente, vivemos numa sociedade que se caracteriza pela importância crescente e visível dos *media*. É incontornável a presença dos meios de comunicação em todos os contextos do quotidiano social, como poderosos meios de aculturação, de formação de consciências e de transmissão de ideologias e valores. Também a vida de crianças e jovens é, desde muito cedo, marcada pelo crescimento num ecossistema mediático. Em concorrência com a família e a escola, os jovens convivem diariamente e sofrem a influência, directa ou indirecta, da imprensa, da rádio, da televisão e da Internet.

Atendendo à importância dos *media* na sociedade actual, em especial na vida de crianças e jovens, um pouco por todo o mundo desenvolvem-se estudos que procuram explorar a relação entre as camadas mais jovens da sociedade e os meios de comunicação (CLEMI, 2004; Media-educ, 2004; Mediappro, 2006; Educaunet, 2006; Globalyouth, 2005; Eukidsonline, 2007). Entre os diversos projectos de investigação que têm sido desenvolvidos nesta área, um grande número parte do pressuposto que as crianças não só apreendem conteúdos e acedem a informação, como incorporam também práticas sociais que assumem nos seus comportamentos quotidianos dentro e fora da escola (Mediappro, 2006).

O presente trabalho enquadra-se nesta linha de pensamento e procura estudar o consumo que os jovens fazem dos *media*, procurando provar que estes últimos adquirem um papel tanto mais importante quanto mais apagado for o papel da família e da escola. Pretendemos criar um espaço que permita a reflexão sobre a necessidade de uma formação que assegure o conhecimento adequado da comunicação e dos *media*, uma formação capaz de educar para a utilização dos *media* e das novas tecnologias.

Reflectindo sobre o impacto dos *media* no mundo contemporâneo, interrogamo-nos no sentido de saber se poderão os jovens contribuir para a melhoria da qualidade dos *media*, por via de uma intervenção mais crítica e exigente. No fundo, procuramos saber se a educação para os *media* é o caminho e quais os agentes que devem intervir neste processo.

Consideramos que com este trabalho vamos ao encontro de recentes recomendações da UNESCO (2007a), segundo a qual a Educação para os Media deve ser tratada num quadro de investigações interdisciplinares como, por exemplo, as Ciências da Educação, as Ciências da Informação e da Comunicação, além de ser desenvolvida em ligação com estudos sobre a inovação pedagógica, o papel e o impacto das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) no ensino e na formação. Esta recomendação ganha ainda mais importância depois de, em Dezembro de 2008, ter sido apresentado e aprovado no Committee on Culture and Education do Parlamento Europeu, um relatório sobre “Media Literacy in a Digital World”, onde se salienta que a educação para os meios de comunicação deve fazer parte integrante da educação formal, à qual todas as crianças têm acesso, assim como dos planos curriculares de todos os níveis de ensino.

Família, Escola e a Educação para os media

O mundo não é alheio aos processos de comunicação e muito menos ao efeito dos *media*. As grandes transformações a que assistimos muito devem ao poder dos *media*, cada vez mais apoiado nas novas tecnologias. Como refere Masterman (1996), os meios de comunicação social surgem como modeladores das percepções e ideias das pessoas. Eles não apenas proporcionam informação sobre acontecimentos, mas também proporcionam formas de ver e entender o mundo. Assim, uma vez que os *media* desempenham um papel fundamental na vida de todos os cidadãos, é necessário que a escola e os agentes educativos se apercebam desta situação e tirem partido dela.

Num ambiente mediático omnipresente, como aquele em que vivemos actualmente, é necessário que a escola entenda, juntamente com a família, que já não é o único agente de transmissão do saber social, mas que os *media* desempenham um lugar privilegiado no dia-dia de crianças e jovens. Len Masterman (1985) salienta que se os *media* fossem “janelas abertas para o mundo”, ou simplesmente se reflectissem a realidade, não haveria muito mais interesse em estudá-los do que haveria em estudar uma janela. “The media are important shapers of our perceptions and ideas (...) they provide not simply information about the world, but ways of seeing and understanding it” (Masterman, 1985, p. 4). O estudo dos *media* assenta sobre o postulado da sua não transparência, quer dizer, sobre o postulado de que eles

transformam os assuntos que apresentam para lhes dar uma forma particular, ou seja, representam, mais do que reflectem, a realidade.

Assim, é preciso estar atento aos conteúdos veiculados através dos meios de comunicação social e à forma como podem influenciar não só a realidade, como também o comportamento e o modo de vida, ou seja, os hábitos, atitudes e sistemas de relacionamento com os outros. Desta forma, a família e a escola têm responsabilidades na preparação das crianças e dos adolescentes para o mundo das imagens e das palavras, dotando-os de recursos interpretativos para dominarem os *media* e não serem alienados ou dominados por eles. Por tudo o que foi dito, torna-se importante iniciar os jovens na compreensão das estruturas e dos mecanismos de construção das mensagens dos meios de comunicação.

Os media no contexto familiar

É hoje quase consensual que os meios de comunicação, aliados às novas tecnologias, continuam a modificar a maneira de construir o saber, o modo de aprender, a forma de conhecer. Representam, muitas vezes, o meio onde os jovens apreendem conteúdos e incorporam práticas sociais que assumem depois nos seus comportamentos quotidianos. Assim, para além de apresentarem informação, os *media* organizam ideias, generalizam valores, criam e reforçam expectativas, além de fornecerem modelos de comportamento (Cortés, 2005). E fazem-no cada vez mais cedo, “avant qu’un enfant entre pour la première fois dans une salle de classe” (UNESCO, 2007b, p.12).

As crianças têm uma cultura e uma curiosidade que precedem a escola, caracterizadas pela necessidade de dar resposta a tudo, de experimentar, de conhecer, de compreender o mundo (Gonnet, 2003). Compreende-se assim que a utilização das tecnologias comece cada vez mais cedo, pois as crianças não temem a máquina e evoluem por tentativa erro através da discussão com os outros utilizadores (Buckingham, 2003). Estas realidades não podem ser ignoradas, sobretudo quando se sabe que as primeiras aprendizagens constituem a base das aprendizagens posteriores (UNESCO, 2007b).

Desta forma, e uma vez que o papel mediador entre meios de comunicação e realidade cabe a diferentes agentes presentes na vida das crianças e dos jovens, a família deve ser o primeiro desses agentes, uma vez que é neste contexto que normalmente ocorre a recepção das mensagens comunicacionais. Porém, muitas vezes não existe consciência e disponibilidade por parte desse agente fundamental para a mediação.

Mas a verdade é que na actual sociedade, estamos perante uma ecologia comunicacional em que as noções de espaço, de tempo, de presença dos interlocutores, bem como da instantaneidade das mensagens, se relativizaram de tal forma, que a única mediação de que podemos falar é aquela que emerge no próprio homem, através da manifestação da fala e dos gestos (Silva, 2008). Esta mediação, entendida como o processo através do qual se ajudam as crianças e os jovens a descodificar e a compreender as complexidades do meio físico e social envolvente, deve começar e ter lugar privilegiado no seio da família. A família emerge desta forma como o primeiro contexto educativo por excelência (Pereira, 1999).

Os processos de mediação surgem assim como facilitadores e promotores do conhecimento e aprendizagem da criança, na medida em que se apresentam como um estímulo, uma orientação, um apoio. Através da mediação, a criança, com a ajuda dos “outros significativos”, selecciona, interpreta, critica, complementa, organiza, e estrutura as informações provenientes do meio envolvente, permitindo-lhe assim abordar com mais eficiência os assuntos da vida quotidiana. Daí que seja fundamental o papel da família (Pereira, 1998).

Sendo a família o primeiro e principal agente de mediação das mensagens comunicacionais, podemos falar em três dimensões distintas da mediação nas famílias em

relação à televisão, mas que no contexto deste trabalho, se podem aplicar aos *media* em geral (Weaver e Barbour, 1992, apud Pereira, 2008):

“a) Mediação Restritiva: ocorre quando os pais controlam (limitando) a actividade das crianças em termos de tempo, de conteúdos e de tipos de programas a que elas podem ou não podem ter acesso nos media. Envolve a implementação e a execução de regras em relação à actividade da criança perante os media;

b) Mediação Avaliativa: este tipo de mediação ocorre quando os pais e as crianças têm contacto com os media com um objectivo, discutem e interpretam os conteúdos veiculados pelos media com as crianças. Este tipo de mediação proporciona às crianças uma compreensão crítica dos media;

c) Mediação Não-Focalizada: é o mesmo que mediação indirecta. Inclui as opiniões e posições dos pais acerca dos media em geral, e comentários genéricos a conteúdos específicos, durante e após o contacto com os meios de comunicação. Compreende os hábitos e as atitudes dos pais em relação aos media. É a mediação pelo exemplo, pela observação. Exige pouco ou nenhum envolvimento por parte dos pais. Consequentemente é casual, não deliberada” (Weaver e Barbour, 1992, apud Pereira, 2008):

É claro que um factor determinante para o desenvolvimento, educação, e práticas de interacção e mediação no quadro familiar, são as ideias e crenças que os pais albergam, e as suas convicções acerca do desenvolvimento e aprendizagem da criança (Pereira, 1998). É neste sentido que o presente trabalho procura saber o que pensam os pais, nomeadamente no que diz respeito aos meios de comunicação. É também neste sentido que José Manuel Moran defende que:

“antes de pensar em educar os jovens, temos que pensar em educar os adultos para estas novas linguagens, novas formas de perceber e de se expressar. Aprender a ler os meios a partir da óptica do jovem, do que ele valoriza, para ajudá-lo depois a perceber melhor o mundo, de forma mais organizada, mais contextual, profunda, reconhecendo os valores e problemas que a sociedade moderna coloca, sem deslumbramentos, mas também sem preconceitos” (1993, p. 26).

Por outro lado, é essencial reconhecer que, além das diferenças do papel mediador dos pais nas diferentes culturas, há que ter também em conta as diferenças do papel dos irmãos e de outras crianças, dos avós, etc., nos processos de mediação, e as diferenças decorrentes dos distintos recursos simbólicos e materiais e das diferentes posições no sistema social. É ainda importante compreender que as crianças procuram os meios de comunicação com o objectivo de conhecerem o mundo, e não se pode por isso ignorar o tipo de emissões a que assistem porque, o consumo desses conteúdos promove uma “aprendizagem social indirecta por via emocional”. Ou seja, se a criança não for acompanhada, quando vê televisão ou consulta a Internet, poderá vir a ter uma noção distorcida e fragmentada da realidade.

O problema da família e da mediação para os conteúdos dos *media* coloca uma outra questão que tem a ver com o facto de cada família representar um universo específico a ser estudado. Ou seja, de acordo com um conjunto de aspectos, como a situação económica ou a dinâmica interna, por exemplo, cada família terá um tipo de compreensão da realidade. Esta situação conduz-nos a outra questão: Como poderá a escola, apenas o segundo principal agente de mediação, desempenhar um papel de formação do cidadão crítico e activo, tendo em vista diferentes universos familiares?

Os media na escola: o papel do jornal escolar

Durante muito tempo, a escola foi o principal transmissor de conhecimentos e principal formador. Porém, a segunda metade do século XX foi marcada pela passagem de uma cultura local a uma cultura de massas. Uma revolução tecnológica, que já se anunciava com a invenção do cinema, do telefone e da rádio, e que se instalou definitivamente com a televisão,

os satélites, os computadores, as redes telemáticas, mudou radicalmente a face das sociedades. O mundo em que vivemos, o mundo das “auto-estradas da informação”, o mundo da omnipresença dos *media*, já não é o mesmo da escola de antigamente. Hoje, o nosso quotidiano encontra-se dominado pelo multimédia (Martin, 1997). A escola do passado, caracterizada pelos seus métodos e tecnologias tradicionais, suportadas pela oralidade e por uma organização hierárquica, entra em conflito com a sociedade da informação.

De facto, a relação entre a escola e os *media* está longe de ser linear e simples. Nas últimas décadas, podemos mesmo afirmar que a escola manteve uma relação muito pouco cordial com os meios de comunicação. Entre acusações e desconfiança, o vínculo que os une esteve sempre muito longe da aceitação e do reconhecimento (Masterman, 1985). “Quando os *media* e a escola se encontram no mesmo espaço, acabam por se repelir mutuamente, como dois ímanes aproximados pelo mesmo pólo” (Yuste, 2007, p.143). Esta complexa relação é resultado de uma rápida e continua evolução que caracteriza os *media* por oposição à estabilidade que a instituição escolar procura manter (Gonnet, 1999; Remy, 2003; Yuste, 2007).

Os meios de comunicação detêm um lugar importante na aprendizagem e desenvolvimento de qualquer pessoa, em especial das crianças. A educação sem a sua presença “equivalaria a considerar a escola como uma instituição desligada do que a rodeia, hermética e fechada sobre si mesma, onde se amontoam saberes enciclopédicos e fossilizados” (Costa, 2006, p. 3).

Assim, com os meios de comunicação de massa, junta-se à família e à escola um novo agente transmissor de conhecimentos e de atitudes, revestido de um novo estilo, ao qual se convencionou atribuir a designação de “escola paralela” (Pinto, 1988). Esta expressão tornou-se famosa depois de terem sido publicados um conjunto de artigos no jornal “Le Monde” em Janeiro de 1966. A expressão diz respeito a um conjunto de mensagens e de dados que as crianças recebem fora da escola, com particular destaque para o papel dos *media*.

Em termos educacionais, a hegemonia da escola, como única fonte de transmissão do saber, foi posta em causa, pois a educação podia “ocorrer fora da escola” (Trilla, 1985). Desta forma, a presença incontestável e poderosa dos meios de comunicação, instituindo-se como escola paralela, gerou pelo menos três movimentos diferentes sobre a sua relação com a escola: de substituição, de concorrência e de complementaridade. Em qualquer dos movimentos apresentados há uma ideia comum: face aos *mass media*, a escola deixou de ser a única fonte de transmissão do saber e, devido à forma e ao conteúdo das suas mensagens, passou a necessitar de uma urgente transformação e em profundidade.

É neste sentido que o jornal escolar emerge como um meio privilegiado, uma vez que a imprensa escrita foi o primeiro meio de comunicação de massas reconhecido como tal e, depois, porque o jornal na escola tem uma longa tradição e foi incorporado de uma forma rápida e eficaz, o que dificilmente ocorreria com os restantes meios de comunicação. Por jornal escolar entendemos o meio de comunicação escrito, editado no contexto de uma organização escolar, produzido pelos seus diversos protagonistas, com uma participação forte e empenhada de alunos e professores, integrado num projecto pedagógico e destinado a informar a escola e a comunidade sobre a vida do estabelecimento de ensino, promovendo a aprendizagem, integração e fomento no sentido de pertença dos alunos (Gonçalves, 2007).

De uma forma geral, a presença e utilização do jornal na escola adopta duas modalidades básicas: o jornal como depósito ou armazém de conteúdos; e o jornal como uma verdadeira ferramenta de elaboração activa do conhecimento, o qual passa, naturalmente, pela elaboração do jornal, e a que se pode chamar o jornal escolar. Neste caso, o aluno tem um papel fundamental na elaboração do seu próprio conhecimento.

O jornal escolar pode assim ser uma ferramenta privilegiada de educação para os *media*, uma vez que nesta segunda acepção do jornal o aluno participa activamente. Com a produção de peças jornalísticas para os jornais, o aluno poderá desenvolver uma atitude crítica e reflexiva em relação à realidade, desenvolvendo competências para interpretar as mensagens mediáticas construídas pelos profissionais. Importa ainda salientar nesta fase, que

os trabalhos práticos não são um fim em si mesmos, mas um meio necessário para chegar a uma compreensão crítica dos *media*.

“Practical activity does not, in itself, constitute media education. In particular, the commonly-expressed belief that, through practical works, students will automatically acquire critical abilities and begin to de-mystify the media needs to be challenged. Rather, the link between practical work and analytical needs to be consciously forged by the teacher. It must be worked for. It cannot be assumed” (Masterman, 1985, p. 26).

As actividades práticas devem ser sobretudo actividades críticas, constituindo um caminho para promover a acção e a participação, não se devem limitar a reproduzir o conhecimento dominante, mas, pelo contrário, confrontá-lo, numa lógica de dar voz aos que não têm voz, contribuindo para a tarefa de generalizar o exercício de uma cidadania democrática (Kellner e Share, 2007).

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa que aqui se desenvolve procura contribuir para uma melhor compreensão do fenómeno mediático nas práticas sociais de crianças e jovens, descrevendo a participação dos vários agentes no processo de socialização do aluno, e de que forma cada um deles pode contribuir para a educação para os *media*. A natureza exploratória deste estudo tem que ver com a necessidade sentida de analisar não só o consumo mediático que os jovens e as crianças fazem dos *media*, mas estender esta análise e perceber também qual o papel das famílias e da escola neste processo.

O universo que serviu de base para esta investigação foi o conjunto de 23 escolas que participaram no projecto “Educação para os Media no Distrito de Castelo Branco”. Dos 573 alunos que participaram neste projecto, seleccionámos uma amostra constituída por 100 alunos das diversas escolas. De acordo com Freire (1997) a escolha das escolas pode ter em conta diferentes critérios, “desde os socioeconómicos até algo que a escola tem de característico, que lhe dá especificidade” (p. 566). Neste caso, os critérios que estiveram na base da nossa escolha foram o facto de os estabelecimentos ministrarem o 2º e 3º ciclos e publicarem regularmente um jornal escolar.

Em relação à constituição da amostra, a nossa preocupação não residiu tanto em criar condições de representatividade e de significância estatística e, por conseguinte, em pretender fazer inferências para a população considerada a partir dos resultados obtidos, mas descrever tendências, procurando mensurar o consumo que os jovens e as famílias fazem dos *media*. Pretendia-se ainda saber de que forma a educação para os *media* é sentida como uma necessidade na sociedade, estabelecendo relações entre variáveis.

Seleccionada a amostra, contactaram-se os professores que participaram no projecto e foi estabelecida uma data para a deslocação aos estabelecimentos de ensino com a finalidade de se proceder à aplicação dos questionários. Por sua vez, os inquéritos destinados às famílias foram entregues aos alunos que os levaram para casa juntamente com um documento informativo onde se explicava o objectivo da investigação. Dos 100 inquéritos distribuídos receberam-se 80 preenchidos, obtendo-se assim uma taxa de retorno de 80%.

Resultados e Discussão

A partir da observação dos dados recolhidos pretende-se fazer uma análise compreensiva daquilo que são os processos de mediação no quadro da vida familiar, mas

também daquilo que é o consumo mediático por parte de famílias e jovens. Por outro lado, e face à crescente necessidade de capacitar os jovens para o uso crítico dos *media*, analisa-se a potencialidade do jornal escolar enquanto dispositivo privilegiado para incentivar a participação activa dos jovens na sociedade, permitindo-lhes atingir bons níveis de literacia mediática.

Caracterização da amostra

A amostra da população jovem que fez parte do nosso estudo está repartida entre a faixa etária dos 13 aos 17. Há uma repartição entre os géneros, com 51% dos inquiridos do sexo masculino e 49% do sexo feminino. Relativamente às faixas etárias das famílias, a amostra está centrada no espaço etário entre os 31 e os 51, sendo que a média de idades é de 44 anos.

Na caracterização do perfil da família saliente-se ainda que foram as mães quem mais respondeu ao inquérito (62%). Em 29% dos casos foi o pai quem respondeu, em 8% dos casos as respostas foram dadas de forma conjunta pela família, e apenas num caso a resposta foi dada por outro elemento da família.

Em relação ao nível de instrução dos pais, verifica-se um grande equilíbrio entre os níveis de instrução mais elevados (mais de metade, 58% dos inquiridos têm formação ao nível dos ensinos secundário ou superior). Este dado é relevante no que respeita à interacção familiar em torno dos *media* e na forma como os *media* podem ser partilhados e vivenciados em casa. O nível de instrução dos pais que pode contribuir para diferentes formas de uso e percepção dos *media*, o que pode criar dinâmicas próprias na interacção familiar em torno dos conhecimentos adquiridos por cada um dos elementos da família.

No que diz respeito à situação profissional dos inquiridos, 80% afirmou estar a trabalhar e apenas 10% declarou estar desempregado. Em 4% dos casos, os inquiridos encontram-se a estudar, e 6% dos auscultados não respondeu a esta questão. Quanto às funções profissionais desempenhadas, verifica-se uma variedade muito grande de profissões, cerca de 20 diferentes, sendo de referir que entre os inquiridos se encontram 15 professores (entre secundário e superior), 6 funcionários públicos e 9 operários fabris. Saliente-se ainda que 18 inquiridos não mencionaram a sua ocupação profissional.

Verificou-se que em muitas das famílias participantes ambos os pais trabalhavam fora de casa, uma realidade que é relevante na forma como as crianças se relacionam com os *media*. Estas crianças estão sozinhas em casa tendo como única companhia os *media*, uma situação que pode contribuir para a compreensão errada dos conteúdos que são veiculados pelos meios de comunicação social. Esta desarticulação de tempos sociais reforça a importância da instituição escolar, que deve conseguir que os jovens adquiram um conjunto de competências que lhes permitam interpretar e seleccionar as mensagens propostas pelos *media*.

Hábitos de consumo mediático dos jovens e respectivas famílias

Referimos anteriormente que neste trabalho procurámos obter dados sobre o consumo mediático dos alunos e respectivas famílias. Neste sentido, começámos por procurar saber que tipo de meios/suportes de comunicação os jovens utilizavam.¹ Os resultados são esclarecedores e o computador (98%) juntamente com a televisão (93%) e o telemóvel² (94%) fazem parte do dia-a-dia da quase totalidade dos inquiridos. O levantamento dos hábitos de consumo mediáticos das respectivas famílias é semelhante, verificando-se no entanto que a televisão surge como o meio mais utilizado (99%), seguido de perto pelo telemóvel (94%), mas também pelo computador e pelos jornais (ambos com 80% de respostas).

O conhecimento dos espaços onde os jovens utilizam os meios é igualmente importante, e o quarto, enquanto espaço da casa onde os jovens passam a maior parte do

tempo sozinhos e sem o controlo dos pais ou de outros elementos da família, mereceu uma atenção especial na nossa análise. Assim, o computador está presente no quarto de 79% dos inquiridos, e a televisão apenas está presente no quarto de 58% dos inquiridos. A análise destes números parece suportar a ideia de uma individualização do uso dos *media* e uma crescente utilização dos *media* no âmbito do seu espaço, ou seja, os jovens tendem a concentrar no seu reduto mais privado os *media* que utilizam. É nesse espaço que os jovens realizam um conjunto de práticas em simultâneo ou em exclusivo: navegam na internet, usam o computador, estudam, jogam, entre outras actividades.

Conhecidos os meios que os jovens e respectivas famílias mais utilizam, interessava igualmente perceber como é organizado o quotidiano em termos do tempo de utilização, não só por uma questão de estabelecer padrões de comparação entre os hábitos de consumo mediáticos das famílias e dos jovens, mas também procurando perceber se os filhos seguem padrões de comportamento dos pais (Quadro 1).

Quadro 1

Distribuição do tempo diário dedicado, em média, a cada um dos meios de comunicação

Meio	Tempo diário											
	- 30 minutos		30 min 1 hora		1 hora 2 horas		2 horas 3 horas		+ 3 horas		Não utiliza não respondeu	
	J	F	J	F	J	F	J	F	J	F	J	F
Televisão	2%	29%	34%	30%	35%	24%	10%	11%	19%	6%	-	-
Internet/computador	10%	48%	18%	18%	31%	14%	19%	5%	20%	6%	2%	9%
Telemóvel	26%	68%	14%	15%	11%	6%	3%	3%	38%	5%	8%	3%
Leitor de CD/Mp3	25%	56%	30%	9%	25%	1%	3%	1%	9%	-	8%	33%
Leitor de DVD/Vídeo	30%	53%	21%	3%	24%	1%	4%	3%	5%	1%	16%	39%
Consola de Jogos	29%	23%	30%	41%	10%	6%	4%	-	5%	1%	22%	29%
Jornais	54%	26%	18%	6%	1%	-	1%	-	1%	-	25%	68%
Rádio	53%	24%	11%	6%	6%	8%	3%	-	4%	-	23%	62%

J - Jovens; F - Famílias

Fazendo um balanço do tempo gasto diariamente no uso dos vários meios, conclui-se que o telemóvel, o computador e a televisão são os meios que prendem os jovens por períodos de tempo mais prolongados. A primeira reflexão que a análise das informações sobre este tópico nos suscita é que a televisão continua a ter muito peso nas actividades dos jovens. Contudo, a televisão constitui muitas vezes um pano de fundo de outras actividades e poderá ser partilhada com a utilização de outras actividades. A utilização do computador e do telemóvel, para enviar mensagens, por exemplo, são outras actividades de destaque a que os jovens dedicam mais tempo.

Estes dados permitem-nos também afirmar que apesar da televisão continuar a ser um dos principais meios a que os jovens dedicam o seu tempo (64% dos inquiridos passam entre uma hora e mais de três frente ao grande ecrã) muitos são aqueles que hoje em dia vivem e crescem rodeados de uma rede digital onde os computadores são elemento central. Os dados demonstram que 70% passa entre uma hora e mais de três no computador. Estes dados parecem assim suportar a ideia que os jovens preferem cada vez mais os meios que lhes permitem uma maior interacção: a Internet e o telemóvel.

Mas o nosso trabalho procurou também saber qual a percepção que os pais têm em relação ao consumo que os filhos fazem dos meios de comunicação. Na abordagem ao consumo mediático dos filhos, as famílias consideram que os seus filhos passam muito tempo em contacto com os meios de comunicação (71%). Concretamente, 19% os inquiridos afirmou que os seus filhos passam mais de três horas em contacto com os *media*, 23% diz que passam entre duas a três horas em contacto com os *media*, 42% dos auscultados considera que os seus filhos passam entre uma hora a duas horas ligados aos meios de comunicação. É de acrescentar que 15% declara que os seus filhos passam entre trinta minutos e uma hora, e

apenas 1% afirma que os seus filhos passam menos de trinta minutos em contacto com os *media*. É interessante verificar como o tempo que efectivamente os jovens dedicam a cada um dos *media*, é superior à percepção que os pais têm. Uma explicação para este facto pode ser o facto dos pais não acompanharem o consumo mediático dos filhos.

Verifica-se que os próprios pais têm consciência de que a embora a televisão seja ainda central na vida dos seus filhos, eles convivem mais intimamente com o computador e com o telemóvel. Estamos assim perante um geração de adolescentes e crianças que se socializa através das novas tecnologias, rodeada de vários ecrãs, desde a televisão ao computador, passando pelos pequenos ecrãs do telemóvel, do leitor de mp3 ou até da consola de jogos. A Internet, apontada como o principal meio, é o reflexo de uma utilização dos *media* de uma forma marcadamente individualizada, reclamando para si a utilização e a posse individual.

No âmbito do consumo mediático dos jovens percebemos que o computador e o acesso à Internet é privilegiado pelos jovens, e nesse sentido procurámos também saber o que fazem os jovens na Internet. O relacionamento em redes sociais é a actividade que mais contribui para a utilização da Internet entre os jovens (33%), seguindo-se os jogos online (21%) e o acesso ao *email* (18%). Estes são os usos que merecem destaque. Estes resultados não são de estranhar uma vez que, o domínio das novas tecnologias é algo que cresceu com os jovens e que se tornou uma prática diária (daí a expressão nativos digitais). Por outro lado, a predominância da utilização da Internet para aceder a redes sociais, explica-se pelo facto da adolescência ser um período de expansão da socialização no mundo real, que acaba por ser transportada para o mundo das redes sociais na Internet.

Variáveis de influência do consumo mediático

Os meios de comunicação ocupam um lugar central na sociedade contemporânea. Mas para além da sua centralidade, importa saber com que finalidade os meios de comunicação são utilizados pelos mais novos. Os nossos dados indicam que os meios são sobretudo utilizados como forma de passar o tempo (84%), comunicar (74%) e como forma de lazer (73%). O facto de uma alta percentagem referir que faz um consumo dos *media* com o objectivo de passar tempo pode significar que Masterman tem razão quando diz que se fazem “secondary and tertiary uses of the media”, o que torna possível que os conteúdos veiculados sejam consumidos sem que disso se tenha um real percepção (Masterman, 1985, p. 3).

Avaliada a ideia que os jovens têm dos *media* (97% considera-os importantes ou muito importantes) procurou-se ainda saber de que forma os jovens percebem a influência que os meios de comunicação têm sobre o seu comportamento. Quase metade dos inquiridos (43%) reconhece que os meios de comunicação influenciam bastante ou muito o seu comportamento. Por sua vez, 31% defendem que a influência é pouca e apenas 15% considera não ser influenciado pelos *media*. No que concerne à influência dos meios de comunicação sobre o comportamento dos filhos, verificámos que existe um equilíbrio entre os pais que consideram que os seus filhos são muito influenciados pelos *media* (41%), e os que afirmam que são pouco influenciados (40%).

Por outro lado, é interessante verificar que os membros das famílias inquiridos afirma utilizar os meios de comunicação para obter informação. Fica assim patente uma diferença muito importante e que pode ser determinante em qualquer tipo de análise que se faça ao consumo dos *media* pelos jovens. Ao contrário dos pais, que procuram informação, os jovens procuram entretenimento, estando assim mais vulneráveis a todo o tipo de conteúdos que influenciem os seus valores e ideias. O que aqui se pode ver é que, os usos relacionados com a comunicação e o lazer são claramente descurados pelos pais, que se preferem concentrar na procura de informação, para um uso mais instrumental e normativo dos *media*. Isto deixa de lado todo um nível de possibilidade de envolvimento social e comunicativo, cujo peso é, julgando pela frequência de uso, muito mais importante para estes jovens.

A abordagem destes dados, dá-nos conta de que o uso que os jovens fazem dos *media* é bastante mais heterogéneo do que o dos seus pais, sendo também distintos os padrões de utilização dos *media* no quadro da vida familiar. Esta análise sugere-nos também que os jovens procuram os meios de comunicação como forma de entretenimento, apesar de acabarem, muitas vezes indirectamente, por obter conhecimento através deles. No entanto, encará-los como uma forma de passar o tempo ou de distração, deve alertar-nos para um consumo mais passivo que os jovens fazem dos *media*. Tendo consciência de que os *media* veiculam, continuamente, valores e ideias, muitos deles destinados directamente aos mais novos e de uma forma subliminar, então devemos preocuparmo-nos com esta situação. Por outro lado, este indicador ajuda a explicar a variabilidade nas atitudes e actividades da família no processo de selecção dos *media* e dos seus conteúdos, ou seja, existem famílias onde o processo de selecção é uma tarefa conjunta, ao contrário de outras onde não existe este processo e como tal os jovens tendem a aceder aos *media* de uma forma menos selectiva.

A interacção mediática no contexto familiar

Compreender o papel da família face à emergência dos *media* como agente de socialização era um dos pontos mais importantes deste trabalho. Procurámos por isso olhar para as interacções familiares e para os quadros que podemos construir através dessa observação, procurando perceber qual o papel das famílias no processo de mediação entre os jovens e os *media*. Assim, começámos por explorar se os *media* faziam parte dos temas de conversa dos jovens com os familiares.

Quadro 2

Frequência com que os jovens e familiares falam sobre os *media*

Inquiridos	Frequência			
	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Jovens	20%	59%	20%	1%
Famílias	26%	64%	8%	2%

Estes resultados sugerem que podem estar a ocorrer transformações no âmbito da interacção familiar em torno dos assuntos mediáticos como resultado da apropriação dos *media* pelos jovens. Essas transformações poderão incluir a ocorrência de conflitos específicos em torno do consumo dos *media*, por exemplo, em termos dos tempos de utilização, como foi indicado livremente pelos inquiridos nos questionários, mas também quanto aos conteúdos e formatos. Surge assim a hipótese de que novos campos de negociação ou de tensão familiar poderão estar a emergir no que respeita à autonomia dos adolescentes, à autoridade paternal, às regras parentais e ao controlo familiar sobre os *media*. É ainda interessante verificar como existe uma aproximação entre as respostas dos dois grupos de inquiridos, enfatizando que o facto das gerações mais novas crescerem no meio de um sistema de múltiplos produtores e distribuidores de mensagens mediáticas começa a preocupar os familiares.

Quadro 3

Temas das conversas a respeito dos meios de comunicação

Inquiridos	Temas das conversas				Efeitos dos <i>media</i>
	Conteúdos dos programas	Programação	Formato dos programas	Tempo dedicado	
Jovens	59%	43%	6%	3%	3%
Famílias	74%	34%	4%	4%	-

Para além de saber se os meios de comunicação fazem parte das conversas familiares, interessava identificar a forma como são abordados e quais os temas que são tratados nas conversas. Verificamos uma vez mais que as temáticas indicadas pelos grupos de inquiridos se aproximam em termos de números, sendo que os conteúdos dos programas dominam as respostas.

As formas como as famílias gerem a relação dos filhos com os meios de comunicação foi um aspecto central deste estudo, e neste sentido, 42% dos pais referiram que controlam (limitando) a actividade dos seus filhos em termos de tempo, de conteúdos e de tipos de programas a que eles podem ou não podem ter acesso nos media. Em 36% das respostas, os inquiridos afirmam que manifestam opiniões e posições acerca dos *media* em geral, e comentários genéricos a conteúdos específicos, durante e após o contacto com os meios de comunicação. Por fim, 25% dos respondentes considera que discute e interpreta os conteúdos veiculados pelos *mass media* com os seus filhos.³

Podemos concluir que a restrição, uma forma directa de mediação, reúne as preferências dos pais, exigindo uma intervenção deliberada de quem exerce a mediação. Já a mediação não-focalizada é uma forma de mediação indirecta e surge em segundo lugar nas opções dos inquiridos. O cruzamento dos inquiridos de pais e filhos, bem como algumas conversas exploratórias, permitem-nos afirmar com alguma segurança que a maioria das famílias inquiridas não acompanha a relação dos filhos com os meios de comunicação. No entanto é legítimo considerarmos que no caso das mediações dos tipos restritivo e selectivo, as famílias revelam uma maior preocupação com as experiências mediáticas dos filhos.

O jornal escolar ao serviço da educação para os media

Nesta última parte procurámos abordar o papel dos meios de comunicação na escola e como estes são percebidos pelos alunos nesse ambiente. Os meios de comunicação são um tema abordado no meio escolar. Entre os inquiridos, 14% afirmou que o tema é discutido na escola muitas vezes e 53% afirmou que ele é abordado algumas vezes. Por sua vez, 27% dos respondentes afirmaram que raramente falam sobre os meios de comunicação na escola e 7% assegurou que nunca o fez.

Por outro lado, entre os inquiridos, 44% considera que a escola pode contribuir muito, e 10% que ela pode ajudar bastante, na compreensão dos conteúdos veiculados pelos media. Por sua vez, 39% dos jovens defenderam que a escola pode ajudar pouco nesta mediação e 7% afirmou mesmo que a escola não ajuda na compreensão das mensagens dos meios de comunicação. Estes resultados demonstram que não existe uma tendência clara na percepção que os jovens têm acerca do papel da escola na educação para os *media*.

Sendo a comunicação um dos fenómenos mais marcantes da actual sociedade, é fundamental que a escola tenha a capacidade de integrar o estudo dos *media* nos seus planos curriculares ou extracurriculares. Porém a escola tem limitações de ordem material e tecnológica que a impedem de desenvolver diversos projectos. O jornal escolar continua a ser o meio mais utilizado no meio escolar, mas os índices de participação neste meio de comunicação escolar ainda não atingiram os níveis desejados, com 36% dos inquiridos a referir que nunca participou no jornal escolar. Dos que participaram, metade considera que aprendeu muito no projecto jornal escolar e 34% considera que pouco aprendeu com essa experiência.

Perante este cenário, podemos dizer que apesar de parte dos inquiridos afirmar nunca ter participado no jornal escolar, os restantes consideram que a participação tem influências muito positivas. Ele tem fomentado o trabalho em equipa e desenvolvido o espírito crítico, a expressão oral e escrita, reforçando-se assim a sua importância no meio escolar com o objectivo de formar jovens cidadãos melhor informados e mais críticos. Uma escola viva, interventiva, atenta e que pretende andar a par com a comunidade, com o país e com o mundo, tem nos media um instrumento fundamental para o sucesso da sua missão, e no jornal escolar a ferramenta por excelência para atingir esse objectivo.

Por sua vez, em relação aos benefícios pessoais conseguidos com a participação no jornal escolar, 70% dos jovens consideraram que a produção de peças jornalísticas para o jornal escolar os ajudou na interpretação das mensagens construídas pelos jornalistas profissionais e 75% dos inquiridos ficou com a sensação de que a participação no jornal escolar foi uma forma de expressar o seu ponto de vista e de o tornar público na escola e na comunidade.

O jornal escolar enquanto ferramenta educativa presente no meio escolar e com o qual os filhos convivem de perto, é para 85% dos pais a participação dos seus filhos no jornal escolar, sendo que 82% considera mesmo que o jornal escolar contribui na educação para os media. Apesar destes resultados, apenas 55% dos inquiridos afirma já ter lido um texto dos seus filhos no jornal escolar. Estes dados são curiosos, uma vez que, apesar de uma percentagem elevada defender que a participação no jornal escolar é importante, ainda existe um número elevado de inquiridos que não tem contacto com o jornal escolar.

Conclusões, Limitações e Propostas

Ao longo deste trabalho procurámos ensaiar uma abordagem dos meios de comunicação enquanto desafios educativos, dando especial atenção aos processos de interacção e de mediação desenvolvidos pelos pais na sua relação com os filhos jovens, mas também tendo em atenção o papel da escola na tarefa de educar os jovens para os meios de comunicação. Fizemo-lo não a partir de uma análise qualitativa, mas de uma análise quantitativa que procurou evidenciar tendências e características comuns aos jovens e às famílias inquiridas. Assumimos que esta poderá ser uma limitação deste estudo, até porque entendemos que uma avaliação das práticas mediáticas e dos processos de interacção e mediação apenas será verdadeiramente possível através de uma pesquisa de natureza etnográfica.

Em conjunto com a família e a escola, os meios de comunicação contribuem de forma decisiva para a formação da pessoa humana. Por isso iniciámos este trabalho com a ideia de que o sistema educativo deveria dar prioridade à educação para o uso crítico, maduro e responsável dos meios de comunicação social, especialmente entre os mais jovens. No final deste trabalho podemos afirmar que a ideia inicial saiu reforçada.

Os resultados do nosso estudo deixam perceber uma preocupação crescente das famílias em relação ao contacto com os meios de comunicação, materializada através da procura de diversos tipos de mediação, nomeadamente da discussão familiar acerca dos media. Contudo, salientamos que as diferentes culturas mediáticas de pais e filhos poderão provocar elementos de incerteza nesta mediação, uma vez que é difícil estabelecer e aplicar regras sobre aquilo que se desconhece ou se conhece pouco.

Por parte da escola, parece existir uma tendência para a introdução do tema nas salas de aula, nomeadamente através do envolvimento dos jovens na produção do jornal escolar. Assim, podemos dizer que os *media* introduzem mudanças qualitativas na forma como pais, educadores e adolescentes se relacionam entre si.

Pensar na educação para os *media* implica, necessariamente, reflectir sobre a necessidade de existir um espaço onde os jovens sejam dotados das competências que lhes permitam entender como funciona o processo de produção de conteúdos mediáticos, quem participa na sua produção, que condicionantes influenciam o produto final, que interesses estão em jogo e como funciona a sua estrutura.

Defendemos que a educação para os meios de comunicação deve fazer parte integrante da educação formal à qual todas as crianças têm acesso. Para além disto, os estabelecimentos de ensino devem promover a criação de produtos mediáticos (no âmbito dos meios de comunicação impressos, dos meios audiovisuais e dos novos meios de comunicação)

que envolvam alunos e professores, enquanto medida de formação prática em literacia mediática. Este espaço de educação para os *media* na escola é tanto mais importante, quanto menos formação e mediação existir no meio familiar.

Para terminar queremos salientar que a educação para os *media* não se pode esgotar no contexto escolar, nem nos professores. As acções a empreender no sentido de impulsionar essa educação passam por envolver instituições de formação de professores e educadores, escolas de todo os níveis de ensino, centros de investigação, meios de comunicação social, associações culturais, de telespectadores e consumidores, sem esquecer as instituições mediáticas e as instâncias associativas dos profissionais e empresas dos *media*. No fundo, trata-se de tentar mobilizar toda a sociedade para esta questão que é uma questão fundamental para toda a sociedade.

Referências Bibliográficas

- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press and Blackwell Publishing Ltd.
- Clemlé e Ministère de l'Éducation Nationale de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. (2005). *L'Éducation aux médias: de la maternelle au lycée*. Paris: Centre National de Documentation Pédagogique.
- Costa, C. (2006). *O jornal escolar como ferramenta de desenho educativo no currículo: uma proposta de intervenção baseada no conceito de actividade significativa*. Tese de doutoramento não publicada. Departamento de Sociologia e Comunicação da Universidade de Salamanca, Espanha.
- Freire, I. (1997). *O estudo de caso centrado na escola e a investigação sobre a indisciplina: Questões metodológicas*, VII Colóquio Nacional da AIPELF/AFIRSE. Lisboa: Afirse/Aipelf.
- Gonçalves, J. C. (2007). *Jornal Escolar: da periferia ao centro do processo educativo*, Tese de mestrado não publicada. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Gonnet, J. (2003). *Les médias et la curiosité du monde*. Paris: PUF.
- Kellner, D. e Share, J. (2007). "Critical Media Literacy, democracy and the reconstruction of Education", In D. Macedo & S. Steinberg (Eds.), *Media Literacy: a reader*, New York: Peter Lang Publishing, pp. 3-23.
- Martín, A. G. (1997). *Educación Multimedia y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Mastermann, L. (1980). *Teaching about television*. London: Macmillan
- Masterman, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Routledge.
- Masterman, L. (1996). *A difícil cooperação entre docentes e profissionais dos media*. Público na Escola, 62, 7.
- Media-educ (2004). *Actas da Conferência Internacional Media Education in Europe*. Bruxelles: Media-Animation.
- Mediapro (2006). *A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth*. Brussels: Mediapro.
- Moran, J. M. (1993). *Leituras dos meios de comunicação*. São Paulo: Pancast Editora.
- Perceval, J. M. (2007). "Media e educação na sociedade do ócio" In J. Tornero (Org.), *Comunicação e educação na sociedade da informação: novas linguagens e consciência crítica*, Porto: Porto Editora, pp. 47-56.
- Pereira, S. (1999). *A televisão na família - Processos de mediação com crianças em idade pré-escolar*. Braga: Bezerra-Editora.
- Pereira, S. (2008). *Recepção Televisiva e Mediação: Práticas em Contexto Familiar*, *Mediaciones Sociales*. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, nº 2, primer semestre de 2008, pp. 279-310.
- Pinto, M. (1988). *Educar para a comunicação*. Lisboa: Ministério da Educação.
- Remy, M. (2003). "Le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'espace éducatif européen. Des médias-miracles?" In J. Ferry & S. De Proost (Eds.), *L'École au défi de l'Europe – Médias, éducation et citoyenneté postnationale*, Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles, pp. 139-166.
- Tufte, B. e Rasmussen, J. (2004, Julho). *Media culture – School culture: Partners or competitors?* Artigo apresentado na Conferência Digital Generations: Children, Young People and New Media, Londres, Inglaterra.

- Unesco (2007a). Agenda de Paris ou 12 recommandations pour l'Éducation aux Médias (consultado na Internet a 10 de Dezembro de 2008), [url] http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/AgendaParisFinal_fr.pdf.
- Unesco (2007b). Un bon départ - Éducation et protection de la petite enfance: Rapport mondial de suivi sur l'éducation pour tous, UNESCO, Paris.
- Yuste, J. (2007). Variáveis da educação para a comunicação, in José Manuel Pérez Tornero (Org.), *Comunicação e educação na sociedade da informação: novas linguagens e consciência crítica* (pp. 137-174). Porto: Porto Editora

Notas Finais.

-
- ¹ Referimo-nos a meios/suportes de comunicação de acordo com aquilo que foram as questões do inquérito. Contudo, e de forma a não utilizarmos a expressão meio/suporte reiteradamente, até porque nalguns casos se tratam de suportes que se transformaram em meios ou de meios que estão a ser utilizados como suportes, a partir deste ponto vamos utilizar indiscriminadamente as palavras meio e suporte para fazer referência aos meios de comunicação em análise. Passamos também a utilizar apenas o termo computador para nos referirmos ao conjunto Computador/Internet, partindo do pressuposto que este tem uma ligação à Internet.
- ² No quadro de hipóteses do nosso questionário, o telemóvel foi um meio que esteve sempre presente. Contudo, no âmbito de uma utilização diária dos meios em casa, talvez não faça muito sentido falar do telemóvel, uma vez que ele é hoje um elemento indissociável de cada cidadão. Apesar de não termos questionado os jovens acerca da utilização que fazem deste meio, decidimos mantê-lo nesta análise de dados, uma vez que os dados relativos ao telemóvel servem como elemento de comparação, relativamente ao tempo dedicado a outros meios no seio familiar.
- ³ Relembramos que estes tipos de mediação se referem apenas ao meios de comunicação de massas, para os quais faz sentido falar nestes géneros de mediação.

