

## Ensinar Geografia numa sociedade mediática

Maria Fernanda Alegria<sup>1</sup>

“Já passou o tempo em que o essencial da informação sobre o Mundo provinha da sala de aula, dos mapas pendurados nas paredes ou destes engenhosos livros de leitura que, à imitação da famosa ‘Maravilhosa viagem de Nils Holgersson’, da sueca SELMA LANGERLOF (1906), ensinavam ao mesmo tempo a ler e a conhecer a Geografia pátria. O professor deixou de ser o único sábio da aldeia ou vila, capaz de ministrar conhecimentos sobre o Mundo” (S. Daveau, *Visão do mundo, televisão e ensino da Geografia*, 1984, p. 255)

Passaram 20 anos sobre estas afirmações, que remetem para o início do século XX, e elas continuam a ter actualidade. Em 1906 eram os professores que transmitiam o essencial do saber geográfico. Em 1984 um dos principais “concorrentes” do professor de Geografia era a televisão. Em 2004 a esse importante meio de comunicação de massas outros se juntaram, multiplicando-se as formas de os designar: “novos e velhos media”, “media de massas”, “sociedade mediática”, “sociedade de informação”, “sociedade do conhecimento”, etc.

Provavelmente estas formas de dizer, conhecidas e aparentemente simples, contêm múltiplos significados; provavelmente algumas delas não são sinónimos; provavelmente são usadas por diferentes ciências e pelo público em geral com acepções diferentes. Ou seja, recorremos frequentemente a designações que encerram uma grande polissemia.

Uma das preocupações deste texto é contribuir para esclarecer alguma da confusão que se gerou à volta de conceitos ligados à comunicação de massas. Outro aspecto tem a ver com o grau em que os diferentes ‘media’ se interpuseram entre nós e qualquer experiência do mundo que extravase o ambiente próximo e imediato alcançado pela observação directa e as formas de que se reveste essa mediação. De facto, estamos muito dependentes dos ‘media’ para grande parte do nosso ambiente simbólico. As nossas imagens mentais, as nossas representações, passam muito por eles, às vezes mais do que gostaríamos. Mesmo aqueles que se consideram esclarecidos, pouco vulneráveis, ou mesmo impunes à influência dos meios de comunicação de massas, são submetidos à sua influência. Os ‘media’ são o principal veículo de contacto com o Mundo e com as instituições da sociedade onde nos inserimos. Por isso interessam as relações entre eles e a aprendizagem. Trazer para a sala de aula as vivências do quotidiano, da chamada ‘escola paralela’, ajuda a interessar os alunos pela aprendizagem na escola formal.

---

<sup>1</sup> Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa. Conferência proferida no Colóquio de Homenagem à Prof. Doutora Rosa Fernanda Moreira da Silva, 28 de Maio de 2004

Apesar da importância dos ‘media’ na sociedade actual, em Portugal são escassos os estudos sobre as suas relações com a educação<sup>2</sup>. A divulgação, entre nós, de pesquisas desse tipo feitas por autores estrangeiros também não abunda. Se restringirmos o campo às relações entre ‘media’ e aprendizagem geográfica, o panorama é ainda mais desanimador. Este texto é um pequeno contributo para estreitar essas relações.

## OS CONCEITOS

São numerosos os conceitos estreitamente ligados ao que, no título, designei por ‘sociedade mediática’.

Antes de mais, a que sociedade nos referimos? Os tipos de sociedade que coexistem no Mundo contemporâneo são diversificados, mas a sociedade a que a maioria dos estudos sobre os meios de comunicação se refere é a “boa sociedade”, ou seja, aquela que é democrática (com eleições, instituições representativas por sufrágio, às vezes universal) liberal (no sentido em que o mercado é aberto à livre concorrência, há liberdade de expressão e formas de escolha individuais) plural (porque é institucionalmente reconhecida a competição entre partidos e interesses) e ordeira (no sentido em que se almeja a legitimidade, a justiça e a integração social para o conjunto dos cidadãos). Embora estas características não se atinjam para a totalidade dos grupos sociais, elas são consideradas legítimas metas para a maioria.

A palavra mediática encerra outros conceitos. Necessariamente engloba o termo ‘media’. Ora media é uma palavra ambígua. A RTP é um ‘media’, a RFM e o Expresso também. Estas três palavras designam um canal de televisão, uma rádio e um jornal. São três meios, ou suportes de comunicação, entre outros que poderíamos citar como livros, computadores, satélites. Mas o termo pode ainda significar técnicas: o prelo de Gutemberg, o cinematógrafo dos irmãos Lumière, a telegrafia sem fios de Marconi. Com estes três exemplos estamos a referir-nos a mais alguns meios e suportes: à imprensa, ao cinema, a várias formas de comunicação por cabo, inicialmente a telegrafia, depois outras aplicações como a rádio, a televisão, o vídeo, o radar. O termo ‘media’ engloba ainda as utilizações que deles fazemos: a informação, o entretenimento, a comunicação, a educação.

As referências que fizemos até agora têm implícita a ideia de que os ‘media’ se dirigem quase sempre a muitos, ou seja a ‘massas’. Surge portanto uma nova palavra, e um novo conceito, ‘media de massas’. Esta expressão serve para referir meios de comunicação que operam em larga escala, envolvendo virtualmente todos os membros de uma sociedade em maior ou menor grau. O público ou, para usar uma palavra comum na literatura sobre os ‘media’, as audiências, são encaradas como agregados mais ou menos anónimos de consumidores. O uso inicial da expressão, que se divulgou após a Segunda Grande Guerra, continha associações negativas. Referia-se mais vezes a um agregado de ‘pessoas comuns’, vistas como não educadas, ignorantes, sem regras, embora a palavra ‘massas’, especialmente na tradição socialista, também pudesse ser conotada com a força e a solidariedade das classes trabalhadoras, quando organizadas para fins colectivos.

Com a inexorável passagem do tempo uma nova expressão se veio associar aos ‘media’: a identificação de ‘novos media’, o que pressupõe a existência de ‘velhos media’. O que são uns e outros e que diferenças acarretam eles nas formas de comunicação? Para os identificarmos vamos socorrer-nos da evolução baseada na tecnologia (embora não exclusivamente), tentando, na medida do possível, acompanhar também a cronologia. Mas

---

<sup>2</sup> O jornal *Público* tem o mérito de ser pioneiro em Portugal em incentivar as relações entre os ‘media’ e aprendizagem, através de uma espécie de jornal mensal sobre os ‘media e a escola’, dos cadernos ‘Público na escola’, alguns deles muito interessantes, além de ajudar a criar e premiar jornais escolares.

antes dessa tentativa de sistematização recordemos que existem dificuldades em distinguir o canal ou meio, do conteúdo, que conduz a utilizações diferentes, o que torna a fronteira entre ambos algo difusa. Essa ambiguidade foi bem explorada por McLuhan com a célebre frase: “a mensagem é o meio”.

Os ‘media’ ditos tradicionais incluem a imprensa, o cinema, a rádio e a televisão<sup>3</sup>. A expressão ‘novos media’ começou a ser usada a partir de 1960, abrangendo um conjunto diversificado de tecnologias de comunicação baseadas em duas inovações: a comunicação por satélite e o aproveitamento dos computadores. O sucesso destes como máquinas de comunicar está no processo de digitalização, termo que designa o tratamento por computador de todos os tipos de dados (textos, imagens ou sons), através de um código binário de zeros e uns. É esse processo que permite a convergência (união e aproximação) dos diferentes ‘media’.

Entre os ‘novos media’ estão os telemóveis, a televisão interactiva e principalmente a Internet, que têm em comum o facto de serem multimédia, ou seja, permitem associar documentos diferentes num mesmo ecrã: textos, gráficos, imagens fixas ou animadas, com ou sem som. A Internet permite aceder a esses multimédia de duas formas distintas: com ligações fora de linha (*off-line*), em suportes autónomos como o CD-Rom, ou o DVD-Rom, ou em linha (*on-line*), em rede, se o computador estiver conectado com outros através da World Wide Web.

Enquanto a comunicação de massas tradicional se fazia preferencialmente num sentido, do “emissor” (que raramente é uma pessoa, um jornalista, mas uma complexa organização) ao “receptor” (igualmente massivo, múltiplo e indiferenciado), o que permitia um certo controlo de intenções, as novas formas de comunicação são potencialmente interactivas. Outra característica dos novos ‘media’ tem a ver com a indefinição do que é privado ou público, profissional ou amador. Finalmente, os ‘novos media’ são caracterizados pela falta de organização burocrática e de controlo, especialmente no caso da Internet. De facto, não há uma organização responsável pela produção e distribuição das mensagens, nem há organizações profissionais representativas, exactamente porque não há quem representar, pelo menos por enquanto. Há que ter em conta, também, que aquilo que hoje apelidamos de ‘velho’ foi não há muito tempo considerado ‘novo’. Veja-se o caso dos vídeos, em vias de substituição pelos CD-Rom, por exemplo. Quando a rádio se generalizou, após a 2.<sup>a</sup> Guerra Mundial, pensava-se que iria fazer desaparecer os ‘velhos’ jornais, a imprensa; quando a televisão chegou à maioria dos lares, do chamado Mundo Ocidental, a seguir a 1950, admitiu-se também que seria o fim dos jornais e da rádio. Nada disso se verificou. Os ‘velhos media’ coexistem com os novos.

Há ainda outros termos associados à sociedade mediática que vale a pena considerar. Os ‘media’ são usados para informar, para comunicar. Mais dois conceitos distintos, frequentemente usados como sinónimos. Em sentido geral, informação é o conteúdo, ou são as mensagens, que integram a comunicação. A informação refere-se, em regra, a dados, a factos verificáveis acerca do “mundo real”, incluindo entre esses dados as descrições e as opiniões acerca do mundo. Pode aceder-se à informação através dos 5 sentidos e de dados armazenados na memória. Embora haja relações estreitas entre informação e comunicação, a primeira pode obter-se unilateralmente, enquanto a segunda é bilateral ou multilateral. A informação pode ser entendida como a matéria-prima e a comunicação como um processo de troca, de partilha de mensagens, de conhecimentos no interior de uma dada cultura e sociedade.

---

<sup>3</sup> Por vezes associa-se a estes a publicidade, porque ela só existe ligada a formas de comunicação de massas, embora a publicidade implique a utilização de todos, ou de alguns, dos quatro meios referidos.

O processo de comunicação de massas, é complexo e tem sido objecto de várias teorias. Destacamos quatro modelos essenciais, considerados por D. McQuail numa obra especificamente dedicada às teorias da comunicação de massas (2003).

A definição original de comunicação de massas, como um processo de transmissão, dependente de características objectivas da produção, reprodução e distribuição, comum a 'media' diferentes, estava muito baseada na tecnologia e na organização, subordinando as considerações humanas a questões técnicas. Por isso, há que considerar modelos alternativos. Podem distinguir-se pelo menos mais três modelos (aparte a questão de como considerar os novos media): um modelo ritual ou expressivo; um modelo publicitário e um modelo de recepção.

Não vamos fazer a discussão, ou sequer a descrição destes modelos, a não ser para chamar a atenção de diferenças fundamentais entre eles. O primeiro, modelo de transmissão, além de assentar em demasia na tecnologia de reprodução e de disseminação de mensagens, era apropriado para contextos que hoje já não se encontram. O modelo ritual ou de expressão destina-se sobretudo a captar situações que tenham a ver com arte, drama, entretenimento e usos simbólicos da comunicação. O modelo de captação da atenção reflecte a finalidade central dos 'media' de atrair audiências. O modelo de recepção lembra-nos que o aparente poder dos 'media' para moldar, expressar ou captar a atenção é parcialmente ilusório, uma vez que, no final, os destinatários, têm o poder de compreender intenções evidentes e outras mais escondidas. Do ponto de vista pedagógico é este o modelo que mais atenção merece.

A comunicação de massas tem sido sempre associada, se não mesmo completamente identificada, com a maioria dos processos de comunicação pública em larga escala em sociedades contemporâneas. Isto quer dizer associação com a difusão de notícias e de informação, publicidade de todos os tipos, formação da opinião pública, propaganda e entretenimento de massas. É um espectro diversificado, que pode ser afectado e mudado por muitas influências diferentes, incluindo acções de agências colectivas como governos, instituições ou empresas, bem como por dinâmicas gerais não planeadas.

A ideia de sociedade de informação é o contexto mais relevante e abrangente para a compreensão e expressão das diferentes forças com acção evidente nas sociedades contemporâneas. Diz-se que vivemos numa sociedade de informação, o que, resumindo, significa que o trabalho se baseia em grande medida na informação e nos serviços, sendo a informação a chave para a riqueza e o poder.

A expressão 'sociedade de informação' parece ter surgido no Japão nos anos 1960, embora a sua genealogia esteja ligada ao conceito de 'sociedade pós-industrial'. As características principais da sociedade pós-industrial foram encontradas sobretudo no sector de serviços da economia destinados à manufactura e à agricultura, ou seja, na predominância do trabalho "baseado na informação". O conhecimento teórico (científico, especializado, baseado em dados) tornou-se o factor chave da economia, destronando a fábrica e a terra como bases da riqueza. Correlativamente, uma "nova classe" emergia, assente na posse de conhecimento. A produção e distribuição de informação de todos os tipos, em especial usando tecnologia baseada nos computadores, tornou-se, ela própria, um sector fundamental da economia.

Além da evidência acumulada sobre a relevância da informação na economia e na sociedade contemporânea, não há consenso sobre o conceito de "sociedade de informação". Apesar da importância destas tendências não se reconhece nenhuma transformação revolucionária da sociedade, como resposta a mais este grau de desenvolvimento do capitalismo. Falta, portanto, tornar visíveis transformações das relações sociais, no caso de elas existirem.

## APRENDIZAGEM E COMUNICAÇÃO

Quando nos referimos à relação entre comunicação e aprendizagem há que ter consciência de que os ‘media de massas’ não têm como objectivo *ensinar* o que quer que seja. Eles podem querer informar, entreter, relatar com certo pormenor determinados acontecimentos mais ou menos candentes e, mais recentemente, fazer participar as audiências no processo de comunicação, mas a tarefa de ensinar não é obrigação deles - é da escola e é da família. Apesar disso, ‘os media’ estão implicados na formação dos cidadãos por vários motivos:

- a) Eles são o principal *veículo de informação* sobre áreas distantes e mesmo de boa parte do meio mais próximo. É através de jornais, da televisão, da rádio, da Internet, que podemos *ter acesso ao que se passa no Planeta*.
- b) Com base nessas informações, que nunca são neutras e objectivas, *constroem-se imagens*, representações da realidade, que contribuem *para se forjar uma identidade comum*.
- c) Os ‘media’ ocupam um largo espaço na construção dessa identidade, não só pelo seu papel informativo, mas pelo *função de lazer* que está associada à maioria, contribuindo para criar um “*ambiente cultural comum*”.

Admitindo que há um certo consenso sobre estes aspectos, percebe-se melhor porque é que entre as diversas perspectivas sobre os ‘media’ e a sociedade nos interessam as que enfatizam o papel dos receptores.

As teorias que procuram entender o papel dos ‘media’ como mediadores das relações sociais, a partir da interpretação do conteúdo das mensagens pela audiência, tiveram origem no movimento chamado *Cultural Studies* do início do século XX, mas adquiriram mais expressão e consistência através do *Center of Contemporary Cultural Studies* de Birmingham, a partir da década de 1960. Para este centro só a educação promovida pela escola (em todos os graus de ensino) permite criar espíritos culturalmente capazes de exercer um sentido crítico sobre as mensagens dos ‘media’, não se deixando manipular por eles.

Na sequência destes estudos, a cultura passou a integrar as práticas culturais do quotidiano, enfatizando-se o papel dos ‘media’ nessas práticas e, particularmente, as formas diferenciadas de descodificação das mensagens por eles veiculadas. Os ‘media’ estão no centro da compreensão dos fenómenos culturais, não só ao nível local, como nos processos de globalização.

Para os seguidores da ‘Escola de Birmingham’ os produtores codificam as mensagens, por razões institucionais ou ideológicas, de acordo com determinados fins; os receptores, por seu turno, no papel de “descodificadores”, não são obrigados a aceitar as mensagens tal como foram enviadas, podendo resistir às intenções ideológicas, evidentes ou escondidas, fazendo leituras variadas, ou mesmo opostas, de acordo com a visão e a experiência de cada um e dos contextos em que as recebem.

Como se depreende, nesta perspectiva cultural dos ‘media’, a educação pode ter um papel preponderante, na medida em que nos alerta para a existência de intenções dos produtores, a chamada “instrumentalização”, e para a possibilidade de resistência ideológica a esses objectivos, políticos ou culturais. O sentido do descodificado pode não corresponder ao do codificado. Talvez não seja exagerado afirmar que um dos aspectos mais interessantes no estudo dos ‘media’ não é a interpretação das mensagens explícitas, mas dos significados relativamente escondidos e incertos presentes nos textos (entendo a palavra ‘texto’ no sentido amplo em que é tomada na literatura sobre comunicação de massas, ou seja, palavras lidas ou escritas, sons e imagens de diferentes tipos).

Tudo isto tem levado a considerações sobre o sentido ‘denotado’ e ‘conotado’ das mensagens. A denotação tem sido descrita como “a primeira ordem de significação” (Barthes, 1989), porque descreve a relação no interior de um signo<sup>4</sup> entre o significante (aspecto físico) e o significado (conceito mental). O significado mais directo de um signo é a sua *denotação*.

A *conotação* relaciona-se com a segunda ordem de significação, ao referir-se ao sentido associado que pode ser alcançado pelo objecto significado. Assim, a significação trabalha a dois níveis, ou ordens, de sentido: o nível de superfície, do significado literal, e o segundo nível de significado, associado ou conotado, que requer conhecimentos mais profundos.

O significado denotado tem características de universalidade (o mesmo significado fixo para todos) e de objectividade (as referências são verdadeiras e não implicam avaliação), enquanto a conotação tem em conta que o significado é variável de acordo com as intenções do emissor e a cultura do receptor que pode apreciar, de forma distinta, favorável ou desfavoravelmente, os conteúdos que recebe.

Num estudo de Robert Park de 1940 (citado por D. McQuail, 2003, p. 234) em que se procurava compreender a relação entre “Notícia” e “História”, foram indicadas as seguintes características das notícias<sup>5</sup>:

- As notícias são marcadas pelo tempo; no geral respeitam a acontecimentos recentes;
- As notícias não são sistemáticas; o mundo visto pelas notícias consiste em acontecimentos não relacionados;
- As notícias são perecíveis; só vivem enquanto os acontecimentos são actuais;
- Os acontecimentos noticiados devem ser inesperados, o que é mais importante do que a sua “significação real”;
- Os acontecimentos das notícias envolvem valores subjectivos acerca do provável interesse da audiência;
- As notícias são fundamentais para orientar e dirigir a atenção e não um substituto para o conhecimento;
- As notícias são previsíveis.

Tendo em atenção a Geografia das notícias poderíamos acrescentar mais duas considerações de ordem geral:

- As notícias são marcadas pelo espaço, pois são dirigidas por agências noticiosas localizadas no chamado “Mundo Ocidental”;

---

<sup>4</sup> Académicos como o norte-americano C. Pierce (1931-35) e os ingleses C. Ogden e I. Richards (1923) procuraram estabelecer uma “ciência geral dos signos” (semiologia ou semiótica). Este campo acabou por alargar-se a tudo o que tem a ver com a significação, ou seja, dar significado através da linguagem. Os conceitos “sistema de signos” e “significação”, comuns aos linguistas, ao estruturalismo e à semiologia derivam fundamentalmente de Saussure, linguista suíço cujos estudos foram publicados depois da sua morte, com o título *Curso de Linguística Geral*, 1916.

Um “signo” ou sinal é o veículo físico elementar do significado numa linguagem, ou seja, qualquer “som/imagem” que possamos ouvir ou ver e que, em regra, se *refere* a algum objecto ou aspecto da realidade, acerca da qual queremos comunicar, que é conhecido como *referente*. De acordo com Saussure o processo de significação é conseguido por dois elementos do signo. Denominou o elemento físico (palavra, imagem, som) como significante e usou o termo significado para se referir ao conceito mental invocado pelo signo físico num dado código de linguagem.

<sup>5</sup> A palavra ‘notícia’ é entendida em sentido lato, quer em relação ao veículo (rádio, imprensa, televisão, etc.), quer no que diz respeito ao conteúdo (relato de acontecimento, reportagem, jornalismo de investigação, etc.), embora nos anos de 1940 o panorama mediático fosse menos diversificado.

- Os conteúdos das notícias são diferenciados espacialmente. O conteúdo das mensagens relativas a países do “Mundo Ocidental” é substancialmente diferente do que diz respeito a países do “Terceiro Mundo” (M. F. Alegria, 1995).

Como se disse, não existem estudos aprofundados sobre as relações entre ‘media’ e educação em Portugal, embora, do ponto de vista estatístico haja alguns dados. Para os interpretarmos é útil distinguir ‘literacia’ de “alfabetização”. Este termo diz respeito à formação escolar de iniciação à utilização da língua; o conceito de “literacia” refere-se às competências genéricas de escrita e de leitura associadas às mais variadas formas de representação, acompanhando a evolução das formas de expressão simbólica que a sociedade actual utiliza, para além da palavra escrita. Entre essas formas de cultura popular estão os ‘media’.

Quadro 1 – Práticas dos tempos livres ligadas aos ‘media’

Tipos de práticas nos tempos livres	Frequência das práticas (Total em linha = 100%)			
	Diariamente ou quase	Uma vez por semana ou quase	Raramente	Nunca
Ver televisão	91,9	4,2	3,3	0,6
Ouvir rádio	70,8	11,5	13,2	4,5
Ouvir música	58,4	12,8	16,4	12,4
Ler livros <sup>(1)</sup>	14,9	14,6	24,4	36,1
Ler revistas	-	55,0	19,0	26,0
Ler jornais diários	34,0	18,4	19,5	28,1
Ler jornais semanários	-	34,9	17,8	47,3
Jogar computador/vídeo	4,8	5,9	11,2	78,1

<sup>(1)</sup> Diz respeito a livros não escolares

Fonte: Eduardo de Freitas *et al.* (1997, adaptado); a amostra diz respeito a 1995 e contempla cerca de 2.500 pessoas com mais de 15 anos que sabem ler e escrever, de todas as regiões de Portugal Continental (*vide*, p. 17 a 21).

Quadro 2 – Relação entre tempos livres ligadas aos ‘media’ e nível de instrução

Práticas diárias (% do quadro 1)	Nível de instrução			
	Sabe ler e escrever ou 1.º ciclo	2.º ciclo	3.º ciclo ou secundário	Ensino médio ou Superior
Ver televisão (91,9)	92,1	92,5	92,6	86,7
Ouvir rádio (70,8)	59,1	77,0	83,5	78,2
Ouvir música (58,4)	43,9	63,4	75,5	70,7
Ler livros (14,9)	7,0	12,1	22,4	44,1
Ler revistas (38,1) (1)	23,1	42,1	54,7	58,0
Ler jornais diários (34,0)	27,7	34,2	41,7	44,1
Ler jornais semanár. (23,8) <sup>(1)</sup>	13,0	21,5	36,0	52,7
Jogar computador/vídeo(4,8)	1,1	4,4	10,0	10,1

<sup>(1)</sup> Neste caso não diária, mas uma vez por semana

Fonte: a mesma do quadro 1



Numa rápida leitura do quadro 1 destaca-se a grande importância da televisão na ocupação dos tempos livres, o que não constitui surpresa. São raras as pessoas que se orgulham de não ver televisão, ou confessam não estar a par do enredo pelo menos de uma telenovela, entre as dezenas que passam nos diversos canais. À presença diária da televisão na ocupação dos tempos livres (quase 92%) segue-se a rádio (quase 71%), ficando a imprensa mais distante.

Se na comparação entre tempos livres e nível de instrução (quadro 2), destacarmos as situações extremas, a televisão ocupa ainda o primeiro lugar, tanto nos mais escolarizados como nos menos, mas a situação dos outros ‘media’ muda. A leitura de livros, jornais diários ou semanários e revistas é muito superior quando se tem um nível de ensino mais elevado, aumentando de forma significativa a leitura de livros e de jornais semanários com a progressão do grau de ensino. Claro que esta é uma análise superficial, porventura com categorias e classificações contestáveis, mas é aquela de que dispomos para o caso português.

### UM PRETEXTO PARA UMA GEOGRAFIA MEDIÁTICA

Contrariamente ao sucedido em estudos anteriores<sup>6</sup>, desta vez parte-se de um caso mediático – o tratamento bárbaro a que foram sujeitos prisioneiros iraquianos -, e deixam-se algumas sugestões para a aprendizagem geográfica, a partir desses ‘textos’.

Uma das dificuldades foi seleccionar algumas mensagens, dada a sua proliferação, tanto na televisão, como na rádio, na imprensa diária e não diária, a partir do início de Maio de 2004. Em breve, porventura, no cinema, como sucedeu em casos com alguma similitude. A selecção das mensagens implicava outra escolha, a do meio, do suporte. Como são conhecidos os recursos das nossas escolas e se sabe que as tecnologias ainda não abundam na maioria das salas de aula, ficou de lado a televisão, os vídeos ou os DVD-Rom’s onde fosse gravado algum programa mais interessante e, pela mesma ordem de razões, as mensagens via rádio. Restavam os textos e imagens em suporte de papel, quer reproduzidos directamente, quer para ele transpostos a partir da Internet.

Outra dificuldade tinha a ver com o ‘voyeurismo’ das imagens, que era de evitar. Por isso se seleccionaram discursos sobre elas, que não fossem descritivos das vergonhas fotografadas, sem eliminar totalmente as imagens como meio privilegiado de comunicação.

Documento 1:

“ O Iraque é a bomba relógio de Bush e Blair. O seu pior inimigo não é Bin Laden: são as imagens que já não controlam. E o tempo para conseguirem controlar o seu futuro começa a não estar nas suas mãos” (Fernando Sobral, *Jornal de Negócios*, 10 de Maio de 2004).

Documento 2:

“As imagens de presos torturados por militares americanos (...) têm um impacte dramático fortíssimo na opinião pública. Mas acho que não é nada de novo. Na Guerra do Vietname existiram casos semelhantes. Mas repare que estas imagens já circulavam [no Daily Mirror] e foram adquiridas pelo programa “60 Minutes” [da cadeia americana CBS]. Quem as vendeu sabia do seu valor. (...) Mais do que as imagens, o impacto veio do meio que as divulga: um programa que tem uma reputação de credibilidade muito grande. Estas imagens (...) não eram para ser publicadas” (Entrevista de Denis McQuail a Gil Dinis, *Jornal de Notícias*, 7 de Maio de 2004).

---

<sup>6</sup> Nos estudos relacionados com a aprendizagem e os ‘media’, há alguns, feitos por mim própria, dedicados à aprendizagem geográfica, com recurso a diaporamas, vídeos, fotografias, banda desenhada, imprensa diária, todos eles ensaiados em aulas de diferentes graus de ensino e referidos na bibliografia.



Documento 3:

“Quem passar os olhos pelas colecções de imagens em circulação talvez tenha dificuldade em assumir a bondade da natureza humana ou em regressar a Jean Jacques Rousseau e acompanhá-lo na tese do “bom selvagem”. É uma experiência desagradável mas vale a pena folhear o “portofolio” da humilhação contida no sítio do “Washington Post”. São nove fotos. (...) Examiná-las não é um acto do qual seja possível sair imune. (...) Se for descrita apenas com palavras, a tortura (ou a sua simulação), pode ser repugnante, mas dificilmente adquire o impacto emotivo destas imagens, que nos dão a triste ilusão de “ter estado lá” (...). Muito embora circulassem, há muito, notícias e rumores sobre ilegalidades e abusos na base de Guantanamo (...) as fotos divulgadas pela televisão irromperam com enorme força (...).” (Mário Mesquita, *Público*, 9 de Maio de 2004).

Documento 4:

“Nas fotografias dos militares iraquianos, notamos a evidência da humilhação, mas de uma humilhação assente em fortes características sexuais. Porquê? Porque a integração psíquica das pessoas faz-se através da integração da imagem corporal (...) e, nela, da parte genital, que é sempre aquela para a qual projectamos as noções de intimidade e de privacidade, aspectos essenciais para a construção de uma identidade individual e social. Um ataque realizado desta forma, pela exposição sexual do outro, é um expoente de humilhação e de vergonha” (Pedro Strecht, *Público*, 15 de Maio de 2004).

Documento 5:

“A Administração Bush quer que o mundo saiba, e especialmente os eleitores americanos, que o escândalo de tortura na prisão iraquiana de Abu Ghraib foi um incidente isolado (...). O problema é que esta versão dos acontecimentos é incorrecta. Abu Ghraib não é uma unidade isolada. (...) Existem pelo menos sete estabelecimentos destes no Afeganistão e oito no Iraque. Abu Ghraib nem sequer é o mais importante, mas sim um banal hangar no aeroporto de Bagdade onde estão detidos os principais suspeitos. Alguns alegados terroristas são levados para uma base aérea dos EUA no deserto do Qatar, outros vão para Guantanamo, muitos são entregues a países que não têm escrúpulos em questões de tortura, como a Arábia Saudita, o Paquistão ou a Síria.” (Tony Jenkins, *Expresso*, 15 de Maio de 2004).

Documento 6:

“(...) ‘Muitos dos métodos de tortura utilizados em Abu Ghraib foram desenvolvidos pelos israelitas ao longo de anos de interrogatórios a prisioneiros árabes na Cisjordânia ocupada e em Israel’ diz Wayne Masdsen antigo membro da Agência Nacional de Segurança dos Estados Unidos. (...) no Iraque, o segundo maior contingente não é o exército britânico, mas sim o das empresas privadas de segurança que empregam entre 20 mil e 40 mil pessoas” (Tony Jenkins, *Expresso*, 15 de Maio de 2004).

Documento 7:

“Mesmo nos EU a controvérsia sobre os contratos sobre a reconstrução [do Iraque] não deixou de aumentar, surgindo todos os dias revelações de que estavam em jogo intrigas, conflitos de interesses, abusos de confiança, desvios de fundos, sobrefacturações e trabalho feito a martelo. Os despojos ficaram na mão de um grupo restrito de empresas norte-americanas todas próximas da administração Bush. Até os feiis britânicos se confessaram desapontados (...). Segundo um relatório do ‘Center for Public Integrity’ as 71 empresas e empresários que obtiveram contratos para a reconstrução do Iraque e do Afeganistão contribuíram com mais de 500 milhões<sup>7</sup> dólares para as campanhas eleitorais de George W. Bush – mais do que para qualquer outro político nos doze anos anteriores” (Ibrahim Warde, *Le Monde Diplomatique*, n.º 62, Maio de 2004).

---

<sup>7</sup> Corrigimos a tradução: de mil, para milhões

## Ensinar Geografia numa sociedade mediática

### Documento 8:

A revista *The New Yorker* teve acesso a um relatório de 53 páginas, escrito pelo general António M. Taguba. Taguba descobriu, concretamente, que entre Outubro e Dezembro de 2003 ocorreram, em Abu Ghraib numerosos caso de 'declarado abuso criminoso, sádico e gratuito' (...) perpetrados por soldados (...) da Polícia Militar (PM) e também por elementos dos serviços secretos americanos (MI). (...)

"Tal desumanidade é inaceitável em qualquer cultura, mas especialmente no mundo árabe. Actos homossexuais são condenados pela lei islâmica e é humilhante para os homens árabes estarem nus perante outros homens (...). (Seymour Hersh, *Grande Reportagem*, 15 de Maio de 2004).

### Documento 9:

"Iraque e Ciência marcam encontros da Arrábida: O alargamento da União Europeia (EU), o terrorismo e a questão do Iraque abrem este ano os encontros na Arrábida (...). 'O impacto do alargamento da EU nos EUA e na Rússia' e 'as novas ameaças à segurança internacional' são os temas que ocupam os dois primeiros dias" (Alexandra Marques, *Jornal de Notícias*, 6 de Maio de 2004)

### Documento 10:

"Choque petrolífero: O primeiro ocorreu em Outubro de 1973, após o embargo árabe aos países ocidentais que apoiaram Israel na guerra de Yom Kippur. O segundo choque ocorreu em 1979, depois da Revolução Iraniana de 1978, que derrubou o Xá e colocou no poder os integristas religiosos de Khomeini. (...) Preços: O petróleo subiu 53% nos mercados internacionais ao longo do último ano. Em Portugal, o preço do litro das gasolinas registou, desde o início do ano, um aumento de 10,4%, enquanto o litro do gasóleo aumentou 11% no mesmo período. (...) Reservas: As reservas "provadas" situam-se em 80% na OPEP [de que os membros fundadores foram Irão, Iraque, Koweit, Arábia Saudita e Venezuela, aderindo depois outros países para se chegar aos 11 actuais] e em particular nos cinco magníficos do Golfo Pérsico (Arábia Saudita, Iraque, Emiratos Árabes Unidos, Irão, Koweit. A Arábia Saudita lidera com 25% das reservas e o Iraque vem em 2.º lugar com 11%." (Texto não assinado, *Expresso*, 15 de Maio de 2004).

### Documento 11:

"Penso que a intervenção no Iraque não foi motivada pela existência de armas de destruição Maciça (que ainda não apareceram), nem pela instauração de um regime democrático. Neste último caso os Estados Unidos teriam que declarar guerra a uma grande parte das nações existentes, à cabeça delas a China (...). Esta intervenção dos Estados Unidos, e da Inglaterra, que desempenhou nesta circunstância um papel capital, se não até preponderante, é uma maneira de condicionar o futuro desta Europa que se está a construir. [Há] a estratégia da Inglaterra, que é mais antiga que a dos Estados Unidos, para que a Europa não se faça sem uma espécie de tutela dos Estados Unidos, que se exerce sobre a Europa desde a perda da batalha de Waterloo por Napoleão. (...) Há 50 anos (...) o mundo islâmico ainda não tinha começado a exigir ser tratado segundo a sua dignidade histórica e cultural. (...) A divisão entre religião e poder entre os muçulmanos é uma coisa impensável. A religião é o poder" (Eduardo Lourenço, entrevista a Fernando Correia de Oliveira, *Homem*, n.º 182, Maio de 2004).

### Documento 12:

"O que se está a passar globalmente, com epicentro no Iraque, mostra novas características da Guerra para as democracias. Insisto no "globalmente" porque o conflito no Iraque não é localizado: envolve estrategicamente todo o futuro mundial, a guerra contra o terrorismo, os equilíbrios (ou a falta deles) no Médio Oriente, o conflito cultural e civilizacional suscitado pelo fundamentalismo, os movimentos das opiniões públicas dos países democráticos e os seus efeitos políticos, como o "efeito espanhol", e suscita uma reflexão sobre se as democracias podem conduzir as guerras no novo ambiente mediático internacional. A discussão de todos estes aspectos é de vital importância (...). O problema dos EUA e dos seus aliados no Iraque não é militar, mas político. Militarmente, a guerra (...) é um sucesso. Ocupar um país do tamanho da França, defendido por um exército (...) com experiência de combate, apoiado por grupos paramilitares numerosos, numa geografia e num clima árdus (...) seria sempre uma tarefa muito difícil" (Pacheco Pereira, *Público*, 13 de Maio de 2004).



Figura 1 – Humor sobre o perigo de leituras simplistas ('Bartoon' de Luís Afonso no *Público* de 16 de Maio de 2004).

Como já foi dito, não se trata de apresentar metodologias de exploração das mensagens mediáticas reunidas, em condições específicas de aprendizagem geográfica, mas sugerir um conjunto de questões e de temas de reflexão.

Antes de mais, importa repetir que o tema escolhido foi um pretexto. Podia ter sido seleccionado outro. Este interessa pela longa duração sequencial das mensagens<sup>8</sup> em diversos suportes, pela diversidade dos comentadores e instituições envolvidas, naturalmente pelo impacto na opinião pública e, sobretudo, pela riqueza de aprendizagens geográficas que potencia.

Por comodidade de exposição, digamos que em classificações sumárias, os documentos reunidos se reportam à importância da imagem na comunicação mediática (especialmente os documentos 1, 2, 3), à diversidade de países e espaços geográficos envolvidos (praticamente todos os documentos), à importância da identidade e da sexualidade neste caso (documentos 4 e 7), à relação com o petróleo (documento 11), com a reconstrução (documentos 7 e 10), com processos eleitorais (documentos 1 e 7), com crenças culturais e políticas (documentos 9 e 12), com a dimensão geográfica das torturas (documentos 3, 5 e 6), com causas da invasão do Iraque (documento 11), a importância geoestratégica do conflito iraquiano (documento 12) e, enfim, com um entendimento limitado do que importa à Geografia (documento 12).

Dir-se-á que foi feito um 'desvio' que não parece legítimo. Das torturas, passou-se à ocupação estrangeira do Iraque. Mas é isso, exactamente, que precisa de ser feito se queremos ensinar com recurso aos 'media'. Proceder a leituras que não se fiquem pelo imediatismo, pela simplicidade enganosa, pela exploração gratuita de sentimentos, mas que procurem o que está menos visível, intencionalmente ou não escondido. Que se perceba porque é que certos acontecimentos são notícia, apontar causas, conceber consequências, ajudar a seleccionar fontes credíveis de informação e a criticar e condenar os 'tabloides'.

<sup>8</sup> No momento em que escrevo, meados de Maio de 2004, o tema, que passou ao domínio público no início deste mês, continua a ocupar todos os 'media'.

Entre as diversas discussões pedagógicas que estes textos podem proporcionar, que as classificações atrás mencionadas já sugerem, e que estão dependentes dos interesses e da bagagem cultural e geográfica dos interlocutores, ficam apenas algumas pistas:

- Porque é que as imagens de que se fala são importantes, mas não deviam ser publicadas? Haverá múltiplos motivos?
- O que é que o petróleo tem a ver com as torturas no Iraque? Em que é que isso diz respeito aos portugueses? Há razões para que o Iraque seja fonte de enriquecimento especialmente para alguns países e empresas?
- Porque é que a ocupação do Iraque atrasará a construção de uma Europa forte?
- As eleições americanas terão a ver com o atraso com que a informação é difundida?
- O humor deverá ser usado em situações como esta? Haverá tipos diferentes de humor, uns aconselháveis, outros não?
- A religião terá também uma Geografia? O que é que a religião iraquiana recusa culturalmente, que é tão importante neste caso? Haverá situações ainda piores do que as difundidas do ponto de vista religioso?
- A Geografia terá apenas a ver com as condições naturais (e mesmo assim, separando o clima - documento 12), ou interessa-lhe conhecer quem detém o poder político e económico nos diferentes países e espaços do Planeta, como evoluiu essa organização, ou seja, reconhecer que há uma geoestratégia que, como o nome diz, é geográfica?
- As questões culturais, de que a sexualidade é um exemplo, serão objecto de estudo geográfico? Perguntando de outro modo: os acontecimentos de que temos conhecimento não afectarão os nossos sentimentos, bem como o sentido de pertença ou de recusa a certos grupos e espaços? Interessamo-nos ou não por territórios, como espaços de identidade?
- Nestes textos fala-se do Vietname, de Israel, de Cuba, do Afeganistão, para além dos Países da OPEP, de outros países do Golfo, da Europa, etc. Que relação existe entre eles e o Iraque?
- Foi programada uma reunião científica que vai debater a situação no Iraque? Porque é que a ciência, em Portugal, se interessará por isso?

## BIBLIOGRAFIA

- ALEGRIA, M. F.; ALMEIDA, M. G. (1989) – Diaporamas e ensino da Geografia. Reflexões sobre uma Experiência, *Apogeo*, 2, Lisboa, p. 8-13.
- ALEGRIA, M. F.; ALMEIDA, M. Graça; BAÏA, C. (1990) – O vídeo como recurso pedagógico. Exemplo de aplicação ao estudo dos rios (7.º ano de escolaridade), in *Actas do IV Encontro Nacional de Professores de Geografia*, s. l., p. 71-75.
- ALEGRIA, M. F.; ALMEIDA, M. G. (1992) – O ensino da Geografia pela imagem fotográfica. Exemplos de utilização, *Actas do V Encontro Nacional de Professores de Geografia*, s. l., p.57-75.
- ALEGRIA, M. F. (1993) – Uma experiência pedagógica de educação geográfica pela imprensa, *Actas do VI Encontro Nacional de Professores de Geografia*, s. l., p.71-80.

- ALEGRIA, M. F. (1995) – A imprensa no ensino da Geografia, *in VI Colóquio Ibérico de Geografia, Actas, Vol III*, Porto, p. 1299-1306.
- ALEGRIA, M. F. (1999) – Visões Geográficas na Banda Desenhada, *in VIII Colóquio Ibérico de Geografia, Actas, Vol. I*, Lisboa, p. 440-447.
- ALEGRIA, M. F. (2001) – Contributos para uma prática da leitura de imagens fixas, *in La Formación Geográfica de los Ciudadanos en el Cambio del Milenio*, Universidad Complutense de Madrid, Asociación de Geógrafos Españoles, Associação de Professores de Geografia, Madrid, p. 351-359.
- ALEGRIA, M. F. (no prelo) – Imagem, Imaginação, Geografia, *Apogeo*, Lisboa.
- AGUADED GÓMEZ, J. I. (2003) – Educar en la Sociedad de la Televisión, *in Saberes e Práticas na Formação de Professores e Educadores. Actas das Jornadas DCILM 2002*, Universidade do Minho, Braga, p. 13-29.
- BALLE, F. (2003) – *Os media*, Campo das Letras, Porto.
- BARTHES (1989) – *Elementos de semiologia*, Edições 70, Lisboa.
- BENAVENTE, A. ; PONTE, J. P. (1989) – *A escola e os audiovisuais*, Departamento de Educação da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, Lisboa.
- CALADO, I. (1991) – *A imagem na comunicação pedagógica*, Coimbra (diss. de doutoramento, polic.).
- CARRILHO, M.; CARDOSO, G.; ESPANHA, R. (org., 2002) – *Novos média, novas políticas? Debate sobre a sociedade de informação*, Celta, Oeiras.
- CARVALHO, G. S. de; FREITAS, M. L. A.V. de; PALHARES, P.; AZEVEDO, F. F. de (2003) – *Saberes e Práticas na Formação de Professores e Educadores. Actas das Jornadas DCILM 2002*, Universidade do Minho, Braga.
- A Comunicação Social Vítima dos Negociantes* (1992), Ed. Caminho, Lisboa.
- COPPEN, H. (1982) – *Utilización didáctica de los medios audiovisuales*, Ed. Anaya, Madrid.
- DAMÁSIO, M. J. (2001) – *Práticas educativas e novos media*, Ed. Minerva, Coimbra.
- DAVEAU, S. (1984) – Visão do mundo, televisão e ensino da Geografia, *Finisterra. Revista Portuguesa de Geografia*, XIX, 38, p. 252-256.
- DAVENPORT, T. H. (2003) – *Ecologia da Informação*, 6.<sup>a</sup> ed., Ed. Futura, S. Paulo.
- DAYAN, D. ; KATZ, E. (1999) – *A História em Directo. Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*, Ed. Minerva, Coimbra.
- DECAIGNY, T. (1976) – *Communication Audio-visuelle et Pédagogie*, 2.<sup>a</sup> ed., F. Nathan, Paris.
- ECO, H. (1990) – *O signo*, 4.<sup>a</sup> ed., Editorial Presença, Lisboa.
- FERIN, I. (2002) – *Comunicação e culturas do quotidiano*, Quimera Editores, s. l.
- FERRONHA, A. L. (2001) – *Linguagem audiovisual. Pedagogia com a imagem. Pedagogia da imagem*, Ed. Elo, Mafra.
- FISKE, J. (1993) – *Introdução ao estudo da comunicação*, Ed. Asa, Porto.
- FREITAS, C. V.; NOVAIS, M.; BAPTISTA, V. R.; RAMOS, J. L. P. (1997) – *Tecnologias de Informação e Comunicação na Aprendizagem*, Instituto de Inovação Educacional, Lisboa.
- FREITAS, E. de; CASANOVA, J. L.; ALVES, N. de A. (1997) – *Hábitos de leitura. Um inquérito à população portuguesa*. Dom Quixote, Lisboa.
- GIACOMANTONIO, M. (1986) – *Os meios audiovisuais*, Edições 70, Lisboa.
- JACQUINOT, G. (1985) – *L'école devant les écrans*, Les Éditions E S F, Paris.

- JOLY, M. (1994) – *Introdução à análise da imagem*, Edições 70, Lisboa.
- LUIS CEBRIÁN, Juan (1985) - *Qué pasa en el Mundo?* Ed. Salvat, Barcelona.
- MARTIN, M. (1982) – *Sémiologie de l'image et pédagogie. Pour une pédagogie de la recherche*, P.U.F., Paris.
- METZ, C. (1970) – Au-delà de l'analogie, l'image, *Communications*, 15, Paris, p. 1-10.
- METZ, C. (1970) – Images et Pédagogie, *Communications*, 15, Paris, p. 161-167.
- MIRANDA, A. (2003) – *Ciência da Informação. Teoria e metodologia de uma área em expansão*, Thesaurus Editora, Brasília.
- McLHUAN, M. (1964) – *Pour comprendre les média. Les prolongements technologiques de l'homme*, Editions du Seuil, Paris.
- MOLES, A. (1981) – *L'Image communication Fonctionnelle*, Casterman, Tournai.
- PORCHER, L. (1972) – *La photographie et ses usages pédagogiques*, A. Colin, Paris.
- PORCHER, L. (1977) – *A escola paralela*, Livros Horizonte, Lisboa.
- RISPA MÀRQUEZ, Raúl (1984, reimpr.) – *La Revolución da Información*, Ed. Salvat, Barcelona.
- RODA SALINAS, F. J. ; BELTRÁN DE TENA ; R. (1988) - *Información y Comunicación. Los medios u su aplicación didáctica*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- RODRIGUEZ ILLERA, J. L. (1988) – *Educación y Comunicación*, Ed. Paidós, Barcelona.
- RODRIGUES, A.D.; DIONÍSIO, E.; NEVES, H. G (1981) – *Comunicação Social e Jornalismo. 1.º Volume. O Fabrico da Actualidade*, Ed. A Regra do Jogo, Lisboa.
- VILCHES, L. (1997) - *La Lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*, 7.ª ed., Paidós Comunicación, Barcelona.