



NOÇÕES SOBRE AS MÍDIAS SEGUNDO PROFESSORES DE GEOGRAFIA E SEUS ALUNOS

Camila Heimerdinger¹
Marli Terezinha Szumilo Schlosser²

RESUMO

Com este trabalho apresenta-se noções sobre as Mídias segundo percepções de professores de Geografia e seus alunos do 3º ano do Ensino Médio. A pesquisa foi desenvolvida em colégios públicos dos municípios limítrofes à Nova Santa Rosa-PR, nos anos de 2015 e 2016. O objetivo foi através de perguntas questionar os professores e alunos para conhecer os respectivos pontos de vistas sobre as Mídias. Justifica-se o estudo pelas Mídias estarem ao entorno das pessoas, sendo recursos, tecnologias, meios de informação e comunicação com uma chegada sem data de partida das respectivas vidas sociais. Além disso, têm relevância devido a problemática que envolve a possibilidade de manipulação de alguns discursos/imagens veiculados para uma parcela das pessoas. O método materialista histórico e dialético foi utilizado para se refletir sobre o tema, a metodologia está constituída pela revisão bibliográfica e o levantamento de dados com a aplicação de questionários aos professores e alunos, em uma abordagem qualitativa e quantitativa. A partir das respostas dos alunos, ressalta-se, a constatação do conhecimento dos estudantes sobre as Mídias e discursos, com o trabalho dos professores de Geografia nos colégios públicos pesquisados. Nesse sentido, analisar os discursos e trabalhar no ensino de Geografia as “informações” das Mídias é importante para o professor e os alunos que necessitam ser instigados para as reflexões e o espírito crítico desses conteúdos.

Palavras-chave: Mídias, Discursos, Professores, Alunos, Ensino de Geografia.

ABSTRACT

With this work, notions about the Media are presented according to the perceptions of Geography teachers and their 3rd year high school students. The research was developed in public schools in the cities bordering Nova Santa Rosa-PR, in the years of 2015 and 2016. The objective was to ask teachers and students their views on the Media through questions. The study is justified by the Media being around people, being resources, technologies, means of information and communication with an arrival without departure date of their respective social lives. In addition, they are relevant due to the problem that involves the possibility of manipulating some speeches/images conveyed to a portion of people. The historical and dialectical materialist method was used to reflect on the theme, the methodology consists of a literature review and data collection with the application of questionnaires to teachers and students, in a qualitative and quantitative approach. Based on the students' responses, it is noteworthy the observation of students' knowledge about the Media and discourses, with the work of Geography teachers in the public schools surveyed. In this sense, analyzing the discourses and working on the “information” of the Media in Geography teaching is important for the teacher and students who need to be instigated for reflections and critical thinking about these contents.

Keywords: Media, Speeches, Teachers, Students, Geography Teaching.

¹ Doutoranda do Curso de Geografia da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, camilahgeo@hotmail.com;

² Pós-doutora pelo Curso de Geografia da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, marlisch20@hotmail.com;



INTRODUÇÃO

O trabalho se desdobra em reflexões sobre as Mídias, os discursos e o ensino de Geografia nos colégios públicos do Oeste do estado do Paraná (PR), Brasil (BR), desenvolvida nos anos de 2015 e 2016. Assim, tem-se como objetivo através de perguntas questionar os professores de Geografia e alunos do 3º ano do Ensino Médio (EM) para conhecer os respectivos pontos de vistas sobre as Mídias.

Justifica-se essa pesquisa pelas Mídias estarem ao entorno das pessoas, sendo recursos, tecnologias, meios de informação e comunicação com uma chegada sem data de partida das respectivas vidas sociais. Também se justifica perante uma trajetória que se inicia no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Licenciatura em Geografia até o estudo realizado no Mestrado, que questionou o significado e o uso das Mídias pelos professores de Geografia e os seus alunos. Nesse trabalho apresenta-se uma parcela dos dados e análises da pesquisa de Mestrado³ em Geografia (HEIMERDINGER, 2016), realizada na Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), campus de Francisco Beltrão (PR).

A pesquisa foi desenvolvida com os municípios limítrofes de Nova Santa Rosa, ou seja, Marechal Cândido Rondon, Maripá, Mercedes, Palotina, Quatro Pontes, Terra Roxa e Toledo. A mesma ocorreu em colégios estabelecidos na sede com um número significativo de alunos. As escolas participantes são: Colégio Estadual Antônio Maximiliano Ceretta (Marechal Cândido Rondon), Colégio Estadual Pio XII (Maripá), Colégio Estadual Leonilda Papen (Mercedes), Colégio Estadual Santo Agostinho (Palotina), Colégio Estadual Quatro Pontes (Quatro Pontes), Colégio Estadual Presidente Arthur Costa e Silva (Terra Roxa) e Colégio Estadual Jardim Porto Alegre (Toledo). Um total de 105 alunos e 8 professores de Geografia participaram da pesquisa.

Além disso, aprofundar as reflexões sobre as Mídias e os discursos têm relevância devido a problemática que envolve a possibilidade de manipulação de alguns discursos veiculados para uma parcela das pessoas. Nesse sentido, analisar os discursos e trabalhar no ensino de Geografia as “informações” das Mídias é importante para o professor e os alunos que necessitam ser instigados para as reflexões e o espírito crítico desses conteúdos. Ainda, buscar situar em que contexto estão os discursos para não cair nas armadilhas discursivas carregadas de interesses de certos grupos de pessoas, como as grandes corporações.

³ A Pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).



METODOLOGIA

O método materialista histórico e dialético foi utilizado para se refletir sobre o contexto das Mídias e seus discursos com criticidade e atenção para as análises dos dados obtidos. No qual, a metodologia empregada está constituída por dois principais exercícios: revisão bibliográfica e o levantamento de dados com a aplicação de questionários aos professores e alunos. A base teórica contou com uma ampla revisão bibliográfica de livros, artigos, teses, dissertações, entre outros materiais da educação do estado do Paraná, que viessem a contribuir nas análises dos dados resultantes. Nessa pesquisa buscaram-se respostas, portanto, ocorreram reflexões com dados qualitativos e quantitativos, obtidos através da aplicação de questionários com questões abertas e fechadas dirigidas aos professores de Geografia e alunos do 3º ano do Ensino Médio.

O desenvolvimento da pesquisa teve os seguintes passos: (i) levantamento de bibliografias; (ii) apresentação do projeto para os diretores e professores dos colégios; (iii) coleta de dados (aplicação de questionários); (iv) elaboração e análise de quadros, tabelas e gráficos; e, por último, (v) a redação. Lima (2004) faz alusão aos questionários como técnica de coleta de dados, sendo resultado da formulação de uma série ordenada de questões. Além disso, menciona a existência de perguntas abertas que permitem ao respondente desenvolver o conteúdo e as respostas livremente. Também existem perguntas fechadas que oferecem alternativas como resposta, obtendo-se dados precisos que permitem a elaboração de tabelas e gráficos. As questões abertas têm caráter qualitativo e as fechadas, quantitativo. Ambos os tipos foram usados na pesquisa e as questões fechadas com a opção “Outro”, abriram espaço para o respondente colocar a sua opinião.

Conforme os princípios éticos e/ou de direitos autorais, foram usados na pesquisa aqueles questionários que retornaram com o termo de cessão de direitos. Além disso, muitos alunos eram menores de 18 anos e os pais é que respondiam por eles. Por isso houve pais que assinaram o termo de cessão de direitos. Então, no momento em que os questionários foram aplicados, também foram firmados os compromissos de sigilo dos nomes dos participantes. É preciso mencionar, a submissão e a aprovação da pesquisa para o Comitê de Ética da UNIOESTE, pois envolvem-se seres humanos.



REFERENCIAL TEÓRICO

Ao Santaella (1996) remeter a existência de uma “cultura das Mídias”, nos anos 1990, também considera-se a expansão das chamadas Mídias ou Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), repercutindo nas mais diversas relações, construindo uma cultura a partir do uso das Mídias, pois de uma forma ou outra, “invadem” a vida de parte da população mundial com tecnologias e por meio de discursos. Para explicar o porquê e a importância em tratar as Mídias, não a mídia ou determinado meio de comunicação e “informação”, mas as Mídias em geral — utiliza-se o termo no plural. Então cabe considerar o entendimento de Santaella (1996), que explica a utilização de “Mídias” (no plural) quando tem como princípio de análise a cultura.

Nesta pesquisa, são de interesse as Mídias no plural e não se menospreza a importância de cada tecnologia como veículo de comunicação. Não se almeja especializar a reflexão em um meio de “informação”, porém desenvolve-se a interpretação sobre as Mídias, já que uma complementa e se relaciona com outra, considerado oportuno analisar o conceito no plural.

Nesse sentido, ao se atentar para os discursos que são veiculados pelas diferentes Mídias, ocorre um processo de emissão e recepção. Conforme Charaudeau (2012, p. 24), sobre essas instâncias da máquina midiática, expõe que a primeira instância é representada pelo produtor de informação (o organismo de informação e seus atores), a instância de recepção pelo consumidor da informação (diferentes públicos: leitores, ouvintes, telespectadores) e o produto pelo texto midiático (artigo de jornal, boletim radiofônico, telejornal etc.). Portanto, classifica-se esse processo que envolve a produção de conteúdo até a sua chegada ao público.

Necessita-se olhar com cautela para esses discursos disseminados através de diferentes conteúdos e achegados pelas pessoas como “informações” verídicas. Pois, para Pimentel (2008) a mídia é o principal instrumento de formação de opinião e principal produtor de discursos na sociedade contemporânea. Por isso, aprecia a necessidade de investigar os efeitos ideológicos do discurso nas propagandas e nas demais mensagens televisivas, assim como outros meios de comunicação. Ao saber que as Mídias podem ter influência sobre as pessoas, sobre suas ações no espaço, “A mídia é então entendida como o grande dispositivo de fomento ao consumo, de culto à imagem”. (GUIMARAES; LOVISON; BUCCO, 2011, p. 260).

Simultaneamente, não seria exagero dizer que a comunicação constrói a realidade, que a comunicação constrói a imagem das pessoas. Assim, portanto, quem controla a comunicação pode ter o poder. Quem detém a construção da realidade dispõe de poder sobre a existência das coisas, sobre a difusão das ideias e sobre a criação da opinião pública. (GUARESCHI, 2000).



A opinião pública pode ser influenciada pelas Mídias. Comumente as pessoas dão credibilidade ao que as Mídias veiculam, afirmando-se assim o poder que os meios de comunicação possuem. Para Guareschi (2000), aquele que tem palavra na mídia constrói identidades pessoais e sociais.

Após ponderar isso, se verifica a necessidade de refletir sobre os discursos veiculados pelas Mídias. Acredita-se que a partir da análise dos discursos pode-se entender o contexto e a imagem midiática.

Deve-se frisar que o professor, em especial de Geografia, tem papel crucial de mencionar e realizar reflexões sobre as Mídias e os seus discursos. Logo, o colégio é um espaço de ensino-aprendizagem que possibilita analisar o que está no livro didático e é divulgado nos diferentes meios de comunicação.

E para contribuir com a transformação social que permita edificar a cidadania, a educação precisa se fundamentar na filosofia da práxis, portanto, nas tendências pedagógicas críticas. É com ela que se pode construir a consciência social e política crítica dos jovens da classe trabalhadora brasileira, instrumentalizando-os para as ações organizadas de defesa e ampliação dos seus direitos civis, sociais e políticos. (FARIAS, 2020, p. 37). Farias (2020, p. 37) continua: “Na dialogicidade com essa educação geral, a educação geográfica deve se amparar na Geografia Escolar Crítica”, para a leitura das contradições do espaço geográfico elaborado pelas sociedades capitalistas através de discursos manipulados e/ou tendenciosos. Para isso, um meio é a análise desses discursos em sala de aula entre professores de Geografia e os alunos para desmistificar a ideia ingênua de “informação” divulgada pelas Mídias.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram direcionadas aos professores de Geografia e seus respectivos alunos do 3º ano do Ensino Médio algumas questões relativas ao entendimento das Mídias e seus discursos. É preciso mencionar que ao longo do texto os professores foram nomeados da seguinte forma: Professor 1/MCRondon, se refere aos questionários teste aplicados. Sucessivamente chamaram-se os respondentes dos questionários definitivos como: Professor 2/MCRondon, Professor 3/Maripá, Professor 4/Mercedes, Professor 5/Palotina, Professor 6/Quatro Pontes, Professor 7/Terra Roxa e Professor 8/Toledo.

Foi questionado o grau de relevância para refletir/discutir sobre as Mídias e seus discursos (em especial com os alunos) para os professores e 85,7% considerou “fundamental”. Exceto para o Professor 5/Palotina, que assinalou ser “importante”, representou 14,3%. Com as



respostas, pode-se afirmar que estão cientes de que discutir as Mídias e seus discursos têm sua relevância.

Refletir sobre as Mídias e seus discursos torna-se “fundamental” não só porque é assunto da Geografia, mas por fazer parte da vida do cidadão que conclui o Ensino Médio e, aos poucos, entra no mercado de trabalho.

Outra pergunta do questionário efetuada aos professores de Geografia considerou importante analisar as Mídias e seus discursos em sala de aula. Por isso questionou se os alunos têm conhecimento do que é divulgado pelas Mídias.

Conforme os questionários, nenhum professor assinalou a opção “não” e/ou “raramente”. Os docentes de Marechal Cândido Rondon, Maripá e Quatro Pontes assinalaram “geralmente” (42,8%) e os de Terra Roxa e de Toledo assinalaram “sim” (28,6%), enquanto os de Mercedes e de Palotina responderam “às vezes” (28,6%). Nas respostas, cinco professores (71,4%) confirmam que os alunos trazem conhecimento para a sala de aula. Diferentemente, no entanto, dois dos sete participantes afirmaram “às vezes” (28,6%). Isso ocorre devido ao fato de os alunos não se manifestarem “sempre”. Reconhece-se que os alunos não vivem somente na escola e, ao contrário, têm uma majoritária relação com o mundo. Vive-se e experimentam-se outras realidades em contato com discursos dos mais variados gêneros. Ainda, é preciso ressaltar que cada indivíduo é único e que cada turma de alunos é específica. Há turmas com alunos que proferem mais suas concepções e outras, menos. É nesse sentido, provavelmente, que veio à tona a resposta “às vezes”. Aos professores, esses alunos não explicitaram o seu contato com os noticiários diuturnos em suas vidas, e com vários outros assuntos veiculados pelas Mídias, que são de presença significativa na vida desses alunos. Para Albach (2014, p. 143), “Uma nova cultura juvenil se estrutura em torno na internet, articulada por meio de uma sociabilidade virtual”, considerado este um veículo eletrônico casado com as Mídias e carregado de “informações” provenientes do mundo todo.

Também foi questionado aos professores como os alunos se comportam diante das questões midiáticas quanto ao interesse. Nessa questão, para 62,5% dos professores, os alunos estão “interessados” nas questões midiáticas. Conforme o revelaram esses alunos em diálogos em sala de aula. O Professor 2/MCRondon, o Professor 3/Maripá, o Professor 4/Mercedes, o Professor 7/Terra Roxa e o Professor 8/Toledo mencionaram que estão os alunos “interessados”, sendo um total de cinco dos sete participantes. Entretanto, o Professor 5/Palotina e o Professor 6/Quatro Pontes afirmaram estarem os alunos “pouco interessados” (25%). Além disso, este último professor marcou a opção “desmotivados” (12,5%). Ao realizar



uma reflexão a respeito, pergunta-se por que estariam esses alunos “pouco interessados” e “desmotivados”. Para Giacomini Filho e Orlandi (2013, p. 147-148):

A criança [...] transformou-se ao longo dos séculos de acordo com novos contextos sociais e familiares. Com grande inserção social e mercadológica, além de possuir certo domínio de novos aparatos de tecnologia da informação, a criança adquiriu conhecimentos e certa visão crítica do mundo, fatores que podem implicar comportamentos híbridos com os característicos do mundo adulto, contexto que a indústria da moda e da publicidade não hesita em explorar.

Há vários aspectos que podem levar a isso, portanto necessita-se fazer uma análise. As possibilidades são: influência do professor, escola, além de cada turma ser diferenciada. Também pode ser mencionada a nova geração, que é diferente, com pouco diálogo e individualismo induzidos pela sociedade do consumo. Mesmo assim, um significativo número de alunos está “interessado” e o professor precisa aproveitar para discutir as Mídias e seus discursos.

Perguntou-se aos professores se os alunos compreendem os objetivos da aula quando tratam de temas problemáticos veiculados pelas Mídias no dia a dia.

A questão teve pontos de vista diferentes, conforme informado pelos professores de Geografia. O Professor 2/MCRondon, o Professor 3/Maripá, o Professor 7/Terra Roxa e o Professor 8/Toledo afirmaram que “geralmente” os alunos compreendem os objetivos da aula, quando são tratados temas problemáticos veiculados pelas Mídias, representando quatro docentes (57,1%). O Professor 4/Mercedes e o Professor 6/Quatro Pontes marcaram “sim” (28,6%) e o Professor 5/Palotina respondeu “às vezes” (14,3%). Conforme 57,1% dos professores, os objetivos propostos para a aula de Geografia são alcançados, “geralmente”. Nesse caso, entra em questão o modo como o professor avalia seus alunos, ou seja, como considera que o aluno compreendeu os objetivos, muitas aulas são baseadas em conteúdo, na qual a “decoreba” é suficiente para a aprovação do estudante e não necessariamente o aprendizado.

Os professores consideraram “fundamental” (85,7%) o grau de relevância para discutir as Mídias e seus discursos, informaram que os alunos “geralmente” (42,8%) têm conhecimento do que é divulgado pelas Mídias. Para 62,5% dos professores, os alunos estão “interessados” quando são tratadas questões midiáticas em sala de aula e afirmaram que “geralmente” (57,1%) compreendem os objetivos da aula no caso de temas problemáticos veiculados pelas Mídias.

Há outras questões dirigidas aos alunos e inseridas nos questionários que precisam ser incluídas na discussão, contribuem para reflexões mais aprofundadas. Foi questionado aos alunos: “Você percebe problemas nas informações midiáticas direcionadas à sociedade?”.



Na questão, a maioria dos alunos respondeu “às vezes” (47,1%) ou “sim” (45%). Em Marechal Cândido Rondon, Mercedes e Terra Roxa houve predomínio da resposta “às vezes”. Em Maripá, Palotina e Quatro Pontes, prevaleceu à resposta “sim”. Em Toledo houve um equilíbrio entre “às vezes” e “sim”. Houve alunos que não responderam (5,7%) e um estudante no município de Mercedes assinalou as duas alternativas mais marcadas. Nessa pergunta dois alunos responderam “não” (2,2%) quanto a perceberem problemas nas informações midiáticas. Mesmo sendo a minoria com esse retorno, o professor precisa buscar saber por que seus alunos considerarem correto “tudo” o que é veiculado pelas Mídias.

Outra questão importante faz menção ao trabalho do professor de Geografia com as Mídias. Para os alunos foi perguntando: “O professor discute questões midiáticas em sala de aula?”, já que percebem problemas em seus discursos.

Os dados nesta pergunta foram díspares, pois, nos municípios de Marechal Cândido Rondon, Palotina e Quatro Pontes, a maioria dos alunos marcou a alternativa “às vezes” (39,1%). Em Maripá, Mercedes, Terra Roxa e Toledo predominou a resposta “sim” (56,4%). Ao considerar a maioria dos alunos, os professores de Geografia colocam em pauta questões midiáticas. Entretanto, em Marechal Cândido Rondon dois alunos enfatizaram que o professor não aborda (2,3%) questões midiáticas. Vale mencionar que um aluno de Quatro Pontes marcou as duas alternativas mais assinaladas. Um aluno ainda marcou “não sei” (1,1%) e outro “não respondeu” (1,1%).

Foi perguntado aos alunos: “Você acredita ser necessário discutir os discursos das Mídias em sala de aula?”.

Conforme os dados, para a 65,1% dos alunos das escolas é necessário “sim” discutir os discursos das Mídias em sala de aula, para 30,2% “às vezes, depende do assunto” e quatro alunos responderam “não” com porcentagem de 4,7.

Nesta questão foi perguntado aos alunos por que escolheram esta ou aquela alternativa. Devido à expressiva quantidade de justificativas nos retornos, foram selecionadas algumas. Por exemplo, em Marechal Cândido Rondon o aluno que respondeu “não” quanto a ser necessário discutir os discursos das Mídias em sala de aula, justificou com “Não acho necessário”. Outro aluno, que respondeu “Sim”, explicou: “Porque os jovens/crianças precisam saber o que é isso para futuramente estarem alertas a mídia”.

Sobre os discursos veiculados pelas Mídias, Guimarães (2013, p. 226) afirma que

Para o ensino de Geografia, essa discussão se mostra como fundamental uma vez que essa disciplina tem como função possibilitar, aos estudantes, a reflexão e análise, além da compreensão do mundo em que vivem. Esse mundo é hoje profundamente



interligado e interdependente, organizado em torno da cultura do consumo e da mídia. Conhecê-lo bem é uma tarefa do cidadão e compõe o papel formativo que o ensino de Geografia é chamado a desempenhar no currículo escolar. Desse modo, a questão que se apresenta à Geografia escolar é: como pensar em uma prática pedagógica inovadora utilizando-se dos artefatos midiáticos presentes na cultura contemporânea?

Na área do ensino da Geografia fica posto o desafio de procurar fazer bom uso das tecnologias e dos discursos das Mídias em prol da formação cidadã, esses são meios e assuntos da realidade vigente que precisam ser debatidos em sala de aula, em especial pelo professor de Geografia.

No município de Terra Roxa chamou a atenção a justificativa do aluno que respondeu “sim”: “Pois, as mídias foi palco de alto consumismo como na década de 70, onde continua sendo até hoje”. Esse aluno fez um aparato para justificar a importância de tratar as Mídias na sala de aula. Outro aluno respondeu “sim” e explicou: “Porque são as coisas que estão acontecendo no momento em que estamos vivendo e precisamos estar informados”. Enfim, outro que marcou “sim” e justificou: “Para não ter a opinião manipulada pela mídia”.

As respostas possibilitaram verificar que os alunos reconhecem a necessidade de trabalhar os discursos das Mídias em sala de aula. Com essa conclusão, houve justificativas variadas atentas para a possibilidade de manipulação, de formação cidadã, de formar opinião, de discutir e de alertar o professor para que “trabalhe” os discursos em sala de aula. Os alunos consideraram importante discutir os discursos das Mídias devido referirem-se à sociedade, para assim poderem argumentar sobre o assunto e há aqueles que ainda não têm acesso às Mídias, então na escola passam a conhecê-las um pouco mais. Também consideraram importante fazer essa discussão por encontrar-se nelas diferentes opiniões, por influenciar no consumismo e devido interesses de grupos específicos. Ainda, por poder utilizar a favor das pessoas conhecendo-as e colocando-as em pauta. Houve o caso em que não se considerou necessário debater os discursos das Mídias, o aluno acredita que os discursos não fazem relação com os conteúdos da Geografia.

Uma questão pertinente da pesquisa é aquela que pergunta aos alunos: “Você acredita ser influenciado pelas Mídias?”. Nos municípios/escolas pesquisadas a alternativa “às vezes” recebeu 58,1% e “sim” 31,4% de marcação dos alunos. Houve seis alunos que responderam “não”, representando 7% não serem influenciados pelos discursos das Mídias. Entretanto, é difícil alguém conseguir fugir dos discursos das Mídias, tornar-se totalmente isento de influências. O caso mais conhecido de influência é a moda (vestuário, calçados, adereços, perfumes, músicas, alimentos *fast food*, etc.) para o consumo das pessoas. Houve um total de 2,3% que marcou “não sei” e 1,2% “não respondeu” à questão.



Essa pergunta teve outra questão de aprofundamento, sendo ela: “Como pode ser influenciado pelas Mídias e seus discursos?”.

No município de Maripá houve um aluno que respondeu “às vezes”: “Através das mídias, televisão, pois eles mascaram a realidade fazendo você acreditar no que está vendo”. No município de Palotina um aluno informou “não” e explicou não ser influenciado pelas Mídias: “Pensando que tudo que está lá é verdade”. Outro aluno informou que “sim”, explicou ser: “Pelas propagandas enganosas, pelo uso excessivo de informações, muitas vezes falsas, que fazem as pessoas, a serem antenadas em tudo dito pela mídia. São alienados”.

Em Toledo um aluno assinalou “às vezes” e escreveu: “Não sei”. Outro aluno informou “às vezes” e explicou: “Você geralmente compara muito o que vai fala com o que tá na mídia”. Indica as pessoas “aderirem” “informações” quando comparam os discursos das Mídias, dessa forma podem ser influenciados. Um aluno respondeu “às vezes” e completou: “Por ser a única forma de ser conhecido o assunto ela influência”. A resposta é interessante, mas precisa de observação, não necessariamente é a única forma de ser conhecido um assunto, de se apreender, pode-se se aprender por meio de experiências.

Com o aparecimento do “sim” e do “às vezes”, foram escolhidas algumas respostas. Como forma de influência foram citados os meios de comunicação, mais especificadamente propagandas, notícias, etc., direcionadas ao jeito das pessoas se vestirem, o que comer e nos *hits* musicais ouvidos. Também se verificou que os produtos e as mercadorias mais veiculados se tornam influentes, podem levar a uma unificação. Isso acontece quando se pensa que seus discursos “sempre” são reais, além do desvio de um problema significativo para algo minoritário. Por serem meios de comunicação que veiculam “informações” e direcionarem os discursos e as imagens para as pessoas assimilarem a “opinião que desejam”, as Mídias conseguem fazer as pessoas ficarem acomodadas e se deixarem alienar. Um aluno informou não ser alienado por buscar primeiro analisar e pesquisar as Mídias e seus discursos para criar conceitos.

Foi perguntado aos alunos participantes: “Como você observa os noticiários das Mídias?”. Todas as alternativas foram marcadas, sobressaindo-se nos municípios/escolas participantes os noticiários das Mídias como regulares (73,2%), oferecem informações educativas, embora nem todas as “informações” sejam confiáveis. Em segundo lugar, sobressaiu-se a alternativa que os considerou péssimos (14%), pois mascaram a realidade. Em terceiro lugar, sendo ótimo ou que repassam conhecimentos (10,5%), apresentam a realidade do mundo. Em último lugar está à alternativa “não sei” (2,3%), marcada por dois alunos. É preciso informar ainda, que as alternativas são muito específicas. Há discursos péssimos, como



também existem discursos ótimos, ou seja, com qualidade. Portanto, os regulares buscam informar que há possibilidade de existirem ambos, mas isso não significa que somente sejam regulares. Mídias veiculam discursos diferentes, com intenções distintas, possuem grau de qualidade diferente, que precisam de uma leitura crítica para serem compreendidas.

Além de perguntar se o professor discute questões midiáticas em sala de aula, houve uma questão aos alunos que indagou como “O professor aborda os discursos das Mídias”, se os aborda.

Nas escolas/municípios participantes a alternativa “claramente e objetivamente” teve 80,2% de aprovação pelos alunos. Em Marechal Cândido Rondon cinco alunos informaram que o professor não menciona os discursos das Mídias e quatro marcaram a opção “claramente e objetivamente”, uma contradição! Em Quatro Pontes, computou-se um total de seis alunos juntadas as alternativas “confusa e complicada” e “não aborda”. Os outros seis alunos marcaram “claramente e objetivamente”. No total marcaram “confusa e complicada” 6%, “não aborda” 11,6%, “outro” 1,1% e “sem resposta” 1,1%.

Vale mencionar que em Mercedes e Toledo todos os alunos que entregaram o termo de cessão de direitos sobre o uso das informações marcaram a alternativa “claramente e objetivamente”. Um aluno no município de Maripá marcou a opção “outro” e explicou abaixo da questão que o professor trata dos discursos das Mídias “falando abertamente”, pode-se computa-lo como “claramente e objetivamente”.

Em linhas gerais, os alunos perceberam problemas nas “informações” midiáticas direcionadas à sociedade (45%) e os professores de Geografia, sob sua visão, colocavam em pauta questões midiáticas (56,4%). Nas diferentes questões houve respostas distintas em cada município e sua respectiva turma onde se aplicou o questionário. Para a maioria (65,1%) dos alunos dos colégios é necessário discutir os discursos das Mídias, para o que foram relatados vários motivos importantes. Por exemplo, aquele que informou dizer respeito à sociedade, por influenciar no consumismo e usá-las a favor das pessoas, ou seja, para formação cidadã. Uma porcentagem de 58,1 afirmou “às vezes” serem influenciados pelas Mídias e seus discursos, apresentaram suas justificativas. Informaram nas respostas da questão serem influenciados pelas propagandas e notícias veiculadas pelos meios de comunicação. Quanto à observação dos noticiários das Mídias pelos alunos consideraram regulares (73,2%), oferecem informações educativas, embora “tudo” não seja confiável. Nas escolas os alunos informaram que o professor menciona as Mídias de forma clara e objetiva (80,2%). Conforme os resultados, é preciso informar que todas as questões tiveram outras concepções defendidas, embora as mencionadas sejam predominantes entre os alunos.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme as concepções de Mídias dos professores, os mesmos reconhecem dificuldades, embora os alunos estejam aí, com conhecimento, interesse e frequentemente compreendam seus propósitos em sala de aula. A escola busca realizar sua função de alertar o cidadão do que encontrará fora da sala de aula. Entretanto, questiona-se se o que é debatido fica em sala ou é levado para a realidade cotidiana.

Com base nas respostas dos alunos ressalta-se, a constatação do conhecimento dos estudantes sobre as Mídias e discursos, com o trabalho dos professores de Geografia nos colégios públicos pesquisados. Conclui-se com a ânsia por necessidade de mais estudos na área e a continuidade da formação docente para trabalhar a Geografia. Além de desenvolver práticas pedagógicas-educativas que estimulem um ensino crítico-reflexivo sobre o espaço geográfico e as relações sociais, conteúdo o qual é disseminado através de diferentes discursos pelas Mídias no cotidiano das pessoas.

A ocorrência de uma pandemia mundial devido a Covid-19 trouxe a necessidade do ensino remoto, com significativas mudanças na interação entre docente e discente. Assim, pode-se pensar em professores e alunos diferentes no retorno do ensino presencial nas escolas, no qual podem estar mais conectados as diferentes Mídias. O professor precisou se reinventar para utilizar diferentes recursos tecnológicos durante o ensino síncrono e assíncrono na pandemia, no entanto precisa não esquecer do seu papel docente, de questionador e continuar estimulando as análises críticas dos diferentes assuntos que envolvem o espaço geográfico.

REFERÊNCIAS

ALBACH, J. S. Os usos que os jovens fazem da internet: Relações com a escola. **Revista Eletrônica de Educação**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 138-159, 2014. Disponível em: <http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/viewFile/739/330>. Acesso em: 24 out. 2021.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

FARIAS, P. S. C. A Geografia Escolar Crítica e a Formação para a Cidadania. **Revista GeoSertões**. v. 5, nº 10, p. 12-39, jun./dez. 2020. Disponível em: <https://cfp.revistas.ufcg.edu.br/cfp/index.php/geosertoes/article/view/1649>. Acesso em 09 mai. 2021.

GIACOMINI FILHO, G.; ORLANDI, R. G. Publicidade de moda e a tipologia adultizada da criança. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 35, n. 1, p. 131-



151, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3253/3705>. Acesso em: 02 jun. 2015.

GUARESCHI, P. A. A realidade da comunicação – visão geral do fenômeno. In: GUARESCHI, P. A. et. all. (Coord). **Comunicação & controle social**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 13-22.

GUIMARÃES, I. V. Os artefatos midiáticos, a pesquisa e o ensino de Geografia. In: ALBUQUERQUE, M. A. M.; FERREIRA, J. A. S. (org.). **Formação, pesquisas e práticas docentes: reformas curriculares em questão**. João Pessoa, PA: Editora Mídia, 2013. p. 183-218.

GUIMARÃES, R. C.; LOVISON, A. M.; BUCCO, L. B. O indivíduo ético na sociedade do espetáculo. **Revista Comunicação & Sociedade**, v. 32, n. 55, p. 257-277, jan./jul. 2011. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/viewArticle/2429>. Acesso em: 02 jun. 2015.

HEIMERDINGER, C. **Sentidos e significados das Mídias para alunos e professores de Geografia: estudo dos aspectos didático-pedagógicos do uso das Mídias nos municípios limítrofes de Nova Santa Rosa-PR/2015-2016**. 2016. 230 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Francisco Beltrão, 2016.

LIMA, M. C. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica**. São Paulo: Saraiva, 2004.

PIMENTEL, F. P. Discurso e mídia: o poder da ideologia na formação de identidades. In: JORNADA INTERNACIONAL DE ESTUDOS DO DISCURSO, 1., 2008, Maringá, **Anais...** Maringá: UEM, 2008, p. 344-353. Disponível em: <http://www.dle.uem.br/jied/pdf/DISCURSO%20E%20MIDIA%20O%20PODER%20DA%20IDEOLOGIA%20pimentel.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2021.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias**. 3. ed, São Paulo: Experimento, 1996.