

EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ESPAÇO PÚBLICO¹

Nelson De Luca Pretto - professor titular da Faculdade de Educação da UFBA. nelson@preto.pro.br | www.pretto.info.

Minha intervenção nessa mesa busca trazer para o foco do nosso debate a relação da educação com a comunicação e, com destaque, o papel que nós, educadores e cientistas, exercemos – ou deveríamos exercer – na relação com a mídia.

Essa relação da educação com a comunicação é da própria natureza da educação, pois ela é, antes de tudo, um ato comunicativo. Isso já dizia Paulo Freire, sendo que suas obras mais diretas sobre o tema são *Extensão e Comunicação e Sobre Educação: Diálogos* (vol. 2), esse último escrito com Sérgio Guimarães.

Podemos pensar essa relação em diversas frentes. Nessa intervenção gostaria de destacar a ideia já trazida por mim mesmo e por outros de que precisamos ocupar mais intensamente a esfera da comunicação, assumindo um papel de “ativista comunicador”² ou de *intelectual público*, como afirmou Garry Hall em debate no blog *if:book*³ do Instituto para o Futuro do Livro.

A aproximação entre esses dois campos já se constitui uma nova área de formação e atuação profissional, a Educomunicação,⁴ tendo esse novo campo teórico, liderado pela Escola de Comunicação da Universidade de São Paulo (USP), implantado, em 2011, uma licenciatura com essa denominação.

Meu objetivo aqui é trazer para o debate uma problematização sobre a grande mídia no Brasil e o como o advento do digital pode ser uma alavancador de nossa mais intensa atuação enquanto educadores e cientistas para a produção de outras narrativas que não aquelas dominantes e que são representadas e amplificadas pela mídia de massa. No campo da educação, essas narrativas dominantes estão associadas àqueles denominados de Reformadores Empresariais da Educação, conforme Luis Carlos Freitas, da Unicamp, bem desenvolve em seu importante blog Avaliação Educacional,⁵ que tem se constituído numa importante referência para nós educadores.

Quando falamos da mídia de massa importante destacar que a mesma continua estruturada a partir de uma grande concentração de capital, baseado em poucas famílias que, no caso brasileiro, que dominam todos os meios, indo dos jornais impressos e editoras à televisão e rádios, entre outros.

O projeto Foco na Mídia, criado pelo falecido jornalista Daniel Hertz,⁶ nos apresentou que são 10 as famílias que dominavam a mídia brasileira no período, dos quais, segundo matéria da BBC Brasil, “a família Marinho (dona da Rede

¹ Participação na mesa-redonda: EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ESPAÇO PÚBLICO (SBPC Cultura). Coordenador: Luciano Mendes de Faria Filho (UFMG). Palestrantes: Ronaldo Nunes Linhares (UNIT), Nelson De Luca Pretto (UFBA) e Maria Marta Picarelli Avancini (UNICAMP). Realizada em 17/7/2017 - das 15h30 às 18h00 na UFMG/FACE - Auditório 4. Agradecimento a Saete Cordeiro, Karina Menezes e Iuri Rubim pela discussão inicial desse texto.

² PRETTO, Nelson De Luca. *Educação, Comunicação e Cultura*, Salvador, Bahia: EDUFBA, 2013, p. 166/167)

³ <http://futureofthebook.org/blog>. Acesso em 31 jul.2016.

⁴ Ver CITELLI, Adilson Odair. COSTA. Maria Cristina Castilho (Orgs.). *Comunicação e educação: implicações contemporâneas*. In: **Educomunicação: construindo uma nova área do conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

⁵ <https://avaliacaoeducacional.com>. Acesso 10Jun2017.

⁶ https://pt.wikipedia.org/wiki/Donos_da_M%C3%Addia. Acesso 12/05/2016.

Globo, que tem 38,7% do mercado), o bispo da Igreja Universal do Reino de Deus Edir Macedo (maior acionista da Rede Record, que detém 16,2% do mercado) e Silvio Santos (dono do SBT, 13,4% do mercado)”.

Os dados ainda apontam para que essa concentração inclui emissoras de rádio, jornais e revistas. No caso da mídia impressa, essas famílias também são proprietárias de grandes jornais, nacionais e regionais como os Frias (Folha de São Paulo), os Mesquita (O Estado de S. Paulo), “ambos entre os cinco maiores jornais do país”, os Sirotsky no Rio Grande do Sul (RBS: jornal Zero Hora e TVs, rádios e outros diários regionais), os Magalhães na Bahia (Correio*, TV Bahia rádios e emissoras regionais), os Sarney no Maranhão e os Collor de Mello em Alagoas.⁷ Um levantamento divulgado pela BBC⁸ apresenta dados e nomes dos proprietários dos meios de comunicação na América Latina, Europa Ocidental, Rússia, África, Estados Unidos e Sudeste Asiático, indicando, em todos eles que “em todo o mundo, empresas de mídia – seja veículos impressos ou de telecomunicações – são dominadas por magnatas que ostentam grandes fortunas e exercem influência considerável”.

O enorme crescimento de penetração das redes sociais têm se constituído em uma importante potencialidade para fazer frente à essa situação o que permitiria que se implantasse uma mobilização visando a construção de uma contranarrativa em diversos campos, especialmente o da educação. Lamentavelmente, constatamos um uso ainda incipiente dessas redes por educadores cientistas e, mais ainda, a quase ausência dos mesmos na grande mídia, que, como mencionado, ainda exerce significativo papel na sociedade brasileira.

Com relação à esse último ponto serão apresentados resultados parciais de levantamento que vem sendo feito com base nas recentes matérias na mídia impressa (Folha de São Paulo e O Globo) sobre a educação, onde observamos uma enorme ausência de acadêmicos como fontes das matérias publicadas, o que termina, dessa forma, possibilitando a construção de uma narrativa que não interessa à perspectiva pública de educação que defendemos.

Complementarmente, uma outra dimensão, a da *produção de conteúdo*, está sendo muito pouco considerada no âmbito acadêmico. Refiro-me aqui à produção de divulgação científica e não àquela das revistas especializadas, onde falamos somente entre os pares. Essa quase ausência se dá, mesmo estando atualmente vivendo um momento propício para essa produção em função da miniaturização e barateamento das tecnologias para a produção audiovisual. O que se observa é que esses recursos estão sendo pouco utilizados, exceto em alguns importantes casos que terminam se constituindo em referência para a academia e para a grande mídia.

Caso não consigamos abrir mais essa frente de disputa, imagino que estaremos, ainda, tentando enfrentar os desafios de hoje com ferramentas incapazes de olhar para as raízes dos problemas e enfrentá-los com as exigências do contemporâneo.

⁷ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/07/110718_magnatas_bg_cc.shtml. Acesso 12/05/2016.

⁸ Conheça os principais magnatas da mídia no mundo. 18 jul. 2011. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/07/110718_magnatas_bg_cc.shtml>. Acesso em: 12 maio. 2016.