

## **Emissão e recepção midiática musical no contexto escolar: um desafio pedagógico para o professor**

*Denize da Silveira Foletto*  
*Mestranda do programa de pós-graduação em educação CE UFSM/RS*  
[dfoletto@plugnet.psi.br](mailto:dfoletto@plugnet.psi.br)

*Valmir da Silva*  
*Acadêmico curso Pedagogia da UFSM/RS*  
[silvadoril@mail.ufsm.br](mailto:silvadoril@mail.ufsm.br)

*Elvio de Carvalho*  
*Integrante do grupo de pesquisa GPFORMA?UFSM/RS*  
[elviocarvalho@hotmail.com](mailto:elviocarvalho@hotmail.com)

*Jacimira H. Bohrer*  
*Mestranda do Programa de pós-graduação em educação CE UFSM/RS*  
[jh.bohrer@hotmail.com](mailto:jh.bohrer@hotmail.com)

*Amarildo Luiz Trevisan*  
*Prof. Dr. Programa de Pós-Graduação em Educação UFSM/RS*  
[amarildoluiz@terra.com.br](mailto:amarildoluiz@terra.com.br)

### **Sumário:**

O trabalho de pesquisa investiga a cultura musical midiática como alternativa pedagógica na prática do educador, pois a cultura pode ser uma tática para estudar a raiz, a definição e as funções da vida cotidiana, assim como, classe, gênero e identidade do sujeito. Nesse sentido, compreender criticamente esta cultura musical, largamente difundida pelos meios de comunicação de massa, além de ser uma necessidade, é também um compromisso do educador frente ao desenvolvimento crítico e intelectual do aluno, conduzindo-o a uma interpretação cultural, visualizando as relações de poder e resignação nela existente.

**Palavras-Chave:** Cultura musical, mídia e educação.

### **1 – Cultura musical midiática**

A todo momento na mídia há um novo lançamento, seja de grupos de pagode, sertanejos, funk etc, e o gosto musical de professores e alunos pode estar sendo influenciado em grande parte por esta mídia. Nesta direção, seria importante indagar: como a escola está trabalhando o conteúdo da música de forma que possibilite ao aluno um conhecimento musical significativo a partir de suas vivências? Ou estaria apenas reforçando e avalizando a imposição massiva de um determinado padrão cultural? Como são trabalhadas as informações oriundas das vivências rítmicas, sonoras e musicais empíricas das crianças, em especial as que se originam das emissões midiáticas?

Sendo assim, pretendemos neste trabalho desenvolver algumas idéias sobre o tema “cultura musical midiática” e algumas questões particulares como: a apropriação dos objetos culturais midiáticos, no caso a música, pela escola; o papel da mídia na socialização de crianças e adolescentes; a ênfase dos autores no pólo da recepção; a Indústria Cultural e os aspectos contraditórios no que se refere à veiculação musical; e as possibilidades do uso dessas veiculações midiáticas como forma de educar musicalmente.

## 2 - Produção e inclusão midiática musical no espaço escolar

Nos trabalhos realizados junto às escolas, percebemos que existe uma cultura de trabalhar a música sistematizada, especialmente as cantigas tradicionalmente ligadas às datas comemorativas bem como, as designadas às rotinas escolares, principalmente na Educação Infantil. Também observamos nas demais séries, que é comum os alunos dublar e imitar os gestos e requebros de artistas de TV com o consentimento e incentivo dos professores. Dessa forma, coexiste o consumo acrítico do que é passado pela mídia e as “cantigas escolares” com forte apelo prescritivo, moralista e cívico. O problema situa-se justamente nessa prática da música na escola básica que incunha-se de informar, um lado pela mídia, de outro por uma “tradição cultural musical” entranhada no espaço escolar.

Nesse processo cabe-nos refletir que formação do professor nas Licenciaturas, pois acreditamos que sem o aporte das artes e da cultura o educador não responde adequadamente a uma visão crítica e consciente do que consome enquanto receptor midiático. Tal abordagem requer a compreensão de que hoje as crianças nascem, crescem e se desenvolvem num ambiente cultural repleto de tecnologias da comunicação que informam e formam sobre modos de ser, de agir, de se relacionar, enfim, de viver nessa sociedade.

De acordo com Almeida, atualmente é discutido o fato de que há uma cultura escolar, com conteúdos, normas, saberes, textos, diferente da cultura existente, produzida na sociedade em geral. Educação sistematizada, organizada em currículos, métodos, séries, etapas, fases, e cultura “falam de si e entre si coisas distintas” (ALMEIDA, 1994, p.13). Essa discussão vai além quando entra no aspecto da aprendizagem que a escola parece desconhecer essa realidade audiovisual que forja sujeitos com outras habilidades e novas sensibilidades para aprender que já não dependem tanto do conhecimento fonético-silábico da língua e estão intrinsecamente ligadas à cultura do som e da imagem.

Essa formação de um sujeito crítico, sensível, capaz de ler os textos e o mundo, aberto às experiências estéticas, à fruição, ao gozo artístico passa por um processo de humanização que é sem dúvida social. Segundo os autores Engels e Marx (1986),

“os sentidos do homem social são diferentes dos do homem que não vive em sociedade. Só pelo desenvolvimento objetivo da riqueza do ser humano é que a riqueza dos sentidos humanos subjetivos, que um ouvido musical, um olho sensível à beleza das formas... se transformam em sentidos que se manifestam como forças do ser humano e são quer desenvolvidos, quer produzidos... a formação dos cinco sentidos representa o trabalho de toda a história do mundo até hoje” (p.25).

O mundo globalizado, sob a égide do capitalismo radical “onde a cultura dominante é o consumismo, no qual o individualismo chegou ao paroxismo do narcisismo social, muito bem expresso nas publicidades de produtos para a beleza e a elegância, que identificam felicidade com mercadoria” (BELLONI 1999, p.8), está em plena ação uma mundialização da cultura jovem. Isto significa a produção globalizada não só de produtos – tênis, jeans etc. – mas de objetos culturais.

## 3 - O que dizem sobre emissão/recepção midiática

Em conformidade com MARTIN e BARBERO, (1998), há que se considerar a empatia existente entre os jovens e os audiovisuais, uma espécie de “cumplicidade expressiva”, uma sintonia entre velocidades, fragmentações, sonoridades dos relatos e das imagens que estão presentes também no cotidiano. Essa “cultura a domicílio” tem a ver com o idioma e os ritmos dessa juventude. Esse aspecto não pode ser desconsiderado ao se analisar os processos de emissão-recepção midiáticos. A criança/adolescente não é um telespectador vazio, passivo, pelo contrário, atua junto com o meio: canta, dança, faz gestos, rebola, acrescenta novos movimentos.

Dessa forma, Evidencia-se a necessidade da mediação escolar na recepção televisiva, no sentido de compreender como se processa a apreensão do discurso televisual já que diante da polidiscursividade da TV “o telespectador não desenvolve uma relação homogênea e unívoca, mas sim diversificada, com expectativas e gostos diferenciados. Não deveríamos portanto falar da relação com a TV, mas das múltiplas relações com a TV” (SHAEFER 1995, p.152). A constatação da pluralidade de significados possíveis de serem

apreendidos e construídos no decorrer da emissão e recepção midiática possibilitaria uma compreensão mais orgânica e menos determinista dessa relação. A escola não deve competir com a TV, mas travar com ela um jogo dialético. (PRETTO 1996). Cabe aprofundar essas considerações enfatizando as contradições inerentes à Indústria Cultural enquanto indutora do que vemos, ouvimos, gostamos ou deixamos de ver, ouvir e gostar e os limites dessas formulações no que diz respeito especialmente à música na escola.

#### **4 - Indústria Cultural: mídia musical na escola**

A citação de ADORNO (1989) referenda o conceito de Indústria Cultural estabelecido juntamente com HORKHEIMER (1963) de demonstrar que o debate sobre a influência da mídia, na produção social do gosto no interior da sociedade capitalista não é recente.

Se perguntarmos a alguém se "gosta" de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furta-los à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Ao invés do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. (ADORNO, 1989:79-80)

FADUL (1993, p.53-54) reflete sobre o conflito existente entre Escola X Meios de Comunicação de Massa e Escola X Indústria Cultural, propondo sua superação, pontuando o fato de que todas as informações contemporâneas são midiaticizadas pelos meios massivos e pela Indústria Cultural.

Nesse mesmo viés, SNYDERS (1992, p. 6 e 26) fala da necessidade de guiar os estudantes na caminhada escolar rumo ao conhecimento musical "de alto nível" a partir da posse tanto "de suas culturas primeiras quanto das culturas de massa. Esse autor defende a escuta, por parte dos alunos, de obras elaboradas como: Bach, Beethoven, entre outros, obras primas consagradas, a partir de várias estratégias, "o professor pode levá-los a exprimirem-se, sobre o papel da música no cinema e na TV, sobre como ela modifica as impressões suscitadas pelas imagens, pode levá-los a falarem também sobre a música de que gostam, sobre como a sentem e sobre aquela que a escola propõe" (SNYDERS p.26). Mais adiante acrescenta: "O primeiro passo será escutar ou cantar mais ou menos as mesmas coisas ouvidas fora da escola: obras das quais os alunos já gostem, que não os choquem".

Nessa discussão acreditamos que o educador deve procurar compreender os aspectos contraditórios da mídia em relação à música na escola supondo o entendimento de que a mídia é um modo peculiar de produção dos bens culturais numa sociedade capitalista e assim como afirma a cultura burguesa, também absorve demandas e contradições inerentes à luta de classes e pode servir à emancipação política e cultural.

#### **5 - Inserção das emissões musicais midiáticas na escola**

O campo da educação enfrenta, pois, mais este desafio: o de constituir-se em espaço de mediação entre a criança e esse meio ambiente tecnificado e povoado de máquinas que lidam com a mente e o imaginário. Cabe à escola não só assegurar a democratização do acesso aos meios técnicos de comunicação os mais sofisticados, mas ir além e estimular, dar condições, preparar as novas gerações para a apropriação ativa e crítica dessas novas tecnologias.

ALMEIDA (1994, p.16), afirma: "A transmissão eletrônica de informações em imagem-som propõe uma maneira diferente de inteligibilidade, sabedoria e conhecimento, como se devêssemos acordar algo adormecido em nosso cérebro para entendermos o mundo atual, não só pelo conhecimento fonético-silábico das nossas línguas, mas pelas imagens-som também". Nesse sentido o som das telenovelas, por exemplo, é apropriado e reapropriado pelos telespectadores e usado como forma de leitura, conhecimento e vivência no mundo.

Um autor que defende veementemente a presença da música emitida pela mídia na escola é (BRESSAN 1989 p.37). Ele questiona a crítica feita à essa música como de "mau gosto" representativa de "analfabetismo artístico" e afirma: "Acontece, porém que é isso que o povo canta e curte; e não serão nossas esporádicas aulas de canto ou de iniciação musical, nas escolas, que, em contrapartida, imprimirão aquele

pretensioso cunho artístico, previsto pelos currículos, na alma do povo, como uma alternativa positiva contra a nefasta influência dos meios de comunicação.

O mesmo autor ainda nos diz em relação às críticas feitas à música de consumo e comercial que “é também essa música que leva as crianças a cantar, cantarolar tal qual acontece com as suas garatujas, no desenho e na pintura”. Faz referência à riqueza representada pela mídia em geral, pela possibilidade de acesso e enfatiza que é necessário capacitar o professor “para aperfeiçoar todo esse repertório que crianças e adultos cantam” (BRESSAN 1989 p.39).

Nessa mesma linha de raciocínio, MARINHO (1993) desafia os educadores a observar o óbvio: nossos alunos ouvem e cantam os produtos da mídia e a escola na maioria das vezes ignora essa realidade. Nesse sentido, Marinho afirma que,

"talvez já seja hora de acabar com um certo ranço pedagógico e uma certa pseudo-intelectualidade de achar que tudo o que tem gosto de chicletes, cheiro de Ezzo e barulho de Pan-Am faz mal para a cabeça e para o coração. O que se quer aqui é apenas fazer uma alerta no sentido de eleger a Escola como espaço privilegiado para o diálogo e veículo dinâmico de informações. *Rock é cultura pop* e popular. Existe há mais de 30 anos e vive como corpo clandestino nos bancos escolares” (MARINHO 1993 p.30).

O trabalho mais recente sobre o tema é o de NOGUEIRA (1998, p.51 e 53) que faz um estudo sobre a questão do "gosto" musical como produto da "engenharia de marketing da indústria fonográfica". Diz que "é preciso admitir o papel preponderante que as mídias desempenham na escolha musical da população".

Ela reforça o fato de que esse assunto parece ter pouca relevância para as instituições educacionais e culturais, um exemplo é a atenção que dão as "belas artes" e "quase nunca dizem ou fazem nada em relação às culturas modernas: o rock, os quadrinhos, as fotonovelas, os vídeos, enfim, os meios em que se movem o pensamento e a sensibilidade das massas, bases estéticas da cidadania", (p.53-54). O referido autor considera que os professores são consumidores do mesmo tipo de música e assim, atuam como reforço aos padrões musicais dos seus alunos. Chama atenção para a formação destes professores, e para a necessidade de, nos cursos formadores se incrementarem estudos sobre formação estética, mídia e consumo, (p.57).

## 6 - Considerações finais

O tema “cultura musical midiática” pode ser encarado como uma das condições para a construção da cidadania. Essa educação deve buscar integrar as mídias ao processo escolar pelo fato de que elas permitem não só a melhoria da qualidade do ensino, quando bem trabalhadas, mas também a sua expansão. Também é preciso considerar que o seu uso possibilita uma maior adequação às expectativas das novas gerações que possuem uma outra sensibilidade, mais audiovisual, resultante da imersão nas imagens e sons do cotidiano midiático. No entanto, não adianta falar em educar para os meios e referir-se somente às crianças, os professores precisam também ser educados para e com a mídia e isso foi enfatizado por diversos autores.

A partir disso, entende-se a necessidade de pensar no conhecimento erudito, historicamente acumulado, como um direito de acesso às camadas populares, que têm na escola a única possibilidade de elevação do patamar cultural. No entanto, ignorar e até mesmo desconsiderar a cultura que nos circunda, via emissão midiática, em especial à música, é manter uma postura elitista, fechada, que considera tudo o que for popular inculto, vulgar, de mau gosto, contribuindo para um círculo vicioso no qual se ouve o que gosta e gosta do que ouve de modo passivo e acrítico.

Penamos que deve-se escolarizar a música veiculada pela mídia através de um trabalho consciente, fundamentado, que enfoque o conhecimento musical em suas diferentes dimensões. Esta é a função da escola, estabelecer pontes, preencher lacunas, construir significados entre os objetos culturais midiáticos e o saber elaborado. Para finalizar, não podemos deixar de enfatizar um aspecto fundamental, que já foi enfatizado anteriormente, o da formação dos educadores em geral para esse processo. Eles deverão ser formados como ouvintes críticos, produtores, reprodutores e criadores de músicas, sons e ritmos nos espaços adequados de formação, ou seja, nas Licenciaturas, através de um trabalho sério e consistente sobre cultura midiática, arte em geral e música em particular.

## Referências Bibliográficas

- ADORNO, T.W. O fetichismo da música e a regressão da audição. In: HORKHEIMER, Max; ADORNO, T. W. *Textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1989, p.79-105.
- ALMEIDA, Milton José. *Imagens e sons - a nova cultura oral*. São Paulo: Cortez, 1994.
- BELLONI, M. L. Da tecnologia à comunicação educacional. 22ª ANPED, 1999.
- BRESSAN, W. J. *Educar cantando: a função educativa da música popular*. Petrópolis: Vozes, 1989.
- FADUL, A. M. *Indústria cultural e comunicação de massa*. São Paulo: IDÉIA, 1993.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural – o Iluminismo como mistificação das massas. In *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra 1963.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.
- MARINHO, Jorge M. *Rock: Um garoto sem vaga na escola*, São Paulo: IDÉIAS, 1993.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. Cidade virtual: novos cenários da comunicação in *Comunicação & Educação*. São Paulo, 1998, jan./abr., p.53-67.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Sobre Literatura e Arte*. 3 ed. São Paulo: Global, 1986.
- NOGUEIRA, Monique Andries. Música, Consumo e Escola: encontros possíveis e necessários. 21ª reunião anual da ANPED, 1998, GT Educação e Comunicação.
- PRETTO, Nelson de Luca. *Uma escola sem/com futuro - educação e multimídia*. Campinas: Papirus, 1996.
- SCHAEFER, Maria Isabel Orofino. A mediação escolar na recepção televisiva: um estudo das representações sobre AIDS, construídas por adolescentes de Florianópolis a partir das campanhas de TV in *Perspectiva - Educação e Comunicação*. Florianópolis-SC, 1995, ano 13, nº 24, p. 145-159.
- SNYDERS, G. *A escola pode ensinar as alegrias da música?* São Paulo: Cortez, 1992.