

A GEOPOLÍTICA MUNDIAL NA MÍDIA E SEUS REFLEXOS NO PROCESSO DE ENSINO- APRENDIZAGEM EM GEOGRAFIA NA EDUCAÇÃO BÁSICA

Francisco Fernandes Ladeira¹

Vicente de Paula Leão²

Introdução

A mídia tem desempenhado importantes papéis na atual conjuntura das relações internacionais. Como ator geopolítico, ela pode influenciar algumas das principais decisões que são executadas em âmbito global. Por outro lado, os meios de comunicação de massa também geram a visibilidade necessária para divulgar as ações dos principais protagonistas e antagonistas que atuam no cenário geopolítico.

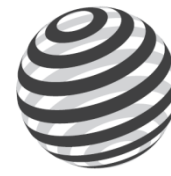
Entretanto, cerca de 80% do conteúdo dos noticiários internacionais que circulam pelo planeta são distribuídos por apenas quatro agências – Associated Press (AP), United Press International (UPI), Agence France Press (AFP) e Reuters – sediadas, sem exceção, em nações desenvolvidas (THUSSU, 2006). Conseqüentemente, os discursos geopolíticos da mídia são pautados por visões favoráveis às políticas externas das principais potências globais e, em contrapartida, apresentam representações negativas a respeito de nações ou organizações não-estatais consideradas hostis pela cultura ocidental.

Por sua vez, a grande imprensa brasileira – oligopólio formado por algumas famílias que controlam os principais veículos de comunicação do país – reverbera as notícias distribuídas pelas agências internacionais sem fazer a devida análise crítica. Devido ao distanciamento espacial dos receptores, o imaginário popular sobre questões geopolíticas tende a ser construído a partir de ideias vinculadas pela mídia. Tipificações e estereótipos como o “muçulmano terrorista e fanático religioso”, o “ditador cubano” e o “caudilho sul-americano”, exaustivamente repetidos pelos meios de comunicação, podem ser aceitos sem maiores questionamentos.

Em contrapartida, as constantes intervenções das principais potências mundiais em países subdesenvolvidos e as ações cometidas por aliados dos Estados Unidos e da Europa Ocidental – como o genocídio promovido pelo Estado de Israel contra o povo palestino, as inúmeras leis misóginas e homofóbicas presentes na Arábia Saudita e a violação dos direitos

¹ Doutorando em Geografia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Articulista do Observatório da Imprensa.

² Professor da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Doutor e mestre em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).



humanos na Colômbia – são estrategicamente negligenciadas, ou então abordadas superficialmente.

Já as personalizações e proposições maniqueístas presentes nos noticiários geopolíticos podem induzir o público a acreditar que os antagonismos entre Ocidente e Civilização Islâmica consistem em mero conflito pessoal entre George W. Bush e Osama Bin Laden ou podem ser reduzidos a um confronto “bem versus mal”.

Diante dessa realidade, as aulas de Geografia na educação básica devem se transformar em importantes espaços de ressignificação crítica dos discursos midiáticos e para a desconstrução de truísmos geopolíticos sedimentados no imaginário popular, pois categorias de análise da ciência geográfica como espaço, território, lugar ou escala também estão constantemente presentes nos noticiários internacionais, com diferentes formas e com diversas acepções.

Além do mais, conforme apontam Figueiredo et al. (1999), é imprescindível que a escola assuma a tarefa de promover uma segunda alfabetização, ou seja, ensinar a ler a mensagem midiática e compreender a sua linguagem. Autores como Leão e Carvalho Leão (2008), Souza e Queiroz (2012), Guimarães (2016) e Pontuschka (2001) afirmam que a utilização de diferentes linguagens midiáticas na Geografia (documentários, filmes, programas de televisão, textos de jornais, revistas e Internet) consiste em importante ferramenta pedagógica, podendo auxiliar na compreensão e crítica da produção do espaço.

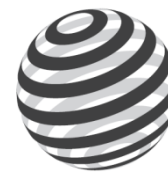
Contudo, é preciso que o uso do material midiático em sala de aula supere a posição de mera ilustração didática, e a reflexão de professor e alunos tenha como ponto de partida o conhecimento geográfico. Sendo assim, o presente trabalho pretende compreender como os discursos geopolíticos da mídia se incorporam ao meio didático e são ressignificados e/ou reproduzidos pelos professores de Geografia e alunos do 3º Ano do Ensino Médio. Em outros termos, verificar em que medida as representações midiáticas são compartilhadas por docentes e discentes.

Partimos de duas hipóteses: 1) O conteúdo midiático, principalmente em questões geopolíticas, influencia o discurso do professor e o processo de construção do conhecimento geográfico por parte do aluno e 2) Os professores de Geografia utilizam o material midiático como mais um recurso didático complementar, e não como objeto de estudo a ser sistematizado em seu conteúdo discursivo.

Metodologia

Em relação a aspectos metodológicos, a presente pesquisa pode ser classificada como quantitativa e qualitativa. O hibridismo aqui proposto se deve ao fato de que questões complexas e universos heterogêneos requerem observações em diferentes escalas de análise, bem como desenhos metodológicos que combinem diferentes formas de amostragem (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; ADAS; LASTÓRIA; RICHTER, 2016).

De acordo com Godoy (1995), uma pesquisa quantitativa procura traduzir, em números, opiniões e informações para classificá-las e, posteriormente, analisá-las. Recorremos aos procedimentos metodológicos quantitativos na utilização de técnicas estatísticas (cálculo de amostragem, nível de confiança e margem de erro) e na tabulação dos dados obtidos a partir das informações coletadas na aplicação de questionários compostos por perguntas objetivas ou “fechadas” e subjetivas ou “abertas”.



Já a pesquisa qualitativa procura obter dados descritivos e compreender os diferentes indivíduos e seus contextos sociais, culturais e institucionais através do contato direto do pesquisador com a situação estudada (GODOY, 1995; GIL, 1988). Os procedimentos metodológicos qualitativos embasaram as nossas observações em sala de aula e também foram utilizados para analisar os resultados apurados nos questionários que não puderam ser pautados em gráficos ou quantificados (sob o risco de se perder a riqueza de subjetividades, experiências e saberes presentes nas respostas de alunos e professores).

Para testar a primeira hipótese – se o conteúdo midiático, principalmente em questões geopolíticas, influencia o discurso do professor e o processo de construção do conhecimento geográfico por parte do aluno – foram aplicados questionários e decodificações de imagens para conhecer as diferentes concepções de professores de Geografia e alunos do 3º Ano do Ensino Médio em relação aos discursos geopolíticos da mídia.

No questionário dirigido aos professores de Geografia da educação básica constaram perguntas que abordam a percepção docente sobre os discursos midiáticos dos noticiários internacionais sobre o mundo muçulmano e a América Latina, a formação inicial durante a graduação e a maneira como o professor incorpora os materiais midiáticos em sua prática didática³.

Com o objetivo de interpretar como ocorre o processo de decodificação dos conteúdos visuais divulgados pela mídia, um grupo de alunos foi questionado sobre quais ideias lhes vinham à mente ao entrarem em contato com imagens que remetem a temáticas geopolíticas. Para tanto, selecionamos cinco imagens: um garoto sírio morto em uma praia do Mar Mediterrâneo, muçulmanos no deserto, o símbolo comunista, as torres do World Trade Center em chamas e um urso polar devorando uma foca na região ártica. As escolhas das imagens levaram em consideração o impacto midiático e/ou suas relações com as questões abordadas neste trabalho.

Outro grupo de estudantes respondeu um questionário estruturado de acordo com os seguintes propósitos: identificar os meios de comunicação mais utilizados para obter informações sobre outros países, povos, continentes ou regiões do planeta, avaliar a influência dos discursos geopolíticos nas construções de imaginários geopolíticos através de relatos sobre imagens acústicas⁴ e conhecer o nível de interesse e as dificuldades para compreender as aulas de Geografia que abordam a geopolítica e os conflitos armados no mundo.

Posteriormente, as respostas fornecidas por discentes e docentes nos questionários e decodificação de imagens foram comparadas com os conteúdos dos noticiários internacionais da mídia brasileira⁵.

³ O questionário apresentou cinco perguntas objetivas ou “fechadas” – nas quais já estavam disponíveis opções de resposta e o participante poderia escolher uma alternativa – e oito perguntas subjetivas ou “abertas” – em que o participante poderia expressar livremente suas concepções sobre as temáticas propostas.

⁴ A expressão “imagem acústica” se refere à representação mental feita por um indivíduo sobre um determinado lexema (SAUSSURE, 1995). Para este trabalho, selecionamos dez lexemas: democracia, terrorismo, ditadura, capitalismo, comunismo, muçulmano, islamismo, geopolítica, Estados Unidos e Venezuela.

⁵ A aplicação de questionários, realizada em âmbito nacional, durante o ano letivo de 2017, contou com a participação de duzentos professores de Geografia do ensino básico e seiscentos alunos de instituições estaduais, federais e particulares, sendo que trezentos fizeram as atividades de



Já a segunda hipótese – se os professores de Geografia utilizam o material midiático como mais um recurso didático, e não como objeto de estudo a ser sistematizado em seu conteúdo discursivo – foi testada durante as observações em sala de aula. Procuramos identificar os valores e conceitos presentes em discursos de professores de Geografia em aulas que abordam questões geopolíticas, se possuem linguagem acessível e condizente à realidade do corpo discente e procuram formular diálogos entre texto midiático e conhecimento geográfico. Também foi importante compreender como os docentes trabalham com o material midiático em suas aulas, se promovem sua ressignificação crítica, identificando possíveis jogos de poder, efeitos ideológicos e relações hierárquicas que estão por trás das condições de produção de um determinado discurso. Para tanto, elaboramos “notas de campo” em que registramos os principais fatos constatados em nossa convivência escolar⁶.

As observações em sala de aula foram embasadas pela metodologia proposta por Leão e Carvalho Leão (2008, p. 67) levando em consideração: a) relação do educador com o material midiático; b) relação pedagógica estabelecida em sala de aula e c) relação do texto midiático com o conhecimento geográfico.

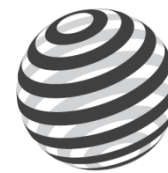
Mídia, público e manipulação

Durante as décadas de 1920 e 1930 foram realizados os primeiros estudos sistemáticos sobre os meios de comunicação de massa. Na época, os paradigmas e modelos de pesquisa dominantes foram formulados em duas influentes escolas do pensamento acadêmico.

A Escola de Chicago, por meio da “Teoria Hipodérmica” (também conhecida como “Teoria da Bala Mágica”), concentrou seus estudos em aspectos técnicos e físicos da interação entre os seres humanos e as mídias. De acordo com essa linha de pensamento, há “uma conexão direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é atingida pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, induzida a agir (WOLF, 2009, p.11). Inevitavelmente, uma mensagem lançada pelos meios de comunicação, desde que eliminados problemas técnicos que dificultem a sua apreensão, seria imediatamente aceita e espalhada entre todos os receptores, em igual proporção. Na Escola de Frankfurt foi elaborada a “Teoria Crítica dos Meios de Comunicação de Massa”, que se preocupou essencialmente com os conteúdos distribuídos pela mídia e sua influência junto ao público. Adorno e Horkheimer (1985), principais pensadores frankfurtianos, concluíram que os meios de comunicação de massa atingem a todos os indivíduos de maneira homogênea, direcionando hábitos de consumo, criando falsas necessidades, impondo estereótipos, inculcando padrões de comportamento e moldando as opiniões de seu público. Estes autores teceram severas críticas aos veículos de comunicação mais populares de sua época. Para Adorno e Horkheimer, o cinema atrofia a capacidade imaginativa do espectador e o rádio torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los, autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações, eliminando assim qualquer traço de subjetividade na instância receptiva.

decodificação de imagens e outros trezentos responderam ao questionário escrito para discentes do 3º Ano do Ensino Médio. Os questionários para professores foram disponibilizados virtualmente. Os questionários para alunos e a atividade de decodificação de imagem também foram disponibilizados virtualmente ou aplicados diretamente nas escolas, com as devidas autorizações de diretores, orientadores educacionais e professores.

⁶ As aulas foram observadas em turmas de 3º Ano do Ensino Médio de três escolas da rede de ensino do estado de Minas Gerais.



No entanto, as hipóteses que partem da premissa de que há, por um lado, meios de comunicação manipuladores, com interesses claros em controlar aspectos emocionais e cognitivos da audiência e, de outro lado, receptores automaticamente manipulados, desprovidos de qualquer tipo de criticidade, são insuficientes para compreender o complexo processo de comunicação.

A mídia não somente condiciona, mas também é, sobretudo, condicionada por outras instâncias da sociedade. Utilizando um conceito elaborado por Bourdieu (2004), a mídia, como todo campo, possui tanto suas próprias regras internas, quanto obedece a leis sociais externas. Questões tecnológicas, culturais, econômicas e políticas interferem e perpassam os diferentes tipos de produções midiáticas. As relações entre mídia e público vão muito além de uma simples análise behaviorista de estímulo/resposta.

Estudos contemporâneos – Thompson (1998), Castells (2008), Martin-Barbero (2008) e Charaudeau (2012), entre outros – superaram as antigas concepções que atribuíam os efeitos da comunicação exclusivamente à ação do emissor sobre o receptor, pela ênfase na capacidade interpretativa do receptor, que pode modificar o significado das mensagens de acordo com suas próprias contingências. As mensagens transmitidas pelos grandes veículos de comunicação não são recebidas automaticamente e da mesma maneira por todos os indivíduos. Geralmente, o discurso midiático perde seu significado original na controversa relação emissor/receptor.

De acordo com os pressupostos da “Teoria da Dependência da Mídia” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993), as consequências das mensagens divulgadas pelos meios de comunicação de massa são relativas: em determinadas ocasiões, podem gerar efeitos poderosos e diretos; e, em outras circunstâncias, seus efeitos são indiretos e bastante débeis. Esta linha analítica não negligencia que o sistema de mídia é parte importante da sociedade moderna, entretanto aponta que o funcionamento do maquinário midiático está condicionado pelos padrões de interdependência que mantém com outras instâncias sociais (poder público, grandes corporações, anunciantes, organizações religiosas, audiência e grupos de pressão). “Esses relacionamentos podem ser dominados por conflitos ou cooperativos; podem ser dinâmicos e mutáveis ou estáticos e ordeiros. Também podem variar de diretos e poderosos até indiretos ou fracos” (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p.321).

Não é no contato imediato entre mensagem e receptor que se encontram os prováveis efeitos sociais do discurso midiático, mas no acúmulo de informações que os principais veículos de comunicação transmitem ao longo do tempo.

Desse modo, para compreender *onde* e *como* ocorrem os possíveis mecanismos de manipulação no processo de comunicação devemos deslocar o foco da instância receptiva para a instância emissora. Utilizando uma expressão althusseriana, é importante frisar que a mídia, como mecanismo ideológico de Estado, geralmente está a serviço de poderosas forças econômicas. Portanto, é imprescindível desvelar os contextos de produção, interesses corporativos e jogos de poder que estão por trás dos discursos midiáticos. Um determinado enquadramento da realidade, o repertório lexical e as cargas semânticas que as palavras assumem nos discursos midiáticos fornecem importantes referenciais para encontrar possíveis práticas manipuladoras.

Em suma, pode-se considerar que a manipulação midiática não ocorre na recepção, mas na produção e construção da notícia com a seleção dos acontecimentos considerados como interesse público, no tratamento dado a uma informação, ao fazer juízo de valores, na escolha das fontes a serem ouvidas, na amplificação de um fato, em estratégias discursivas, no



repertório lexical e ao privilegiar um enquadramento da realidade em detrimento de outros pontos de vista possíveis.

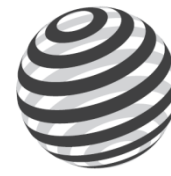
Mídia e geopolítica

A expressão “ordem geopolítica” é utilizada para representar os jogos de poder e equilíbrio de forças que caracterizam as relações internacionais em um determinado período histórico. Já a “geopolítica”, enquanto campo do conhecimento, se refere à influência de fatores econômicos, geográficos e demográficos sobre a política global, distribuição espacial do poder, emergência de atores não-estatais no cenário internacional e às relações entre Estado-Nacional e território.

Na atual conjuntura das relações internacionais, as antigas ideias geopolíticas - concentradas basicamente em temáticas bélicas, no poder do Estado e intelectualmente corroboradas pelo determinismo geográfico – tornam-se anacrônicas. As novas hipóteses geopolíticas partem do pressuposto de que questões econômicas, sociais, culturais e simbólicas são tão importantes quanto o poderio militar como instrumentos de análise para compreender o equilíbrio de forças e a busca por hegemonia em âmbito planetário. O relativo enfraquecimento do setor público em detrimento do avanço de forças privadas e as inovações tecnológicas, notadamente nos setores de comunicação e transporte, fizeram com que atores como a mídia, o capital desterritorializado, os movimentos sociais globalizados, os organismos supranacionais, os blocos regionais, as organizações não-governamentais (ONGs) e as corporações transnacionais passassem a dividir espaço com os tradicionais Estados-Nacionais no cenário geopolítico global.

Bulik (1996) aponta que, concomitantemente à “Nova Ordem Mundial”, também está em marcha uma “Nova Ordem Informativa e Comunicacional”. No livro *Discursos Geopolíticos da Mídia - Jornalismo e Imaginário na América Latina*, Steinberger (2005) apresenta a tese de que a nova ordem geopolítica internacional é uma “Ordem Internacional Midiática”. De acordo com a autora, as diferentes formas de imperialismo cultural (que não implicam necessariamente domínio territorial físico e direto) e de soft power (capacidade de conseguir resultados por meio da atração exercida pelas ideias em vez da coerção) indicam que o sistema de referência em ascensão é o sistema “pós-moderno midiático”, em que a indústria cultural e os meios de comunicação de massa detêm o poder de tentar configurar mentalidades a médio/longo prazo e, portanto, amalgamar o apoio social necessário à consolidação de qualquer liderança global. Portanto, atualmente, uma “análise geopolítica” depende também de uma “análise do discurso”.

Além de influente ator internacional, a mídia também é importante mecanismo para divulgar e legitimar uma determinada agenda geopolítica. Na obra *Manufacturing Consent*, Noam Chomsky e Edward Herman (1994) destacam que a atuação dos meios de comunicação de massa pode ser entendida a partir de um modelo retirado da propaganda, isto é, as atividades desenvolvidas pela mídia em geral estão a serviço da mobilização de apoio a interesses especiais que dominam o Estado e a atividade privada, construindo “fatos” e “verdades”. Nesse sentido, pode-se compreender as atuais questões geopolíticas a partir do tripé governo/academia/mídia, em que os principais líderes globais lançam determinadas agendas (“guerra ao terror”), alguns pensadores as corroboram intelectualmente (“choque de civilizações”) e a mídia tem por função legitimar e tornar compreensível os discursos políticos e acadêmicos frente à população (“consenso fabricado”).



Seguindo essa linha de raciocínio, Eytan Gilboa (2002) cunhou o termo “diplomacia midiática” para ilustrar seu argumento de que a diplomacia tradicional, com negociações fechadas feitas entre diplomatas e governo, desconhecidas do grande público, foi substituída por uma nova maneira de diplomacia – a “diplomacia na era da mídia”, propiciada pela revolução da informação ocorrida durante o século XX.

Gilboa (2002) entende que a mídia não é somente um mero instrumento ao qual um determinado Estado recorre para alcançar seus interesses; também é um ator importante nas Relações Internacionais, pois na “Era da Informação”, os meios de comunicação e os jornalistas representam uma espécie de “quarto poder” que atua ativamente como intermediário para a construção de relações de comunicação e confiabilidade entre Estados e atores não-estatais, nas negociações de conflitos e também procurando mobilizar o apoio público para acordos internacionais.

Por outro lado, os noticiários internacionais da imprensa brasileira possuem uma forte tendência em reverberar acriticamente os conteúdos distribuídos pelas grandes agências internacionais de notícias. Os principais grupos de comunicação do país têm importante participação na atual propagação de estereótipos difundidos pelas grandes potências mundiais sobre o mundo muçulmano. Valores e preceitos dessa civilização são distorcidos, ou então, analisados sob a ótica ocidental. De acordo com essas abordagens, o islã seria dotado basicamente de características negativas – irracionalidade, fanatismo, autoritarismo, opressão às mulheres, violência e tradicionalismo – em contraste às qualidades que definiriam o “mundo ocidental” – razão, tolerância, liberdade, igualdade e modernidade (PINTO, 2010, p. 21).

Já as notícias sobre os países latino-americanos, apesar da proximidade geográfica, não recebem por parte da grande mídia brasileira o mesmo destaque concedido a outras regiões do planeta. Entretanto, é possível constatar que, governos com tendências políticas à esquerda geralmente são representados de maneira negativa.

Textos midiáticos e ensino de Geografia

Enquanto disciplina escolar, a Geografia oferece vastas possibilidades didáticas de utilização e decodificação do material produzido pela mídia, pois os noticiários utilizam várias categorias de análise inerentes à ciência geográfica como espaço, território, lugar, não-lugar, territorialidade e escalas. Pontuschka (2001) afirma que a introdução de diferentes linguagens midiáticas na Geografia Escolar, caso o seu uso como mera ilustração seja superado, auxilia na compreensão e crítica da produção do espaço. Segundo Leão (2003), desde que o referencial para a sua reflexão seja o conhecimento geográfico, o professor pode transformar qualquer texto midiático em material útil para a sua prática didática, pois não é a mensagem contida na mídia que dá sentido ao ensino da Geografia, mas o contrário. As instituições escolares devem estar preparadas para incorporar a linguagem dos grandes meios de comunicação, servindo-se dela sem ser por ela dominada. Todavia, o educador não deve, simplesmente, desconstruir ou referendar as ideologias presentes na mídia (LEÃO e CARVALHO LEÃO, 2008).

É comum professores recomendarem aos alunos a leitura de jornais para que conheçam a “realidade” do que acontece no mundo. Essa sugestão sem algumas advertências, produz efeitos negativos. Associar a informação da mídia à realidade faz crer na sua transparência, ou seja, na correspondência absoluta entre o texto, a foto ou a imagem e o fato a ser descrito (BARROS FILHO, 1998, p. 55 *apud* LEÃO, 2003, p. 70).



Assim, torna-se necessário conhecer a linguagem midiática para que professores e alunos sejam interlocutores ativos e não receptores passivos dos discursos difundidos pelos meios de comunicação de massa.

Nesse momento de seleção do material midiático, o professor tem que saber qual Geografia pretende ensinar. A que busca elucidar os fatos, ao se estabelecerem causas e consequências? Ou a que se apoia no material produzido pela mídia para vender uma ideia ou concepção de mundo? Ou, ainda se trata apenas de usar o espaço da aula de Geografia para a exibição de um jornalismo espetáculo? Sem o espaço da ressignificação da linguagem midiática, a aula de Geografia serve de aluguel para o discurso da mídia; configura-se assim um processo de desterritorialização da Geografia. Resumidamente, isso significa que, na seleção e incorporação do material mediático, o professor deve estar seguro do que pretende, ao ensinar Geografia (LEÃO e CARVALHO LEÃO, 2008. p. 42).

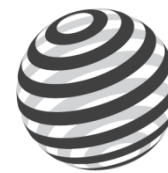
Questões complexas do xadrez geopolítico global, que estão entre as causas dos antagonismos entre a civilização muçulmana e a civilização ocidental, como a constante presença de tropas das grandes potências mundiais em nações do Oriente Médio, a aliança entre Estados Unidos e Arábia Saudita – país onde está a cidade de Meca, local sagrado para a religião islâmica – e o apoio incondicional de Washington a Israel em suas disputas por terras com o povo palestino podem ser interpretadas a partir de conceitos pilares da ciência geográfica como lugar e território.

Já a expressão “terrorismo em rede”, cunhada por Haesbaert (2002), auxilia no entendimento das práticas de grupos terroristas que, a partir da flexibilidade e fluidez das redes técnico-informacionais, constroem conexões que permitem espaços fragmentados e descontínuos se articularem de forma intensa e com propósitos bem deliberados e organizados. Enquanto a Al Qaeda opera como se fosse uma espécie de transnacional do terror, organizada em uma rede geograficamente dispersa de células autônomas, o Estado Islâmico tem como principal intuito a fundação de um califado no Oriente Médio. Portanto, consideram a questão territorial de suma importância para os seus objetivos geopolíticos.

Pelo seu caráter muito mais difuso, fragmentado e descontínuo (mas não desarticulado) no espaço geográfico, o terrorismo constitui um dos âmbitos “ilegais” mais perversos da globalização, e seu produto direto. É interessante lembrar que as conexões de uma rede, como a da organização de Bin Laden, vinculam os territórios mais excluídos do processo globalizador, como os do interior afegão, até as “mecas” do capitalismo global, em Manhattan. Embora também possa surgir em áreas centrais do capitalismo mundial, é nas áreas mais pobres e excluídas (os aglomerados humanos de exclusão) que a rede do terrorismo de fundamentação religiosa pode se ver legitimada, como portadora das últimas esperanças de quem simplesmente não tem mais nada a perder (HAESBAERT, 2002, p. 43).

Nessa perspectiva, Leão e Carvalho Leão (2008) apontam que as categorias de análise da Geografia “território” e “lugar” são fundamentais para interpretar os atos terroristas de 11 de setembro e, posteriormente, compreender as reações violentas do governo de Washington e da população estadunidense contra árabes e muçulmanos.

Analisando os pontos escolhidos pelos terroristas, percebemos que estes possuíam o objetivo de atingir os norte-americanos naquilo que representa a sua grandeza. O World Trade Center era a representação do poderio econômico; o Pentágono, a representação do poder militar; e o terceiro avião, que, segundo o que foi apurado, seguia para a Casa Branca, seria a representação do poder político atingido. [...] A reação imediata dos norte-americanos foi hostilizar a população islâmica, identificada principalmente através de seu biótipo e de suas roupas. Aqui, também, é possível perceber que, quando saímos de um lugar, carregamos



conosco as características e buscamos reterritorializar o novo espaço (LEÃO e CARVALHO LEÃO, 2008, p. 76-77).

Assim como no senso comum, alguns textos midiáticos fazem uso das palavras “paisagem” e “natureza” como se fossem conceitos idênticos. Frequentemente, o termo “paisagem” é apresentado nos meios de comunicação de massa de uma maneira meramente descritiva, ressaltando apenas seus aspectos visíveis, amiúde como sinônimo de uma vista esteticamente apreciável, escamoteando assim os processos históricos, sociais e econômicos que estão por trás das constituições dos diferentes tipos de arranjos espaciais. Pereira (1995) denuncia que a mídia tem divulgado uma ideia de Geografia voltada essencialmente para a descrição, na qual se enfatizam os aspectos físicos e os dados gerais da população, criando imaginários populares que consideram como “geográficas” as descrições paisagísticas povoadas de vegetações, morros, rios, climas e eventualmente até algumas populações exóticas (por serem típicas do lugar).

A popularidade da concepção de Geografia como a da descrição dos fenômenos sobretudo físicos e paisagísticos, pode ser atestada pela proliferação de algumas revistas, autodenominadas como “geográficas”, que apenas mostram paisagens muito bem ilustradas que se prestariam a uma análise geográfica mais aprofundada, mas que ali recebem um tratamento meramente descritivo. Outras publicações, como, por exemplo, o Almanaque Abril, apresentam como assuntos referentes à Geografia os itens ‘relevo, vegetação, clima, ecologia, hidrografia, plataforma continental e ilhas oceânicas, e a presença brasileira na Antártica (PEREIRA, 1995, p. 68).

As seleções de determinadas paisagens pela mídia revelam quais tipos de representações os principais grupos de comunicação pretendem difundir sobre um país, região ou continente. Por causa dos lugares-comuns midiáticos, muitos alunos podem encontrar dificuldades em compreender a existência de bolsões de pobreza nos Estados Unidos e na Europa Ocidental ou que o continente africano também possui grandes centros urbanos e não apenas paisagens praticamente selvagens. Do mesmo modo, nas aulas de Geografia do Brasil, alguns estudantes associam o Nordeste, região marcada por grande diversidade natural, à Caatinga e ao clima semiárido ou o Norte do país à Floresta Amazônica e a rios caudalosos (desconhecendo assim o fato de que a maioria da população dessa região reside na área urbana).

Por outro lado, Steinberger (2005) adverte que uma análise do discurso jornalístico que aborde suas fontes e condições de produção é importante para demonstrar os efeitos potenciais que a manipulação política de lugares e valores geográficos pode gerar na consciência de imaginários geopolíticos de massa. Nesse sentido, torna-se fundamental entender o processo de construção da notícia, pois a mídia possui uma linguagem própria e a informação passa por várias mediações, desde a fonte até o receptor.

A realidade é demasiadamente complexa para ser compreendida e explicada por apenas um campo do conhecimento. Para Hissa (2006), não existe uma “geografia pura”, que possa desenvolver uma leitura plena dos processos espaciais independente de outras disciplinas.

Desse modo, apesar de as categorias de análise da ciência geográfica serem elementos essenciais para decodificar os diferentes tipos de discursos presentes na mídia, a utilização do material midiático em sala de aula requer abordagens plurais, complexas e transdisciplinares, que extrapolem os limites da Geografia Escolar, recorrendo constantemente a conhecimentos inerentes à História, Semiologia, Linguística, Psicologia, Comunicação Social, Antropologia, Sociologia, Ciência Política e Filosofia, para que comuniquem entre si, sem operar, no entanto, a redução de seus pressupostos fundamentais.

É preciso saber ler a mídia, desvendar seus possíveis mecanismos manipuladores e os jogos de interesses econômicos que estão por trás do seu funcionamento, pois notícias são mercadorias como quaisquer outros bens de consumo. Palavras podem ser poderosos instrumentos de sensibilização e persuasão. Morin (1999) afirma que na análise de um discurso não podemos isolar uma palavra, uma informação; é preciso ligá-la a outras, mobilizarmos o nosso saber e nossa cultura para chegarmos a um conhecimento apropriado e oportuno da mesma. Para ter sentido, a palavra necessita do texto, que, conseqüentemente, necessita do contexto no qual se enuncia.

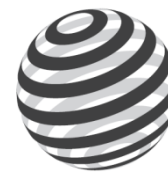
Adjetivos como “democrata”, “terrorista”, “caudilho” ou “extremista” são capciosamente utilizadas, não para descrever a “realidade”, mas como “estratégias discursivas” para induzir o público a compactuar com um determinado viés ideológico. Já o uso de metáforas – isto é, transferências de palavras entre domínios cognitivos diferentes, alterando assim os sentidos originais aos quais foram destinadas – é um recurso bastante utilizado para desumanizar determinados povos. Nos noticiários internacionais da imprensa brasileira, frequentemente ocorrem migrações de termos dos campos da Antropologia e da Biologia – como “selvagens”, “bárbaros”, “líderes tribais”, “clãs” e “bandos” – para o campo da geopolítica, como referências aos seguidores do islã. Tais práticas linguísticas, além de promoverem uma conotação animalésca aos muçulmanos, levam implicitamente à concepção de que a civilização islâmica estaria em um estágio pré-civilizacional. Do mesmo modo, as escolhas de um determinado verbo ou de uma conjunção não são feitas por simples escolhas gramaticais, mas ideológicas.

Diante dessa realidade, o sujeito que possui o mínimo conhecimento sobre o maquinário midiático, seleção de pautas (*agenda-setting*) e o contexto de construção da notícia (*newsmaking*) dificilmente será um alvo vulnerável para o pensamento dominante, pois “conhecer os códigos linguísticos utilizados pelo emissor amplia as possibilidades de leitura do codificador” (LEÃO e CARVALHO LEÃO, 2008, p. 98). Em outros termos, dominar os mecanismos que regem a linguagem dos meios de comunicação de massa significa não incorrer no risco de ser por eles dominados.

Resultados apurados na pesquisa em campo

A partir da análise das respostas concedidas nos questionários, constatamos que a maioria dos professores não reproduz os imaginários geopolíticos difundidos pela mídia. Eles também consideram que a mídia manipula informações em favor de determinados interesses. No entanto, a maioria dos participantes desta pesquisa não foi capaz de descrever como ocorrem as manipulações midiáticas. O fato de os discursos dos educadores não se alinharem aos padrões ideológicos da grande mídia brasileira (isto é, de acordo com a interpretação das relações internacionais a partir dos interesses das grandes potências) pode estar relacionado à prática de recorrerem constantemente a veículos da chamada mídia alternativa e à Internet para prepararem suas aulas sobre geopolítica ou para se manterem informados sobre os principais acontecimentos globais.

A mesma postura não se aplica aos discentes. Nas questões propostas que abordaram assuntos complexos, referentes à geopolítica mundial, percebeu-se a grande influência dos discursos propagados pelos meios de comunicação de massa. Os imaginários geopolíticos dos alunos são permeados pelas representações midiáticas, independentemente do tipo de instituição a quem pertencem: estadual, federal ou particular. De maneira geral, países, personalidades políticas e sistemas econômicos representados de maneira positiva nos noticiários, como os Estados Unidos e o capitalismo foram mencionados também de maneira positiva pelos estudantes.



Em contrapartida, povos, nações, crenças, ideologias e políticos estigmatizados pelos principais veículos de comunicação de massa como o comunismo, a Venezuela, Donald Trump e a religião islâmica foram representados negativamente. Temáticas relevantes da geopolítica contemporânea – como o terrorismo internacional e os confrontos entre oposição e governo na Venezuela – não são compreendidas pelos estudantes de maneira contextualizada, em suas causas e consequências, pois são percebidas a partir das simplificações presentes nos noticiários.

As “memórias geopolíticas” dos alunos são condicionadas, em grande medida, pela visibilidade midiática concedida a um determinado acontecimento. Conforme apontaram os dados apurados na atividade de decodificação de imagens, o atentado de 11 de setembro teve um índice de identificação por parte dos discentes superior ao registrado na foto de um garoto sírio morto às margens do Mar Mediterrâneo (imagem símbolo dos dramas vivenciados por refugiados que migram para o continente europeu). No entanto, é importante ressaltar que o atentado de 11 de setembro ocorreu em 2001 – época em que os alunos que participaram desta pesquisa tinham, em média, apenas um ano, idade que, devido a imaturidade cognitiva, os seres humanos têm grandes dificuldades em reter informações – e a foto do garoto sírio foi registrada em 2015, quando os discentes tinham em torno de 15 anos, idade suficiente para memorizar um determinado acontecimento.

Nesse sentido, pode-se afirmar que a primeira hipótese levantada por este trabalho – o conteúdo midiático, principalmente em questões geopolíticas, influencia o discurso do professor e o processo de construção do conhecimento geográfico por parte do aluno – foi, em parte, confirmada durante a pesquisa em campo.

Como a Internet é o meio de comunicação mais utilizado pelos alunos que participaram desta pesquisa para obter informações sobre outros países, povos, continentes ou regiões do planeta, é importante que o professor, além de promover a ressignificação crítica dos discursos presentes nos noticiários internacionais da grande mídia, também reflita sobre a influência exercida pelos conteúdos divulgados no meio virtual sobre os imaginários geopolíticos dos discentes.

As redes sociais, devido à fácil acessibilidade, podem se constituir em espaços propícios para falsificações históricas, divulgação de notícias inverídicas e distorções de conceitos e termos presentes no vocabulário geopolítico. Algumas concepções equivocadas que foram apontadas nas respostas dos alunos ao questionário proposto – como a associação entre nazismo e comunismo, a ideia de que o islamismo é um país ou a afirmação de que houve uma grande ascensão de governos comunistas na América Latina no início do século XXI – não estão explicitamente presentes na grande mídia, mas são reverberadas em larga escala nas principais redes sociais. Portanto, é plausível considerar a hipótese de que, além da grande mídia, os textos, imagens e vídeos que estão disponíveis na Internet também exercem grande influência na formação dos imaginários geopolíticos de alunos da escola básica. Consideramos que esta reflexão poderá ser utilizada como base para novos estudos sobre a educação brasileira. Por outro lado, como base nas informações coletadas junto ao questionário aplicado para professores de Geografia da educação básica e nas observações em sala de aula, constatamos que muitos docentes ainda introduzem em sala de aula os materiais produzidos pela mídia sem realizar um planejamento satisfatório, não levam em consideração os conhecimentos prévios dos alunos, não exploram aspectos geográficos dos textos midiáticos e não propõe diálogos entre a Geografia e outros campos do saber.

Ainda de acordo com as respostas ao questionário proposto, percebemos o predomínio de respostas curtas, evasivas e pouco reflexivas sobre o funcionamento básico dos diferentes



tipos de mídias, de maneira geral, e à sua utilização didática, em particular. Esta constatação significa que os educadores ainda têm seríssimas dificuldades em aplicar o material midiático ao ensino de Geografia. Durante as observações em sala de aula tais dificuldades nos ficaram ainda mais claras. Questões importantes como desconstruir as “geografias imaginativas” difundidas por algumas obras cinematográficas, identificar as ideologias que estão nos discursos midiáticos, incorporar materiais da mídia alternativa à prática didática e recorrer ao conhecimento geográfico para a decodificação dos textos midiáticos ainda estão pouco presentes nas reflexões dos docentes. Nenhum educador propôs a utilização de conhecimentos inerentes a outras disciplinas, tanto no processo de decodificação dos discursos midiáticos, quanto para trabalhar conteúdos geopolíticos em sala de aula. A promoção da interdiscursividade entre as diferentes ciências permite compreender a historicidade dos acontecimentos e as possibilidades linguísticas de um determinado texto.

Podemos afirmar que os professores educam *com* a mídia, mas não educam *para* a mídia e *através* da mídia, o que significaria passar da mera utilização instrumental do artefato midiático para a introdução de metodologias didáticas que incentivem os discentes a lerem criticamente os textos presentes nos meios de comunicação de massa. Portanto, a segunda hipótese – os professores de Geografia utilizam o material midiático como mais um recurso didático complementar, e não como objeto de estudo a ser sistematizado em seu conteúdo discursivo – foi corroborada após as análises dos questionários aplicados e das observações feitas em sala de aula.

Em outros termos, os professores, em sua maioria, decodificam criticamente os noticiários geopolíticos da mídia brasileira, porém ainda não conseguem despertar em seus alunos postura analítica similar ou tampouco utilizam em sala de aula metodologias didáticas que procurem identificar possíveis mecanismos ideológicos que estão presentes nos discursos midiáticos. Enquanto tem crescido o número de trabalhos que abordam questões como aplicação de geotecnologias em sala de aula, incorporação de atividades lúdicas à prática pedagógica ou a elaboração de estratégias didáticas para o ensino de cartografia nos anos finais do Ensino Fundamental, o ensino de conteúdos geopolíticos atrelado a materiais midiáticos, por outro lado, ainda é uma área de estudo praticamente inexplorada.

Não obstante, diante das informações coletadas juntos aos professores de Geografia que participaram desta pesquisa, constatamos a grande deficiência apresentada pelos cursos de licenciatura em conceder aos futuros educadores os conhecimentos necessários para que possam refletir criticamente como será realizada a incorporação dos recursos tecnológicos às práticas docentes. 40% dos participantes desta pesquisa não foram formados para entender as relações entre discurso midiático e ensino de Geografia. Nesse sentido, entende-se que é importante a criação de tempos e espaços nas matrizes curriculares que promovam uma formação para compreender as diversas linguagens midiáticas e a necessidade de os professores de diferentes disciplinas auxiliarem os alunos a entenderem como as temáticas trabalhadas em sala de aula estão representadas na mídia.

Considerações Finais

A mídia procura aparentar imparcialidade, porém o repertório lexical por ela utilizada, a concessão de mais espaço a uma notícia em detrimento de outras, a maneira como é desenvolvida a cobertura de um acontecimento, a escolha do título de uma matéria e os critérios para o posicionamento de uma foto são exemplos de posturas que deixam transparecer posicionamentos ideológicos e solapam a ideia de uma possível neutralidade da



informação. Os grandes grupos de comunicação geralmente servem aos interesses de governos ou das empresas que os financiam.

Ao contrário do preconizado pela “Teoria do Espelho”, as coberturas jornalísticas não são reflexos fidedignos da realidade, capturados objetivamente, sem nenhum tipo de interferência do olhar do observador. Os noticiários são construções sociais sobre a realidade que ganham materialidade através de determinadas práticas discursivas. Valores subjetivos e a maneira de conceber o mundo do produtor de uma notícia certamente vão influenciar, de alguma maneira, a construção de seu texto.

Diante dessa realidade, o material midiático não deve ser incorporado no ensino básico como se estivesse pronto e acabado ou tampouco o professor pode transferir para este recurso paradidático a tarefa de ensinar. Agindo dessa maneira, o docente pode levar o aluno a acreditar que o conteúdo vinculado pelos meios de comunicação, por si só, possui legitimidade como portador do conhecimento. Por outro lado, as instituições escolares podem se tornar instâncias privilegiadas para a formação de cidadãos críticos em relação à mídia.

Nesse sentido, é imprescindível que os alunos desenvolvam capacidades intelectuais básicas para processar e refletir sobre o que se lê e assiste nos principais veículos de comunicação. Entende-se assim que cabe ao educador promover a ressignificação do discurso midiático em sala de aula e orientar seus alunos no gerenciamento das informações que estão disponíveis nos principais veículos de comunicação, pois tão importante quanto o acesso à pluralidade de informações disponíveis é acionar os atributos intelectuais indispensáveis para selecioná-las, processá-las, interpretá-las e transformá-las. Utilizar os conceitos-chave da ciência geográfica é condição necessária, porém não suficiente, para a decodificação satisfatória dos conteúdos disponibilizados pelos noticiários internacionais.

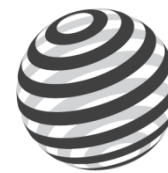
É preciso uma análise transdisciplinar que também recorra, entre outros campos do conhecimento, à História, para se conhecerem as causas dos diferentes focos de tensão; à Economia, para compreendermos as diversas estratégias adotadas para a circulação do capital em âmbito planetário; à Teoria da Comunicação, para se avaliar a complexa relação entre emissor e receptor; à Psicologia, para aferir os impactos subjetivos causados pelas imagens midiáticas e, não menos importante, aos conhecimentos linguísticos que nos permitem decifrar as armadilhas sintáticas, semânticas e pragmáticas presentes em uma forma discursiva. Dito de outro modo, embora possua uma base teórica riquíssima, pois suas categorias de análise também estão constantemente presentes nos noticiários, a Geografia não pode tomar para si a pretensão de esgotar todas as possibilidades de interpretação e análise do vasto material produzido pelos meios de comunicação de massa.

Referências Bibliográficas

ADAS, Sérgio; LASTÓRIA, Andrea Coelho; RICHTER, Julia. A América Latina nos principais temas estruturantes dos livros didáticos de Geografia brasileiros e alemães. **Okara: Geografia em debate**, João Pessoa, v.10, n. 2, p. 291-322, 2016. Disponível em: <<http://www.okara.ufpb.br/ojs/index.php/okara/article/viewFile/31204/16317>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

ADORNO, Theodor W.; Horkheimer, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Revista Educação**. Abril de 1998. In: LEÃO, Vicente de Paula. O uso da mídia no ensino da geografia na educação básica. Belo Horizonte: Faculdade de



Filosofia, Letras e Ciências Humanas Universidade Federal de Minas Gerais, 2003 (Dissertação, mestrado em Geografia).

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: UNESP, 2004.

BULIK, Linda. Globalização da informação: imperialismo ou parceria. O paradigma da informação na era da globalização. **Anais do Simpósio Brasil-Sul de Informação**, Londrina: UEL, p. 47-63, 1996.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 11.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward. **Manufacturing Consent**. New York: Vintage Books, 1994.

DEFLEUR, Melvin L; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain et al. **Mídia e Educação**. Volume IV. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1988.

GILBOA, Eytan. Diplomacy in the media age: Three models of uses effects. **Diplomacy & Statecraft**, v. 12, n. 2, 2002 p. 1-28. Disponível em:
<<http://dx.doi.org/10.1080/09592290108406201>>. Acesso em: 12 out. 2017.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GUIMARÃES, Iara Vieira. (Org). **Espaço, tempo e cultura midiática na escola**: propostas para o ensino de Geografia. Curitiba, CRV, 2016.

HAESBAERT, Rogério. A multiterritorialidade do mundo e o exemplo da Al Qaeda. **Terra Livre**, n. 18, São Paulo, ABG, p. 37-46, jan. jun/ 2002.

HISSA, Cássio Eduardo Viana. **A mobilidade das fronteiras**: inserções da geografia na crise da modernidade. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

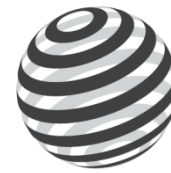
LEÃO, Vicente de Paula; CARVALHO LEÃO, Inêz Aparecida de. **Ensino de Geografia e Mídia**: linguagens e práticas pedagógicas. Belo Horizonte: Argvmentum. 2008.

LEÃO, Vicente de Paula. **O uso da mídia no ensino da geografia na educação básica**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas Universidade Federal de Minas Gerais, 2003 (Dissertação, mestrado em Geografia).

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. In: Martins, Francisco Menezes; Silva, Juremir Machado (org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, p. 19-42, 1999.

SOUZA, Claudia Rocha Fonseca; QUEIROZ, Antônia Márcia Duarte. A utilização dos meios de comunicação no ensino de Geografia. **Revista Eletrônica Georaguiaia**. Barra do



Garças-MT. v2, n.1, p 62 - 85. janeiro/julho. 2012 Disponível em:
<<http://revistas.cua.ufmt.br/geoaraguaia/index.php/geo/article/view/15>>. Acesso em 7 nov.
2017.

PEREIRA, Diamantino. Geografia escolar: conteúdos e/ou objetivos. **Caderno Prudentino de Geografia – Geografia e ensino**, Presidente Prudente, SP, AGB, n. 17, p. 62- 74, 1995.

PINTO, Paulo Gabriel Hilu da Rocha. **Islã, religião e civilização: uma abordagem antropológica**. Aparecida: Editora Santuário, 2010.

PONTUSCHKA, Nídia Nacib. A geografia: Pesquisa e ensino. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org.). **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, p. 111-142, 2001.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1995.

STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia – jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: FAPESP, EDUC, CORTEZ, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

THUSSU, Daya Kishan. **International communication: continuity and chance**. London: A Holder Arnold Publication, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.