

---

Os media exercem o importante papel de regulação social representando, em simultâneo com a família e a instituição escolar, um dos principais agentes responsáveis pela aquisição de estilos de vida.

Os meios de comunicação de massas são vistos pela literatura científica sobre promoção de saúde, como agentes influenciadores, aptos a controlar de modo subtil as audiências no sentido de adoptarem condutas pouco salutareas. De outro modo, a publicidade é vista como um bem social quando estimula a adopção de comportamentos saudáveis e apoia as causas que são apadrinhadas pela promoção da saúde. Assim, se os mass media são denunciados pelo facto de se constituírem como canais de propaganda, são, de outro modo, enaltecidos pela sua capacidade de persuasão, motivo pelo qual são procurados e incentivados a cooperarem ao nível da promoção da saúde.

Os media desempenham seis funções elementares, como sendo:

- a) vigilância sobre o meio ambiente;
- b) difusão de informação;
- c) entretenimento;
- d) transmissão de valores culturais;
- e) oferta de espaços de debate e de formação de opiniões;
- f) abertura de fluxos comerciais, favorecendo os processos de oferta e procura.

A conduta humana e as relações entre os indivíduos são cada vez mais influenciadas pelos vários meios de comunicação. Os conteúdos difundidos (informação, publicidade, entretenimento) assumem-se como fios condutores que organizam a teia sócio-individual. É, no entanto, fundamental que o indivíduo seja detentor de um pensar reflexivo e que saiba observar criticamente as mensagens que o circundam. Neste sentido, Ling (1989) explica o papel influenciador dos media divulgação de representações positivas de estilos de vida pouco saudáveis, tornando-se assim, agentes transmissores de doenças.

Para Pinto (2002), entre a sociedade e os media existe uma relação de influência recíproca e não unilateral. Muitas investigações têm sido feitas nos últimos cinquenta anos e mostram que os media influenciam visivelmente o conjunto da vida social, ao nível dos valores de referência, atitudes, e comportamentos individuais e colectivos.

Do mesmo modo, mostram que esses media são, de certa forma, denunciadores das sociedades de onde emergem e nas quais intervêm. Assim, os media representam a vida individual e social, e são igualmente configurados por ela.

Carlsson (2000) ao realizar uma investigação que tinha como objectivo avaliar de que modo os doentes procuram informação fora do sistema de saúde, declara que a maioria mostra interesse quando este tema é apresentado por jornais, revistas, rádio ou televisão.

---

A este propósito, Rodgers (1999) cita dois estudos. O primeiro estudo refere-se a um inquérito da *Kaiser Family Foundation*, em que 75% dos inquiridos consideravam as revistas como uma fonte de informação relevante no que respeita a temas sobre saúde, em concreto com sida, cancro da mama, aborto e gravidez.

O segundo estudo, um inquérito do National Health Council realizado em 1998, expõe que os media representavam a principal fonte de informação para a população saudável com idades compreendidas entre os 18 e os 59 anos de idade. No entanto, para os doentes que padeciam de doença crónica, o médico era considerado a primeira fonte, seguindo-se a televisão, as revistas e a imprensa.

Existia também uma percentagem de inquiridos (82%) que acreditava que as notícias de saúde disponibilizadas pelos meios de comunicação de massas, favoreciam na obtenção de uma vida mais saudável e 58% consideravam que tinham alterado comportamentos em consequência da mensagem que leram ou ouviram.

Ainda o mesmo autor descreve que existe uma discrepância entre o sentido que os investigadores e clínicos atribuem à informação disseminada pelos mass media e o valor que lhes é conferido pelos que as vêem, ouvem ou lêem. Neste sentido, verificamos que o discurso construído pelos media sobre doenças e assistência à saúde pode provocar confusão, falha na percepção da mensagem e, conseqüentemente, induzir a práticas perigosas por parte dos consumidores.

Dos vários media existentes destacamos aqueles que são pertinentes para o nosso estudo. Imprensa A imprensa é o media mais antigo. A mesma palavra designa o instrumento, isto é, a máquina de imprimir inventada por Gutenberg e a sua utilização pelo homem ao longo dos séculos. Entre 1830 e 1870, a imprensa inventou a informação de actualidade, ao mesmo tempo que conferiu aos jornalistas o seu papel: transmitir o que acontece (Balle, 2003). O primeiro jornal português surge em 1641 e intitula-se de Gazeta.

Este projecto durou seis anos, tendo encerrado em 1647 (Estrela, 2004). Como esclarecem Gregory & Miller (2000), a informação pública no domínio da saúde tem sido alvo de uma importante evolução, paralelamente à que tem observado ao nível dos diferentes media. A maioria dos estudos realizados no âmbito da problemática da divulgação da ciência nos meios de comunicação de massas, tem sido praticada com jornais e revistas, por ser o modo mais eficaz e económico de estudar um media. Nos últimos anos, tem vindo a ser possível observar-se a presença frequente de secções específicas dedicadas à saúde, em revistas e jornais.

Assim, a imprensa escrita representa cada vez mais um importante veículo de transmissão de informação, constituindo um agente em matéria de adopção e alteração de estilos de vida. Santos (1997) atribui à comunicação social e nomeadamente à imprensa escrita, depois da televisão, um papel

---

relevante na formação e consciencialização da opinião pública. O autor acentua o facto de os jornais desempenharem um importante papel na educação e na prevenção da doença.

Como explica McLuhan (1964/2007), o tema maciço da imprensa só pode ser discutido por contacto directo com as estruturas formais do meio particular. O jornal induz à participação comunitária e tem a possibilidade de conferir determinada matiz aos acontecimentos. É a frequente exposição comunitária de múltiplas ocorrências, que atribui ao jornal a sua complexa dimensão de interesse humano. Rádio A rádio entra verdadeiramente na história dos media durante a Primeira Guerra Mundial.

Em poucos anos, a rádio torna-se o primeiro media sonoro acessível a toda a gente. Em Novembro de 1921, é transmitido o primeiro jornal radiofónico, a partir da Torre Eiffel (Balle, 2003). A informação é difundida por meio da criação de espaços para debate de ideias e opiniões. Incentiva-se à participação do ouvinte, inicialmente através do telefone e mais recentemente por via e-mail (Monteiro et al., 2006). McLuhan (1964/2007) salientou as vantagens particulares da rádio ao assegurar o seu poder de envolvimento em profundidade.

É algo que se manifesta no uso de música ouvida em auriculares por parte das pessoas, no sentido em que lhes permite uma alienação das multidões, reportando-as para um mundo íntimo e particular.

A rádio afecta as pessoas pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação pouco evidente entre o escritor-locutor e o ouvinte. McLuhan (1964/2007) realça o significado da rádio, afirmando que esta tem o “poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco” (p. 337). Televisão A televisão marcou o século XX.

Entre 1950 e 2000, a sua aventura está associada aos progressos da técnica e a todos os combates pela liberdade. A “Janela aberta para o mundo”, devido à existência de redes cabo e satélites, este media está cada vez mais difundido (Balle, 2003). Segundo Kerckhove (1997) a televisão fala ao corpo e não à mente. Ainda para este autor, se o ecrã de vídeo tem um impacte tão directo sobre o sistema nervoso e as emoções, e tão poucos efeitos sobre a mente, então isto significa que a maior parte do processamento da informação se realiza no ecrã.

Como praticamente em todo o mundo, a televisão é actualmente em Portugal, um aparelho com grande importância e interferência na vida da maioria das pessoas. Grilo (2006) denota que esta influência é praticada através de um “sistema” que faculta aos telespectadores um conjunto de programações que reproduz um cenário consternador e muito pouco instrutivo ética, moral ou esteticamente. Para Kerckhove (1997) a televisão prefere a repetição à análise e o mito ao facto.

---

A maioria das mensagens transmitidas nos noticiários ou documentários é pré-digerido e apresentado num formato estereotipado para uma observação rápida. As mensagens sobre medicina e saúde, nos Estados Unidos da América e Inglaterra, são predominantemente transmitidas através da televisão, por meio de notícias e de programas de entretenimento. As doenças de risco são frequentemente difundidas em noticiários e programas jornalísticos.

Se por um lado, políticos e jornalistas, nos Estados Unidos da América, sugerem que é a cobertura jornalística sobre factos médicos que influencia o telespectador na sua educação e no seu conhecimento sobre as questões de saúde, por outro, outros profissionais dos mesmos grupos consideram que a televisão enfatiza visualmente os factos, desvalorizando importantes patologias e sobrevalorizando outras que teriam menor sentido (Greenberg & Wartenberg, 1990).

A televisão serve de modelo, determina a importância das notícias e fixa os temas da actualidade. Este media dita a norma, impõe a sua ordem e obriga, particularmente, a imprensa escrita, a segui-la (Ramonet, 1999/2000). A televisão impõe aos outros meios de informação as suas próprias perversões e, acima de tudo, a sua atracção pela imagem.

Como declara Ramonet (1999/2000) o que não é visível, não merece ser alvo de informação. Do mesmo modo, o que não é visível, não é televisivo e, portanto, não existe do pondo de vista mediático. Grilo (2006) afirma que em Portugal, onde mais de 70% da população não tem a escolaridade básica e em que são baixos os índices de literacia, a televisão exerce uma influência sobre a população com muito maior impacto do que aquela que ocorre em países cujo nível educacional é superior.

O autor considera ainda que a televisão é um factor de deseducação e de dissipação de alguns valores, que constituem os pilares de desenvolvimento e formação das crianças e dos adolescentes. Brookfield (1990), num estudo desenvolvido por Ridley em 1983 acerca das percepções dos adultos do mundo político, mostra que estes o consideram uma dimensão separada, onde os espectadores assumem uma observação passiva.

Na perspectiva de Brookfield (1990) “a televisão, em particular” não é um rio de mensagens, símbolos e imagens, no qual mergulhamos ocasionalmente; mas sim um oceano onde se nada perpetuamente” (p. 235). Este autor explica que, da mesma forma que é importante desenvolver a capacidade de questionar a exactidão das convicções e o conhecimento transmitido através da televisão é, igualmente, necessário questionar a fonte e a precisão das nossas próprias suposições.

Bourdieu (1997/2005) explica que um fenómeno importante e que era de difícil previsão – foi a extensão da influência da televisão ao conjunto das actividades de produção cultural, científica ou artística. Actualmente, este media levou ao extremo uma contradição que aterroriza todos os universos de produção cultural – a contradição presente entre as diferentes condições

---

económicas e sociais em que tem de se estar colocado para se poder produzir um certo tipo de obras. A televisão leva ao extremo esta contradição na medida em que sofre, mais do que os outros meios de difusão de informação, a pressão do comércio por intermédio dos níveis de audiências. Internet A Internet não existe como entidade legal e não está subordinada a qualquer conjunto particular de leis ou regulações nacionais.

Apesar de ser aceitável classificar a Internet como um meio de massas, a sua difusão é circunscrita e ainda não adquiriu uma definição clara das suas funções (McQuail, 2003). A singularidade deste meio de comunicação reside na associação presente entre diferentes formas de expressão, de representação ou de comunicação e a possibilidade que oferece de “navegar” livremente, consoante o gosto particular de cada indivíduo. Segundo Dias (2005) o acentuado crescimento de informação observado na Internet, configura-se como um instrumento eficaz para a difusão rápida e actualizada sobre saúde.

Embora a Internet esteja a despontar como fonte de credibilidade crescente de informação sobre saúde, nem sempre tal se verifica, pelo que não surpreende o aparecimento de um elevado número de informações de validade ambígua ou duvidosa. O ecrã da Internet preenche o espaço vazio causado pela frustração da não satisfação dos requisitos da sociedade fugaz, competitiva e implacável onde vivemos e onde impera a indiferença de massa.

Queremos ser eternamente jovens e produtivos, vivemos a apoteose do consumo na esfera privada e aproveitamos os modelos de vida oferecidos pela Internet e pela televisão que nos fomentam a feição narcisista. A compaixão, o amor e a mágoa encontram um escape na realidade difundida pelos ecrãs que funcionam como aparelho terapêutico da sensibilidade humana.

Publicidade A publicidade é um fenómeno complexo que não se consome na dimensão essencialmente económica que melhor a qualifica, ela assume outras dimensões – comunicativa, psicológica, sociocultural, ideológica – que estão associadas entre si e baseadas em dimensões técnico-científicas que a tornam mais eficaz. Os efeitos da publicidade não são apenas económicos, são também sociais, culturais e políticos.

Estrela (2004) assegura que se a publicidade tem sido um factor de transformação social, ao colaborar na mudança de atitudes, condutas e valores que conduzem a uma cultura de consumismo e a uma dada standardização de tendências, desejos e ambições. A publicidade está presente no nosso quotidiano e pode modificar o ambiente físico em que estamos inseridos, tornando-o mais ou menos alegre.

No seu estudo sobre a publicidade, Williamson (1978, citado por McQuail, 2003) aplica o conceito de “ideologia” para caracterizar a relação utópica das pessoas com as suas condições de existência reais. Para este autor, o trabalho ideológico da publicidade é alcançado (com a colaboração do espectador da publicidade) pela transferência de conteúdos importantes acerca da experiência para produtos comerciais e, dessa forma, para nós mesmos.

---

Um exemplo de campanha publicitária é a realizada em 1993 (troca de seringas). Apesar do forte dispositivo mediático da agência governamental, a campanha também despertou uma intensa luta de fontes não oficiais. A rivalidade entre agentes sociais nas agendas mediática, política e pública, obriga a que cada um deles desenvolva estratégias de promoção para dar visibilidade a actividades e objectivos, ampliando a rivalidade entre as fontes e o consequente interesse jornalístico (Santos, 1997).

A Utilização dos Media em Sala de Aula Desde Gutenberg, o livro representa o auxiliar privilegiado do professor e do aluno, e a televisão, entre 1960 e 1970, invade a sala de aula (Balle, 2003). A escola, a família e também a religião, compartilharam durante muito tempo as funções da educação. Desde o final do século XIX até meados do século XX, nenhum dos media tentou entrar no campo da educação.

Só foram forçados a fazê-lo com os regimes totalitários (soviéticos, nazis e fascistas) que os colocaram ao serviço exclusivo da sua propaganda. Balle (2003) explica que a televisão, nos anos 50, vem reformar o panorama sendo esta o primeiro media a desafiar as instituições tradicionalmente vocacionadas para a educação. Os professores começam a inquietar-se com os atentados da televisão à sua autoridade, ao seu prestígio junto dos alunos. Surgem confissões de impotência por parte dos professores que se sentem intimidados com a competição de um instrumento atraente e de imediata satisfação, como é a televisão.

A televisão é estabelecida “escola paralela”, subentendendo que designa que este media deve partilhar com a escola uma carga que se convertera demasiado pesada para ela. As televisões escolares ou educativas surgiram em todo o mundo entre 1960 e 1970. Nos países ricos e também nos mais desfavorecidos, os novos canais cumpriram as suas promessas. Um exemplo é o programa Rua Sésamo, tendo contribuído para o ensino do alfabeto a dezenas de milhões de crianças (Balle, 2003).

A partir de 1990, os multimédia vão mais longe do que a televisão no campo da educação, aprendendo em simultâneo com os seus insucessos. Através da utilização do CD-Rom ou do DVD, ou pela ligação a uma rede, os multimédia têm a vantagem de possibilitar a individualização do percurso da aprendizagem na medida em que o aluno trabalha ao seu próprio ritmo (Balle, 2003).

Os multimédia representam, para os professores, um verdadeiro assistente e insubstituível estimulante. Permitem uma acção pedagógica activa, cedendo ao professor o plano personalizado dos obstáculos encontrados por cada aluno, incitando-o a ultrapassá-los com os seus próprios meios, sem se afastar dos seus colegas (Balle, 2003).

Como afirma Freixo (2002) a questão da utilização dos mass media no processo de ensino e aprendizagem, representa uma meta que todos aqueles

---

que se preocupam com o estudo das novas tecnologias de aprendizagem defendem, como resposta à crise que se vive no seio da escola.

As hesitações existentes entre a escola e os professores no que concerne ao uso ou não desses meios (jornais, rádio, televisão, Internet...) tem como precedente a integração dos meios audiovisuais no ensino (retroprojector, gravador áudio, filmes,...) que data do pós-guerra e, sobretudo, dos anos 70.

Como esclarece Freixo (2002), torna-se essencial que a introdução dos diferentes media no ensino, seja acompanhada com a exigência de uma formação de professores nos domínios técnico e pedagógico. O professor, para além de dominar a manipulação dos instrumentos técnicos, deverá também conhecer os aspectos pedagógicos da exploração do documento. Neste sentido, é de igual modo importante que como educador reflexivo, o professor, estimule os alunos ao exercício da reflexividade na prática. Educá-los no sentido do confronto com problemas reais que necessitem de descodificação e proporcionar momentos de levantamento de hipóteses, experimentação e verificação. O aluno tenderá à adopção de um sentido crítico face às mensagens transmitidas pelos diferentes media.

No que respeita à utilização da televisão na educação, Pinto (2002) alude que há quem o faça para ajudar os alunos a conhecer o bom e o mau, sabendo distingui-los, na base de normas morais determinadas previamente. Existe também quem enalteça, na abordagem do universo televisivo, as dimensões expressivas e comunicativas, pretendendo fomentar entre os alunos actividades que os levem a viver desafios do campo estudado. É, pois, significativa a diversidade de possíveis orientações sobre a aplicação da televisão em contexto educativo.