

Seminário

Guillermo Orozco Gómez

**Ana Carolina Rodrigues | Karoline Nascimento
Mariana Lemos | Patrícia Jatobá
Raquel Gattermeier | Vinícius Casimiro**

Origem e trajetória



Guillermo Orozco Gómez é professor do departamento de Comunicação da Universidade de Guadalajara, no México.

Integra a Academia Mexicana de Ciências e é diretor de cátedra da UNESCO na área de alfabetização midiática e diálogo intercultural.

Orozco é graduado em Ciências da Comunicação na Universidade Jesuíta de Guadalajara e possui mestrado e doutorado em Harvard, na área da Educação.

Origem e trajetória



Vendo a importância da pedagogia para o diálogo e construção de saberes, Orozco fez seu mestrado e doutorado na Universidade de Harvard na área da Educação, buscando fazer a interface comunicativa.

De volta ao México, em 1985, começou a estudar a recepção midiática. A hipótese principal em sua tese era a importância da televisão para processos educativos com crianças, mesmo quando esta não tem intuito de educar.

Realizou estudos dos programas educativos e não-educativos, sobretudo na América Latina, para entender os projetos pensados para a nossa região, a partir do imperialismo.

Principais áreas de investigação

- Análise de processos de recepção e interação do audiovisual;
- Alfabetização midiática e da informação, tendo em vista as audiências e os internautas;
- Análise da ficção televisiva e da “TVmorfosis”;
- Desenvolvimento de metodologias de mediações em processos comunicativos-educativos.

Vila Sésamo



No ano de 1972 Orozco teve acesso ao seriado Vila Sésamo, um programa de televisão infantil norte-americano que se espalhou pelo mundo, sobretudo pela América Latina.

Na época ele ainda era graduando em Comunicação e identificou na proposta do seriado algo inovador e atrativo como um produto que tinha princípios educativos a partir de um produto midiático.

Foco de atuação



Para Orozco é de extrema importância saber quem é o público “receptor” para que assim se possa direcionar melhor o intuito da comunicação educativa.

Com o avanço das tecnologias, sobre os meios de comunicação analógicos, Orozco desenvolve formulações em relação a interatividade do público com o conteúdo da comunicação.

Análises das recepções televisivas

(O telespectador frente à televisão (2005) e
*Educomunicação: recepção midiática,
aprendizagens e cidadania* (2014))

O que a TV faz com
o telespectador?

O que faz o telespectador
com a TV?

Como se realiza a interação
entre a TV e o telespectador?

Recepção Televisiva de Primeira Ordem

- O telespectador **não** é passivo;
- Processo varia de acordo com as mediações.
- A sequência e velocidade variam de acordo com a questão sociocultural;

Recepção Televisiva de Segunda Ordem

- Telespectador além da tela. Não é necessário contato direto.
- A interação começa antes de ligar a TV e não termina quando a desliga.
- Recepção “muda de local”.
- Interação através de recordações.



Estar e ser como audiência

“Ser audiência significa interagir com os outros e com o outro, mediados por dispositivos técnicos de comunicação, em grande parte audiovisuais.”

Possíveis enfoques das análises de recepção

- Novas maneiras de estar como audiência devido às novas tecnologias;
- **Comunicação monocanal** x **Comunicação multicanal**
- Ficar longe das novas tecnologias é estar excluído da cultura contemporânea.



Mediações

(Medios, audiencias y mediaciones (1997) e
*Educomunicação: recepção midiática,
aprendizagens e cidadania* (2014))

Como se constrói a influência dos
meios de comunicação?

Qual é o papel das mediações?

Como se realizam as múltiplas
mediações?

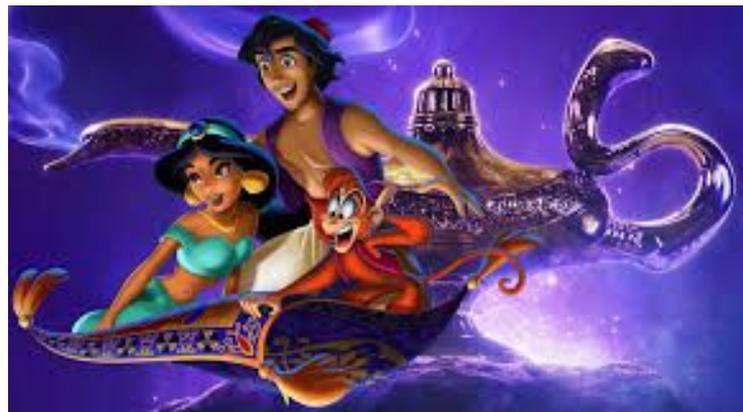
Medios, audiencias y mediaciones (1997)

INFLUÊNCIAS E EFEITOS DOS MEIOS

- Para além dos efeitos "bons" ou "maus", Orozco considera que os meios exercem uma influência variada sobre as audiências, em diferentes níveis (afetivos, racionais, atitudinais, informativos etc).
- Os meios, por sua vez, afetam diferentes dimensões da vida, como a realidade, a fantasia, o prazer, a responsabilidade, o fazer e o pensar.



Cena do filme *Orgulho e preconceito*, 2006.



Cena do filme *Aladim*, 1992.

Medios, audiencias y mediaciones (1997)

INFLUÊNCIAS DOS MEIOS E SEUS LIMITES

- A influência dos meios não ocorre por imposição violenta, mas se realiza sutilmente, devido a diferentes fatores, como:
 - a) a ausência de mecanismos jurídicos que regulamentam seu funcionamento;
 - b) a ausência de mediadores que contraponham sua influência, como a escola e a família;
 - c) a ausência, de modo geral, de possibilidades para as audiências desfrutarem de tempo livre, devido às condições de sobrevivência e a outros fatores, como violência, insegurança etc.
 - d) as condições indicadas acima também prejudicam o consumo de outras opções de lazer e sociabilidade pela população, como parques, exposições, festivais, shows, que, em vez de se diversificarem e ampliarem sua atuação, se constroem, fortalecendo, indiretamente, a influência cultural dos meios.
- Apesar de os meios terem adquirido grande importância e centralidade no mundo contemporâneo, paradoxalmente, são as audiências, as sociedades mesmas, que podem impor limites aos meios, fazendo com que estejam a seu serviço, em vez do contrário.

Medios, audiencias y mediaciones (1997)

MEDIAÇÕES

- Com base no pensamento de Martín-Barbero, Orozco define as **mediações** como *o lugar onde se confere sentido à comunicação*. *Os mundos do trabalho, da política, da produção cultural, são então fontes de mediação dos processos comunicativos*. Além dessas, existem várias outras, como:
 - a) as **dimensões identitárias** da audiência, como a etnia e o gênero;
 - b) as **instituições sociais**, organizações e movimentos frequentados pelos indivíduos e grupos;
 - c) **os próprios meios**, com suas determinações políticas e econômicas, suas lógicas de produção e transmissão, estilos etc.
 - d) **as próprias audiências**, tanto como membros de uma cultura e de comunidades de interpretação, seus repertórios, esquemas mentais e modos de atuação social.

Mais que na emissão, é no longo e complexo processo de recepção que se produz a comunicação, que se confere sentido a ela.

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

AUDIÊNCIA, RECEPÇÃO E MEDIAÇÕES

- “Os sujeitos, na qualidade de **membros de uma audiência**, concretizam 'estratégias televisivas' inspiradas em primeiro lugar no que lhes é característico como indivíduos para, em seguida, concretizar também '**contratos de recepção**' (leitura ou escuta) **a partir de onde se conectam com os de outros**, formando 'comunidades de apropriação e de interpretação’”.
- Assim, “a recepção, por mais individualizada que pareça, é um **processo altamente culturalizado**, na medida em que a sobrevivência supõe ter grupos de interlocução, em cuja ressonância se experimenta e qualifica a experiência”.

As recepções televisivas implicam altas cargas significantes próprias de comunidades ou de segmentos culturais nos quais os sujeitos, como indivíduos, estão incluídos e se desenvolvem.

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

FONTES DE MEDIAÇÃO: IDENTIDADES E PERCEPÇÕES

- Identidades precárias ou **momentâneas**: relacionadas a eventos passageiros, “da moda”.
- Identidades **profundas** (nacionalistas, históricas, políticas, contextuais).
- Mediação perceptiva:
 - Associação de programas de televisão a dimensões educativas, ainda que não tenham esse direcionamento.
 - Desvios de sentido e de estilo às intencionalidades dos produtos culturais.



Eleições nos EUA (2020).

Desenvolvimento da percepção: *o visual e o auditivo, o sensorial, o simbólico, o estético, o emocional e o racional se põem em jogo, configurando um processo cognitivo-afetivo-significante. Os sujeitos-audiências vão definindo, a seu modo, os sentidos de diversos programas televisivos, mesmo transgredindo os sentidos conferidos pelos produtores e emissores.*

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

A MEDIAÇÃO INSTITUCIONAL: TV E OUTRAS INSTITUCIONALIDADES

- A televisão **não é a única** instituição ante a qual interagem as audiências. Estas se encontram sempre inseridas em diferentes instituições e institucionalidades, a partir de onde também são medidas.
- O intercâmbio cotidiano das audiências com a própria televisão, realiza-se **simultaneamente no interior de várias instituições**: laboral, distrital, escolar, política, religiosa, entre outras.

A transformação paulatina dos parâmetros do que é relevante saber, do que se assume como divertido, perigoso, ameaçador, sedutor, importante ou banal, ou do que constitui notícia ou do que é educativo, substancia a mediação institucional televisiva, que cada vez mais focaliza o espetáculo como proposta de consumo.

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

INSTITUCIONALIDADES:

- Política/Políticos
 - espetacularização midiática do político;

Modificada a partir do mercantil-espetacular, a política continua exercendo uma mediação vasta nos sujeitos-audiências, reorientando seu status de cidadãos para o de consumidores, oferecendo escândalos e diversões para [...] ganhar sua aprovação e seus votos.



Impeachment de Dilma Rousseff (2016).

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

INSTITUCIONALIDADES:

- **Família/Familiaridades**
 - transformações no universo familiar nas sociedades contemporâneas: papéis femininos e masculinos; cotidiano familiar e outras formas de sociabilidade.
 - crescimento da influência das mídias na formação das crianças e dos jovens.



A Força do Querer (2017).

A televisão introduz e redimensiona as legítimas aspirações de gênero de seus membros, mas reforça as necessidades do capital ao apresentar modelos de homem e de mulher, e papéis femininos e masculinos propícios para a expansão do mercado. Apesar disso, nessa exposição se infiltram outros modelos diferentes [...], que desafiam as posições identitárias tradicionais da família e de seus membros.

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

OUTRAS INSTITUCIONALIDADES:

- Instituições religiosas;
- Direitas e esquerdas;
- Movimentos ecológicos, feministas, LGBT, étnicos etc.

A partir de seus projetos de intervenção política, cultural, social ou racial [...] exercem uma influência crescente em amplos setores sociais em muitos países. A maioria desses projetos implica uma alta dose de uso de meios [...] para subsistir e tornarem-se viáveis. A partir de suas mundivisões e objetivos, emanam posicionamentos com relação ao midiático.

Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania (2014)

O desafio pedagógico que as diversas mediações institucionais apresentam às sociedades contemporâneas ultrapassa o âmbito estritamente escolar [...] e se situa em todo o espectro cultural-educativo-comunicacional-político.

Os partidos, as organizações culturais, perante essa macromediação das instituições, encontram uma arena de conflito e de debate, de redesenho das políticas sociais. As sociedades enfrentam, acima de tudo, a necessidade de uma “pedagogia política” inclusiva, que redunde em uma educação integral dos sujeitos como audiências múltiplas [...] e membros simultâneos de várias instituições que irremediavelmente estão, queiramos ou não, entrecruzadas pelo televisivo.

Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos (1993)

(Palestra apresentada no *Seminário de Análises sobre Política Educativa*, em 1993, no México.)

Desafios que os MCM (Meios de Comunicação de Massa) impõem à educação.

Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos (1993)

DESAFIO 1: CONTEÚDOS INFORMÁTICOS DOS MCMS

- Os MCM's fazem circular informações de acordo com o objetivo ideológico.

DESAFIO 2: FORMAS DE CONSTRUÇÃO, APRESENTAÇÃO E TRANSMISSÃO DAS MENSAGENS NOS MCMS

- Novo tipo de linguagem surge: a **VIDEOTECNOLÓGICA**, com finalidade de **espetáculo**.
- O **espetáculo** predomina nos MCM's.

DESAFIO 3: ESTÁ NOS RECURSOS TÉCNICOS, INFORMÁTICOS, DIDÁTICOS, ECONÔMICOS E DE DISTRIBUIÇÃO QUE OS MCM'S TÊM E UTILIZAM PARA ALAVANCAR SUA REDES E EMPRESAS

- Os MCMs são inovadores.



TV CULTURA resiste no Brasil.

Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos (1993)

ESCOLA X MCM: UMA COMPARAÇÃO DESFAVORÁVEL

- Uso somente de livros é insuficiente.
- Os alunos preferem a TV do que a escola.
- As crianças passam mais horas vendo tv do que em sala de aula.
- Elas aprendem mais rápido dos diversos meios de comunicação do que do professor escolar.

DESAFIO 4: RELEVÂNCIA EDUCATIVA ENTRE O QUE FAZ A ESCOLA E O QUE OFERECEM OS MCM À CRIANÇAS PARA SUA VIDA DIÁRIA

"Junto com todo o lixo, violência, antivalores e saturação informativa que os MCM nos trazem, chega também um conjunto de mensagens e programas que constituem um estímulo para a imaginação, a aprendizagem e para a vida." (Orozco, 1993)

- Os MCM's são uma "janela para o mundo"

Professores e meios de comunicação: desafios, estereótipos (1993)

JOGAR OU NAO JOGAR - SER MEDIADORES, ESSA É A QUESTAO

- Negar ou relativizar a influência dos MCM não é uma estratégia boa.
- É preciso **combater estereótipos**:
 - Pensar que os MCM, principalmente a TV, são uma "caixa idiota".
 - "Os educadores acham que a escola é a única instituição legítima para educar".
 - "Educar é coisa séria".
 - Considerar que os jovens são telespectadores indefesos/passivos frente às mensagens dos MCM.

PROPOSTAS DE INTERVENÇÃO PEDAGÓGICA FRENTE AOS MCM's

- O professor conversar com os alunos sobre aquilo que viram na tv no dia anterior.
- Educação na linguagem da imagem e a oportunidade de expressar-se e desenvolver suas capacidades comunicativas,



Educomunicação: recepção midiática, aprendizagem e cidadania (2014)

A EDUCAÇÃO NO CONTEXTO COMUNICACIONAL DO SÉCULO XXI:

- Entender a “**condição comunicacional**” do nosso tempo:

de receptores desprovidos de poder frente aos MCM's autoritários (1993)



produtores e emissores comunicacionais (2014)



- Passagem da **audiência** (sem poder) para o de **usuários**, os “**PROSSUMIDORES**”.

OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DO EDUCOMUNICADORES

- Imprescindível formar audiências críticas também para **emissão** e **produção** criativas.
- Ensinar os participantes a serem comunicadores críticos.

Comunicação, Educação e novas tecnologias (1999)

- **Racionalidade eficientista** (ou racionalidade hegemônica): que é apenas inserir a tecnologia na educação supondo que isso irá melhorar o ensino. E aí focando apenas no conteúdo e não no aprendizado em si.
 - O tecnicismo só não garante uma melhor educação e não necessariamente a aprendizagem melhora com as novas tecnologias.
 - Precisaria haver uma sensibilização dos usuários à educação através dos meios
 - Cada meio supõe uma alfabetização para ele.
-

Comunicação, Educação e novas tecnologias (1999)

RACIONALIDADE DE RELEVÂNCIA

- Trata-se de tomar o meio tecnológico como objeto de estudo e análise.
- Foco é no aprendizado e não no ensino ou no conteúdo.
- Muda-se a orientação pedagógica, levando em conta a interação do alunos com o meio tecnológico e seus históricos.
- A partida para o processo de ensino-aprendizagem é o sujeito educando e seu contexto.

PAPEL DO COMUNICADOR

- Produzir conteúdos focados no educando;
- explorar todos os elementos que incidem na sua recepção;
- explorar ferramentas e maneiras de comunicar que os professores não podem por barreiras puramente profissionais.

Diferentes aprendizagens para novas tecnologias (2014)

(Do livro *Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania*, de 2014)

"A prática do videogame produz diversas aprendizagens importantes e significativas, inclusive cheias de novidades (Prensky, 2001b; Gee, 2005), visto que envolvem habilidades e reflexões em áreas do pensamento ou relacionadas a outras "inteligências" (Gardner, 2004) que, tradicionalmente, não se estimulam a partir das aprendizagens formais da escola. No caso, seriam o pensamento hipotético e dedutivo (Johnson, 2001), o pensamento prospectivo (Rayala, 2005) ou simplesmente o pensamento criativo". (Orozco, 2008, p. 54)

Diferentes aprendizagens

DIFERENTES APRENDIZAGENS

- Aprendizagem formal, não formal e informal.
- Aprendizagem racional, afetiva, emocional, sensorial.
- A aprendizagem se dá na vida, a aprendizagem se dá no mundo.
- “Pode-se afirmar que se aprende sempre e ao longo da vida”, (Orozco, 2014, p. 55)

Diferentes aprendizagens para novas tecnologias (2014)

A PROBLEMÁTICA E O POTENCIAL DAS APRENDIZAGENS NÃO FORMAIS

"A maioria das aprendizagens atuais resulta das interações com diversos referentes e, em especial, com as telas e seus dispositivos tecnológicos." (Orozco, 2014, pg. 55)

"Hoje, mais do que nunca, é necessário reconhecer que a aprendizagem transcende o ensino. Em qualquer caso, é preciso entender que somente um tipo de todas as aprendizagens possíveis, o que é estritamente uma aprendizagem formal, está sujeito à necessidade de ensino." (Orozco, 2014, p. 55)

Diferentes aprendizagens para novas tecnologias (2014)

A NOVA DENSIDADE DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

"(...)Interatividade. Essa qualidade permite, de maneira definitiva, situar o usuário da tecnologia como produtor, construtor, gerador de informação, como iniciador de processos, como fonte e ponto de partida de conhecimentos, como emissor e não apenas como receptor e consumidor da informação que se oferece nas diversas telas. (Orozco, 2009; Cebrián, 2006)." (Orozco, 2014, p. 56)

"Toda recepção supõe interação com o conhecimento, consigo mesmo, com os outros, com a experiência, com o mundo, a partir de cenários sociais e culturais específicos." (Ibidem)

Diferentes aprendizagens para novas tecnologias (2014)

UMA PERSPECTIVA LÚDICO-PEDAGÓGICA PARA TRABALHAR COM VIDEOJOGOS (E NOVAS TECNOLOGIAS) EM PROCESSOS EDUCATIVOS

- Brincar não pode se distanciar de aprender. Divertimento e aprendizado não podem se excluir.
- "O videogame leva o jogador a 'aprender a aprender'. Isto significa que o jogador aprende a relacionar informações para conseguir um objetivo, que aprende a antecipar consequências, a inferir e a deduzir as mesmas regras não dadas, mas necessárias para continuar jogando-aprendendo (Johnson [Steve], 2005)."

Diferentes aprendizagens para novas tecnologias (2014)

REAPRENDENDO COM VIDEOJOGOS: USAR A APRENDIZAGEM FEITA CONSCIENTEMENTE EM CONTEXTOS OU CENÁRIOS DIVERSOS

- Zona proximal: Vygotsky e Paulo Freire (problematizar um conhecimento imanente)
- Exemplo do jogo SimCity.

"É educar para a vida, não somente para ser aprovado em um ano escolar ou passar com boa qualificação numa disciplina, ou saber um pouco mais de algo ou sobre alguém. Facilitar aprendizagens, mas também reaprendizagens, é, talvez, a meta prioritária de um educador crítico. Os videogames são, pois, um cenário e ao mesmo tempo um material e uma ferramenta inestimável para isso" (Orozco, 2008)

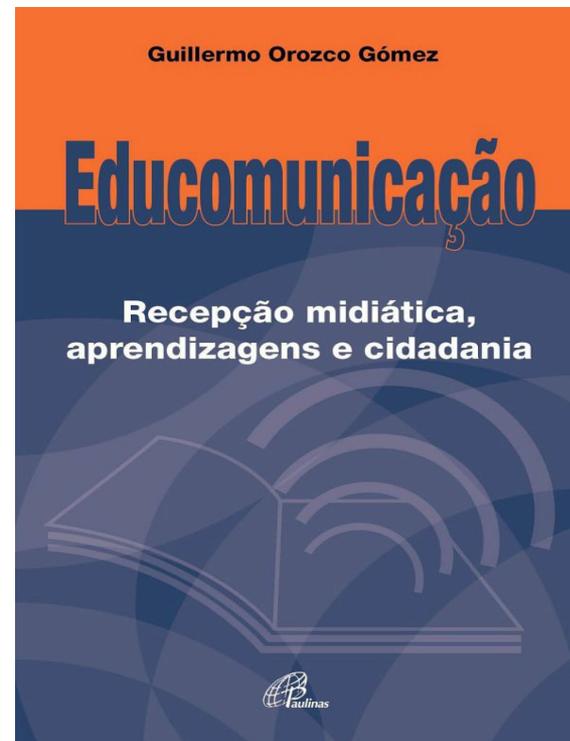
Estudos Culturais latinoamericanos

“O telespectador não nasce, se faz.’ Vinte anos depois de Televisão e produção de significados, de Guillermo Orozco”

(epílogo escrito por Darwin Franco e Rodrigo González para livro *Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania*, 2014)

“A influência dos estudos culturais no autor não somente foi importante, mas vital, porque, através de instrumentalizar sua visão sobre o consumo cultural e os mecanismos simbólicos de resistência e de apropriação, lhe foi possível pensar que a televisão, longe de ser um instrumento de controle total, como estava então em voga, é uma densa instituição multimidiada, em que se verificam diversos tipos de negociações e tensões entre os receptores e as propostas de sentido que esta veicula.”

(*Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania*, 2014)



Artigo **Stuart Hall, a partir da e na América Latina**, de Daniel Mato

- Estudos Culturais não foram absorvidos passivamente na América Latina.
- Beatriz Sarlo rejeita o rótulo mas reconhece valor da obra de Hall e Raymond Williams
- Barbero diz que ignoravam pressões econômicas na esfera cultural. Método das múltiplas mediações de Orozco reverbera essa contra-argumentação.



Stuart Hall



Escola de Birmingham

Orozco sobre Estudos Culturais

- “Os Estudos Culturais desenvolvidos originalmente a partir da Universidade de Birmingham incorporaram toda a produção cultural, **legitimando os significados das audiências** e abolindo a divisão entre alta cultura e cultura popular, entre cultura letrada e cultura profana.”
(OROZCO, 2014, p.43)
- “Eu mesmo me refugiei na perspectiva da Escola de Birmingham, para evitar reducionismos e funcionalismos na exploração de todas as interações comunicacionais. Contudo, a cultura e os culturólogos intrometeram-se demasiado, para meu gosto, em um campo que não lhes pertence totalmente, nem se reduz ao hermenêutico ou ao identitário. Esse é um problema maior. **Muitos quiseram excluir o papel e, principalmente, o peso dos meios e da tecnologia na mediação da comunicação.** De repente, parecia que tudo se tornara significado e interpretações, e se havia acabado a materialidade, essas outras presenças carregadas de sentido e capazes de influenciar os processos comunicativos. Em grande parte dos estudos latino-americanos de comunicação desaparece a **tecnicidade** e a capacidade de mediação próprias de cada dispositivo ou tela. Reduz-se a presença do **gênero de programa** enquanto marco e também a força do formato audiovisual como dispositivo comunicativo.” (OROZCO, 2014, p. 20)

Artigo **Estudos culturais latino-americanos e Jesús Martín-Barbero,** de Ana Carolina Escosteguy

“(…) o importante é assumir um posicionamento, situado num **campo interdisciplinar**, que busque compreender, evidenciar e intervir, a partir de um enfoque contextual, sobre determinadas articulações entre o cultural e o político, tornando explícito que sua problemática está constituída nos **cruzamentos entre cultura e poder**. É disso que se trata quando se reivindica o rótulo de estudos culturais.”

(ESCOSTEGUY, 2018, p. 110)

Artigo **Más allá de la Academia: estudios culturales y prácticas interculturales,** de Daniel Mato

“*Praticar estudos culturais* fora da academia implica estabelecer **relações com outros agentes sociais**. Neste caso, utilizo o adjetivo *outros* para destacar a relevância das diferenças entre o que em termos puramente operacionais podemos entender como diferentes culturas institucionais.”

(MATO, 2019)

Obrigada, pessoal!

