

Diálogos (possíveis) entre Geografia escolar e mídia: questões teóricas e práticas

DOI: 10.54446/bcg.v12i1.2853

Francisco Fernandes Ladeira¹

Resumo

A Geografia Escolar tem os veículos de comunicação de massa como importantes concorrentes discursivos. Boa parte da programação midiática aborda questões trabalhadas por esta disciplina, como globalização, conflitos geopolíticos, aquecimento global, problemas urbanos, fontes de energia, crescimento demográfico e desenvolvimento sustentável, entre outros temas. Sendo assim, não há como o professor negligenciar a influência da mídia sobre o complexo processo de ensino-aprendizagem em Geografia. Pelo contrário, um dos principais desafios docentes é promover uma síntese satisfatória entre discursos midiáticos e ciência geográfica. Neste sentido, o presente artigo reflete sobre a incorporação de artefatos midiáticos em sala de aula, seus riscos, limitações e possibilidades, tanto como recurso didático, quanto como objeto de estudo a ser sistematizado em seu conteúdo discursivo. Para tanto, apresentamos três questões norteadoras: Como a Geografia está presente no discurso midiático? O que é discurso midiático e como ele está envolvido com a ideologia? Como trabalhar Geografia e mídias no âmbito do ensino? Constatou-se que o material midiático, por si só, não possui um caráter didático-pedagógico para ser incorporado à dinâmica em sala de aula. Desse modo, concluímos que, somente após a devida mediação docente, materiais provenientes de jornais, revistas ou produções televisivas podem se constituir em objetos significativos para o processo de ensino-aprendizagem em Geografia na educação básica.

PALAVRAS-CHAVE: metodologias, discurso, ideologia, meios de comunicação, mediação

1 Geógrafo pela Universidade Presidente Antônio Carlos de Barbacena, mestre em Geografia pela Universidade Federal de São João Del-Rei e doutorando em Geografia pela Universidade Estadual de Campinas.

E-mail: ffernandesladeira@yahoo.com.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0004-8384>

Considerações iniciais

Entre as disciplinas que compõem as matrizes curriculares dos ensinos fundamental e médio, a Geografia, muito provavelmente, é uma das que mais dialoga com a realidade extraescolar. Nas diferentes produções midiáticas — desde a chamada indústria cultural (filmes, séries, novelas), passando por revistas especializadas (como *National Geographic* e *Superinteressante*) e chegando aos telejornais —, encontramos conteúdos que estão relacionados às temáticas trabalhadas na Geografia Escolar.

Em filmes e seriados, percebemos realidades espaciais distantes de nossos convívios cotidianos. Os jornais impressos, por apresentarem matérias sobre o município, o país e o mundo, podem contribuir para nosso entendimento sobre o conceito de escala geográfica. Ao assistirmos a um telejornal, temos contato com questões abordadas em Climatologia (previsão do tempo, aquecimento global, inundações), em Geomorfologia (deslizamentos de terras em determinadas regiões de encostas), em Demografia (crescimento populacional do Brasil e do mundo, migrações internacionais) e na Geografia Agrária (disputas por terras, produção agrícola brasileira, mercado global de *commodities* etc.). Já os conflitos geopolíticos atuais não estão contemplados nos livros didáticos, mas estão presentes nas coberturas dos principais veículos de imprensa. Em suma, são múltiplas as possibilidades para a promoção de diálogos entre mídia e Geografia.

Desse modo, a realidade descrita no parágrafo anterior faz com que muitos professores de Geografia da educação básica constantemente trabalhem com algum tipo de material midiático em suas aulas. A princípio, é plausível afirmar que se trata de um procedimento auspicioso, pois, assim, o professor está incorporando novas linguagens à sua prática pedagógica e diversificando os materiais didáticos utilizados. Conforme aponta Domingues (2019), a utilização de mídias no processo educativo introduz uma nova forma de organização do trabalho docente, não só como proposta metodológica, mas também como visão diferenciada sobre o sujeito que aprende, no papel do professor e dos instrumentos de ensino.

Reconhecemos a importância (e necessidade) de se incorporar o material midiático ao processo de ensino-aprendizagem em Geografia na educação básica. Quanto a essa questão, parece não haver dúvidas. No entanto, este tipo de procedimento metodológico, além de suas possibilidades pedagógicas, oferece também certos riscos que, a nosso ver, não devem ser negligenciados pelos professores.

Nesse sentido, o presente artigo discute as relações possíveis entre material midiático e Geografia Escolar, ressaltando os riscos e possibilidades didático-pedagógicas que envolvem a incorporação de diferentes mídias às aulas da referida disciplina. Para melhor organizar nossa discussão sobre a proposta de trabalho aqui apresentada, este texto se divide em três tópicos: 1) como a Geografia está presente no discurso midiático; 2) o que é discurso midiático e como ele está envolvido com a ideologia; 3) como trabalhar Geografia e mídias no âmbito do ensino.

Sobre o procedimento metodológico adotado, consideramos este artigo uma revisão bibliográfica, que, de maneira geral, poder ser definida como o trabalho de pesquisa científica que consiste em visitar conteúdos já publicados por outros pesquisadores acerca de um determinado objeto de estudo. Tais conteúdos podem estar presentes em livros, monografias, artigos acadêmicos, capítulos de livros científicos, dissertações de mestrado, teses de doutorado, matérias de jornais impressos, revistas e/ou textos disponíveis na rede mundial de computadores. Refere-se, portanto, à “base que sustenta qualquer pesquisa científica” (RIBEIRO, 2012, s.p).

Como a Geografia está presente no discurso midiático

Conforme apontado na introdução do presente trabalho, temáticas abordadas na Geografia – como climatologia, demografia, geopolítica e geomorfologia – e os conceitos estruturados desta ciência – espaço, lugar, paisagem e território – estão constantemente presentes na mídia, com diferentes formas e acepções.

No entanto, é importante ressaltar que os discursos midiáticos e os discursos geográficos apresentam suas próprias peculiaridades: utilizam linguagens específicas, diferentes abordagens acerca da realidade e, sobretudo, destinam-se a públicos distintos.

Como as mensagens emitidas pelos grandes veículos de comunicação são direcionadas a um público amplo (formado por indivíduos dos mais variados níveis sociais, educacionais, etários, cognitivos e econômicos) sua linguagem deve ser a mais acessível possível. Além disso, a própria estrutura dos meios de comunicação – limitação do número de páginas de um jornal impresso ou o tempo de duração de um noticiário televisivo – impede abordagens aprofundadas sobre os diversos acontecimentos diários.

Com exceção das grandes coberturas jornalísticas ou reportagens especiais, as matérias de um telejornal têm em média um minuto e meio de duração, tempo insuficiente para fornecer o contexto histórico ou geográfico da maior parte dos acontecimentos. Essa superficialidade no tratamento das notícias impede a prática de um jornalismo mais denso e crítico (LADEIRA; LEÃO, 2018, p. 97).

Já os conteúdos da Geografia (tanto no tocante à sua dimensão “acadêmica” quanto em sua versão “escolar”) são pautados pela abordagem científica sobre os múltiplos fenômenos espaciais, seja através dos conceitos-chave da disciplina (anteriormente elencados), seja por meio do chamado “raciocínio geográfico”, a partir dos seguintes princípios: localização, conexão, extensão, causalidade, arranjo e ordem, analogia e diferenciação (CASTELLAR; DE PAULA, 2020).

Desse modo, diferentemente dos discursos midiáticos, os discursos geográficos são caracterizados por análises e reflexões aprofundadas acerca da realidade. Enquanto um conflito geopolítico, por exemplo, será brevemente relatado

nos noticiários internacionais (geralmente sem mencionar suas causas); nos estudos geográficos, pelo contrário, serão analisadas suas múltiplas facetas: condicionantes históricos, dimensões espaciais, principais características dos atores sociais envolvidos, possíveis relações com o contexto econômico etc.

Não é incomum professores do ensino fundamental e médio recomendarem aos alunos a leitura de jornais para que “conheçam a realidade”, “saibam o que está acontecendo no mundo”, “estejam ligados no que ocorre nos lugares”. Essa sugestão, sem algumas advertências paralelas, produz efeitos negativos. Associar de imediato a informação mediatizada à realidade faz crer numa transparência, ou seja, na correspondência absoluta entre o texto e o fato. Observa-se que essa é a representação do jornal ideal imposta por grande parte do material publicitário sobre os meios. A ilusão de mostrar a vida como ela é tem como principal ponto de apoio a aparência de objetividade das imagens e dos textos jornalísticos. É preciso que o aluno saiba que o periódico é fruto de um conjunto de escolhas e seleções arbitrárias. O texto informativo, como qualquer enunciado, é um processo específico de individualização da linguagem enquanto código de significação. Quando um jornalista redige uma matéria, ele materializa um processo ininterrupto de escolhas que acabam constituindo uma mensagem entre uma infinidade de possibilidades preteridas. Além das escolhas estritamente formais de sintaxe e de léxico, opera-se uma seleção temática (BARROS FILHO; MEUCCI, 2016, p. 159).

Portanto, a partir das colocações feitas nos parágrafos antecedentes e na citação acima, constatamos que o material midiático não está “pronto e acabado” para ser utilizado em sala de aula. Em outros termos, espera-se que o professor de Geografia não incorpore este tipo de material à sua prática profissional de uma maneira meramente ilustrativa e instrumental, como mais um objeto didático complementar, mas como *objeto de estudo a ser sistematizado / compreendido / analisado em seu caráter discursivo*.

Para tanto, é imprescindível, além de identificar os formatos dos diferentes tipos de veículos de comunicação de massa, também compreender os discursos midiáticos como “produtos ideológicos” que atendem a poderosos interesses econômicos (questão analisada no próximo tópico).

O que é discurso midiático e como ele está envolvido com a ideologia

No Brasil, os jornais impressos, canais de televisão, revistas de grande circulação e emissoras de rádios de maior impacto junto ao público – Rede Globo, *Veja*, *Folha de São Paulo*, *Jovem Pan*, entre outros – via de regra, são propriedades privadas. Isso significa que, mais do que a divulgação de informações e notícias, esses veículos, como toda empresa no sistema capitalista, têm por objetivo a geração de lucros para seus proprietários, obtidos, sobretudo, por meio de anúncios publicitários.

Consequentemente, os discursos midiáticos são pautados de acordo com os interesses econômicos de seus anunciantes. No entanto, como todo “produto ideológico” tais discursos não se revelam enquanto tal; escondendo-se sob o (falacioso) princípio da “neutralidade midiática”.

A mídia é responsável por informar, transmitir e divulgar os acontecimentos, é um instrumento que não apenas reproduz, mas também produz informações e sentidos, se efetivando como ferramenta de construção simbólica dos acontecimentos. Isso significa dizer, que a mídia apresenta-se sob várias formas, se utilizando de atributos e influência, para expor e produzir seus sentidos. Acreditamos que a mídia tem uma intenção, que pode estar em vender produtos a ela vinculados e/ou vender maneiras de pensar. A mídia não é neutra [...]. A mídia possui um grande poder em mãos, que lhe permite utilizar todas essas informações da forma que mais a convém, o que nem sempre condiz com o que realmente julgamos interessante e produtivo para a população espectadora (OLIVEIRA; RODRIGUES; PEIL, 2009, p. 2).

Conforme explicam Marx e Engels (1989), o termo “ideologia” se refere ao um conjunto de proposições elaborado com objetivo de fazer aparentar os interesses da classe dominante como se fossem “naturais” e “universais”, isto é, do interesse de toda a coletividade. Trata-se, portanto, de uma forma de dominação simbólica. Nesse sentido, numa sociedade desigual como a brasileira, os discursos midiáticos operam em favor da manutenção do *status quo*. Portanto, coberturas jornalísticas não são reflexos fidedignos da realidade, capturados objetivamente, sem nenhum tipo de interferência do olhar do observador, mas construções sociais sobre a realidade, que ganham materialidade através de determinadas narrativas.

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 eliminam 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 (LADEIRA, LEÃO, 2018, p. 226).

Como os principais veículos midiáticos comumente estão comprometidos com as necessidades de seus anunciantes, é pertinente supor que, se uma matéria tende a comprometer determinados interesses, dificilmente ela será divulgada. Nesse sentido, editoriais tendenciosamente produzidos pelos grandes grupos de comunicação que demonizam movimentos sociais citadinos e rurais, como o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), se apreendidos acriticamente, podem levar alunos e

professores a adotarem visões distorcidas sobre questões presentes nos estudos de Geografia Urbana e Geografia Agrária.

Da mesma forma, os discursos dos noticiários internacionais da imprensa hegemônica brasileira servem aos interesses das grandes potências imperialistas – como Estados Unidos, França, Reino Unido e Alemanha – a partir do que Ladeira (2022) entende por “atalhos cognitivos”; a exemplo de estereótipos, tipificações, maniqueísmos, chavões, personalizações, lugares-comuns, generalizações, “opiniões prontas” e concepções de mundo já formadas.

Isso significa que determinadas intervenções militares, ações estatais, mobilizações populares ou violações aos direitos humanos podem ser interpretadas de maneiras diferentes, dependendo de quem as pratica:

Para facilitar a compreensão do público sobre questões geopolíticas [...] os principais veículos de comunicação recorrem ao que poderemos chamar de “atalhos cognitivos”, que nada mais são do que simplificações para gerar uma espécie de segurança hermenêutica para o receptor de uma determinada mensagem. [...] Na grande mídia, a palavra “democracia” é uma espécie de fetiche. Varia de acordo com a posição ocupada por um Estado-Nacional no xadrez geopolítico global. O fato de um determinado país ser aliado ou não das grandes potências mundiais, sobretudo dos Estados Unidos, define, em última instância, sua representação midiática como nação democrática. Apesar de suas ações autoritárias contra o povo palestino, Israel é considerada “a única democracia do Oriente Médio”. Os noticiários sobre a geopolítica sul-americana também exemplificam a flexibilidade assumida pelo conceito de democracia. Governos politicamente à esquerda, inclusive os que chegaram ao poder através de eleições diretas, são considerados antidemocráticos. Em contrapartida, governos como Michel Temer, no Brasil, e Jeanine Añez, na Bolívia, apesar de instituídos após golpes de Estado, como são alinhados aos interesses estadunidenses, são qualificados como democráticos. O emprego do termo “ditadura” também é bastante seletivo. Nações consideradas como “inimigas” do Ocidente (como Síria, Venezuela, Coreia do Norte, Irã e Cuba) são qualificadas como “ditaduras” e seus respectivos governantes, conseqüentemente, adjetivados como “ditadores”. Todavia, o mesmo rótulo não é aplicado aos aliados das grandes potências mundiais (LADEIRA, 2022, p. 53, 78-79).

Diante dessa realidade, consideramos ser fundamental que docentes e discentes saibam ler a mídia e desvendar seus possíveis mecanismos manipuladores e os jogos de interesses econômicos que estão por trás de seu funcionamento, pois notícias são mercadorias como quaisquer outros bens de consumo. Desse modo, o sujeito que possui o mínimo conhecimento sobre o maquinário midiático, seleção de pautas e o contexto de construção da notícia 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; CARVALHO LEÃO, 2008, p. 98).

Como trabalhar Geografia e mídias no âmbito do ensino?

A Geografia Escolar tem os veículos de comunicação de massa como importantes concorrentes discursivos. Boa parte da programação midiática aborda questões trabalhadas por esta disciplina, como globalização, conflitos geopolíticos, aquecimento global, problemas urbanos, fontes de energia, crescimento demográfico e desenvolvimento sustentável, entre outros temas. Sendo assim, não há como o professor negligenciar a influência da mídia sobre o complexo processo de ensino-aprendizagem em Geografia.

Para ilustrar a realidade descrita acima, citamos um exemplo de nossa experiência como professor de Geografia de uma escola da rede técnica federal de ensino. Durante uma aula sobre climatologia, ao explicarmos para os alunos que o efeito estufa é um mecanismo natural da Terra para que o planeta não perca todo o calor irradiado pela superfície, mas que, em certas ocasiões, pode ser acelerado pela ação humana, uma estudante prontamente questionou: “Mas o efeito estufa não é causado pelo ser humano?” Perguntamos a ela sobre o porquê de tal afirmação e obtivemos a seguinte resposta: “Eu vi na televisão!”.

Assim, levando em consideração este e tantos outros exemplos presentes no cotidiano escolar, é plausível considerarmos que um dos principais desafios docentes é promover uma síntese satisfatória entre discursos midiáticos e ciência geográfica.

Apesar dos jornais impressos não noticiarem os fatos no mesmo momento em que ocorrem (como o fazem televisão, rádio e internet), possuem enfoques mais interpretativos, com contextualização maior dos acontecimentos em suas causas e consequências. A associação entre jornal e ciência geográfica pode trazer contribuições significativas ao processo de ensino-aprendizagem. Em uma única edição de um periódico geralmente estão presentes várias temáticas inerentes à Geografia Escolar. Tal como as aulas desta disciplina, o jornal está entremeadado de cotidianidade, de relações sociais e com a natureza e, principalmente, de percepção sobre a produção do espaço (CYGAINSKI, 2012).

Por sua vez, Katuta (2009) aponta que o uso de jornais no ambiente escolar pode auxiliar os alunos no entendimento da produção do espaço em múltiplas escalas, pois este veículo de comunicação registra, sob as mais variadas perspectivas, as geograficidades em nível local, regional e global.

Frequentemente, muitos professores de Geografia utilizam filmes em suas aulas. Para Guimarães e Diniz (2016), o cinema é um recurso importante no trabalho pedagógico, não apenas por permitir ilustrar ou exemplificar certas demandas inerentes aos conteúdos disciplinares, ou por ser um fator motivacional para os alunos, mas porque as temáticas densas e complexas presentes em inúmeros filmes propiciam reflexões fecundas sobre a sociedade e a produção do espaço que podem desestabilizar certezas, convicções e modos estáveis de ver o mundo.

Outro recurso bastante frequente nas práticas pedagógicas é a televisão. No entanto, é fundamental que a escola não reproduza simplesmente a forma corriqueira pela qual se assiste a TV. Como a tendência inicial dos alunos é conceber essa fonte de aprendizagem como uma continuação do ato cotidiano de se postar em frente à TV, caberá ao professor se apropriar dessa expectativa para transformá-la em uma atividade pedagógica.

Sendo assim, o discente perceberá que a experiência com o material televisivo está articulada ao conteúdo disciplinar, e não se trata de mera atividade de ilustração, vazia de sentido próprio. Para tanto, é fundamental que o professor procure trabalhar em sala de aula a maneira pela qual um programa de televisão aborda um determinado tema, como organiza a “realidade” social e, no caso de telejornais, reconhecer seus códigos, linguagens, estratégias, desenvolvimento narrativo, articulação texto/imagem e suportes de comunicação.

Para Pontuschka (2001) a inserção 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 e Carvalho Leão (2008), 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.

Desse modo, 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; LADEIRA; LEÃO, 2008).

Sendo assim, conforme já frisamos, torna-se necessário conhecer a linguagem midiática para que professores e alunos sejam interlocutores ativos dos discursos difundidos pelos meios de comunicação de massa. Para tanto, é fundamental a utilização de metodologias que possam ressignificar o conteúdo das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs); promover a devida mediação pedagógica entre artefato midiático e as temáticas presentes na Geografia Escolar e estimular os alunos a pensarem geograficamente sobre os diferentes tipos de produção midiática aos quais têm contato.

A essa discussão, Barros Filho e Meucci (2016, p. 159) acrescentam:

O processo pedagógico deve esclarecer e advertir sobre eventuais efeitos nefastos que a recepção do produto informativo pode produzir, não apenas reforçá-los. O estudo do material informativo deve ser epistemológico, de método (ou seja, nesse caso, relativo ao conhecimento dos processos de comunicação), não temático. Se os objetivos são a discussão e o desenvolvimento do “espírito crítico”, é inútil transformar o aluno em deglutidor hipocondríaco de pílulas informativas.

Decerto, não há uma forma única ou “correta” de trabalhar com o material midiático em sala de aula, pois este tipo de prática pedagógica deve levar em consideração, sobretudo, as características do corpo discente. O que procuramos apresentar neste tópico foram algumas reflexões que consideramos que o professor precisa ter em mente para utilizar pedagogicamente os diferentes tipos de mídia.

Considerações finais

No decorrer desse trabalho, não tivemos a pretensão (nem poderíamos ter) de esgotar as possibilidades de análise e debates sobre a temática aqui abordada. Do mesmo modo, não procuramos apresentar um receituário, manual de instruções de práticas didáticas pré-programadas ou uma espécie de compêndio sobre como incorporar os diferentes tipos de mídia ao ensino de Geografia na educação básica (como se existissem soluções únicas a serem adotadas em realidades educacionais distintas).

Nosso intuito não é estabelecer padrões a serem seguidos mecanicamente, fórmulas fechadas, construir modelos salvacionistas para a sala de aula ou indicar como os professores devem refletir/agir em determinadas situações. Devidamente cientes da falibilidade humana, não concebemos nossas colocações como herméticas, acrílicas, completas ou absolutas; tampouco nos consideramos detentores de uma pretensa superioridade teórico-metodológica.

Lembrando Eco (2007), todo texto é uma “obra aberta”: quando chega às mãos do leitor, o autor já não é mais “dono” de seu trabalho, pois as interpretações sobre o mesmo serão feitas por quem está lendo seu conteúdo. Assim, consideramos que uma determinada reflexão acadêmica se torna particularmente interessante quando, por exemplo, é capaz de levantar algum tipo de crítica ou discussão. Portanto, o poder maior do conhecimento científico (incluindo, naturalmente, o geográfico) não está, necessariamente, em suas conclusões, descobertas e/ou afirmações, mas em sua estrutura: trata-se de uma prática construída e projetada para reconhecer, revisar e aprender com os próprios erros (PASTERNAK; ORSI, 2020).

Ao longo deste artigo, defendemos que as aulas de Geografia podem se constituir em importante espaço de contraponto crítico aos discursos midiáticos. Nesse sentido, espera-se que o artefato midiático, em sua utilização pedagógica, não seja concebido como mais um recurso didático complementar, mas como objeto de estudo a ser sistematizado em seu conteúdo discursivo. Isso significa despertar nos alunos posturas críticas frente a realidade e adotar em sala de aula metodologias didáticas que procurem identificar possíveis mecanismos ideológicos que estão presentes nos discursos midiáticos.

Caso contrário, ou seja, se o professor utilizar o material midiático em sala de aula sem realizar a devida análise crítica, estará compactuando, mesmo que de maneira inconsciente, para a propagação de narrativas tendenciosas sobre a realidade. Ou, como bem advertem Leão e Carvalho Leão (2008), o professor que incorpora à sua prática pedagógica textos de jornais e revistas, programas de

televisão e/ou materiais retirados da internet sem promover suas devidas ressignificações transforma suas aulas em mais uma correia de transmissão para o discurso midiático.

Sendo assim, espera-se 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. Em última instância, a incorporação de diferentes tipos de mídias em sala de aula é importante não apenas para aproximar o conteúdo didático da realidade dos educandos, mas, sobretudo, para os incentivar a observar criticamente aspectos geográficos presentes nos conteúdos distribuídos pelos meios de comunicação de massa.

Bibliografia

- BARROS FILHO, Clóvis de; MEUCCI Arthur. A defesa liberal da restrição publicitária ao público infantil: ética e educação. In: PROJETO CRIANÇA E CONSUMO. *Criança e consumo: 10 anos de transformação*. São Paulo: Alana, 2016.
- CASTELLAR, Sônia Maria Vanzella; DE PAULA, Igor Rafael. O papel do pensamento espacial na construção do raciocínio geográfico. *Revista Brasileira de Educação em Geografia*, [S. l.], v. 10, n. 19, p. 294-322, 2020.
- CYGAINSKI, Lucas Flesch. *Geografia e jornal na sala de aula: estudo e proposta*. Trabalho de conclusão de Curso [Graduação em Geografia]. Centro Universitário La Salle – Unilasalle, Caxias do Sul, 2012.
- DOMINGUES, João Paulo Espindola. O Uso Das Mídias Na Educação Básica. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 4, ed. 01, v. 02, p 135-148, janeiro 2019.
- ECO, Umberto. *A obra aberta*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- GUIMARÃES, Iara Vieira; DINIZ, Kênia Mendonça. Técnica, tecnologia e a produção do espaço geográfico em cena. In: GUIMARÃES, Iara Vieira. (org.). *Espaço, Tempo e Cultura Midiática na Escola*. Curitiba: CRV, 2016, p. 163-189.
- KATUTA, Ângela Massumi. Ensino de Geografia: conceitos, linguagens e mídia impressa. In: KATUTA, Ângela Massumi; ELY, Deise Fabiana; PAULINO, Elaine Tomiasi; CUNHA, Fábio César Alves; ANTONELLO, Ideni Terezinha (org). *(Geo)grafando o território: a mídia impressa no ensino da Geografia*. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- LADEIRA, Francisco Fernandes. *A ideologia dos noticiários internacionais*. Curitiba: CRV, 2022.
- LADEIRA, Francisco Fernandes; LEÃO, Vicente de Paula. *A influência dos discursos geopolíticos da mídia no ensino de Geografia: práticas pedagógicas e imaginários discentes*. Curitiba: CRV, 2018.
- LEÃO, Vicente de Paula; CARVALHO LEÃO, Inêz Aparecida de. *Ensino de Geografia e Mídia: linguagens e práticas pedagógicas*. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2008.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- OLIVEIRA, Francisco de Assis Furtado; RODRIGUES, Leandro Meireles; PEIL, Luciana Marins Nogueira. Jogos Olímpicos e mídia: uma relação perfeita? XVIII CIC – Congresso de Iniciação Científica, XI Encontro de Pós-Graduação e I Mostra Científica da Universidade Federal de Pelotas. Pelotas: UFPel, 2009.
- PASTERNAK, Natália; ORSI, Carlos. *Ciência no cotidiano: viva a razão: abaixo a ignorância*. São Paulo: Contexto, 2020.
- PONTUSCHKA, Nídia Nacib. A geografia: Pesquisa e ensino. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.). *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 2001.
- RIBEIRO, José Luis Duarte. Como fazer uma revisão bibliográfica, *Pós-Graduando*, 11 de junho de 2012. Disponível em: <<https://posgraduando.com/como-fazer-uma-revisao-bibliografica/>>. Acesso em: 2 dez. 2022.

(Possible) dialogues between School Geography and the media: theoretical and practical issues

School Geography has mass communication vehicles as important discursive competitors. A good part of the media programming addresses issues presents in this discipline, such as globalization, geopolitical conflicts, global warming, urban problems, energy sources, population growth and sustainable development, among others. Therefore, there is no way for the teacher to neglect the influence of the media on the complex teaching-learning process in Geography. On the contrary, one of the main teaching challenges is to promote a satisfactory synthesis between media discourses and geographic science. In this sense, this article reflects on the incorporation of media artifacts in the classroom, its risks, limitations and possibilities, both as a didactic resource and as an object of study to be systematized in its discursive content. To this end, we present three guiding questions: How is Geography present in the media discourse? What is media discourse and how is it involved with ideology? How to work Geography and media in teaching? It was found that the media material, by itself, does not have a didactic-pedagogical character to be incorporated into the dynamics in the classroom. Thus, we conclude that, only after proper teacher mediation, materials from newspapers, magazines or television productions can become significant objects for the teaching-learning process in Geography in basic education.

KEYWORDS: methodologies, discourse, ideology, means of communication, mediation

(Posibles) dialogos entre la Geografía Escolar y los medios: cuestiones teóricas y prácticas

La Geografía Escolar tiene como importantes competidores discursivos a los vehículos de comunicación de masas. Buena parte de la programación de los medios aborda temas que aborda esta disciplina, como la globalización, los conflictos geopolíticos, el calentamiento global, los problemas urbanos, las fuentes de energía, el crecimiento demográfico y el desarrollo sostenible, entre otros temas. Por tanto, no hay manera de que el docente descuide la influencia de los medios de comunicación en el complejo proceso de enseñanza-aprendizaje de la Geografía. Por el contrario, uno de los principales desafíos docentes es promover una síntesis satisfactoria entre los discursos mediáticos y la ciencia geográfica. En ese sentido, este artículo reflexiona sobre la incorporación de los artefactos mediáticos en el aula, sus riesgos, limitaciones y posibilidades, tanto como recurso didáctico como objeto de estudio a sistematizar en su contenido discursivo. Por ello, presentamos tres preguntas orientadoras: ¿Cómo está presente la Geografía en el discurso mediático? ¿Qué es el discurso mediático y cómo se relaciona con la ideología? ¿Cómo trabajar la Geografía y los medios en la docencia? Se constató que el material mediático, por sí solo, no tiene un carácter didáctico-pedagógico para ser incorporado a la dinámica del aula. Así, concluimos que, sólo después de la debida mediación docente, los materiales de periódicos, revistas o producciones televisivas pueden convertirse en objetos significativos para el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Geografía en la educación básica.

PALABRAS CLAVE: metodologías, discurso, ideología, medios de comunicación, mediación

Artigo recebido em dezembro de 2022. Aprovado em dezembro de 2022.