

PROFESSORES MÍDIA E VALORES: PERSPECTIVA DOS ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO BÁSICA

Sônia Bessa¹

RESUMO

Esta pesquisa insere-se no campo das representações do mundo social e tem como objetivos analisar os valores, perspectivas e graus de confiança, influencia e credibilidade de adolescentes de instituições educacionais religiosas, particular e pública; comparar o grau de confiabilidade desses adolescentes quanto à escola, família e sociedade; analisar o grau de confiabilidade nos poderes políticos, religiosos e familiares e as respectivas relações entre esses poderes quanto a construção dos valores. Nesse relato serão apresentados parte desses dados. Na perspectiva metodológica, assinala-se a natureza qualitativa e quantitativa do estudo. O desenho é descritivo comparativo correlacional. Foi constituída amostra intencional de 731 estudantes com idade entre 10 e 18 anos de idade de 3 tipos de escola: Pública, particular e confessional, igualmente distribuídos. O instrumento utilizado foi o questionário de Avaliação do Plano Ético – APE – criado por La Taille, Y. (2006) adaptado para essa investigação. Nas conclusões verificou-se que família e escola são atualmente as instituições mais importantes quanto a confiança e grau de influencia junto as crianças e adolescentes. Professores, religiosos e políticos tem grau de importância bem diferente para o progresso da sociedade. Os professores na visão dos estudantes (68%) são muito importante, já os religiosos alcançaram 34% e os políticos somente 17%. 76,5% dos estudantes disseram que a mídia tem muita ou média influencia sobre os seus valores, 17,9% alegaram pouca influencia e somente 5,6% disseram que a mídia não tem nenhuma influencia sobre seus valores. Escolas públicas, particulares e confessionais apresentaram pouca diferença nos índices encontrados. Destacando-se a importância do professor dos pais e da mídia para o progresso da sociedade e formação de valores na visão de estudantes da Educação Básica.

Palavras-chave: Valores, confiança, escola.

INTRODUÇÃO

Vivemos num período da história humana de muitos avanços científicos e muitos paradoxos. A medida que a riqueza, a tecnologia e os avanços científicos aumentam, também aumenta o número de suicídios, violência, consumo de drogas, busca incessante de divertimento, estrelismos, etc. Todos querem ser celebridades, e nesse caldeirão confuso de

¹ Doutora em Educação pela Unicamp. Docente da Universidade Estadual de Goiás, do curso de pedagogia do Campus Formosa. Email: soniabessa@gmail.com

muitas “ideologias” os jovens e adolescentes estão inseridos lutando pela construção de sua própria identidade.

O mundo melhorou em muitas dimensões isso é visível, mas o ser humano parece que está cada vez mais infeliz, o número de suicídios também aumentou. A taxa de suicídios aumentou 60% nos últimos 50 anos. Os suicídios atualmente matam, no mundo, tantas pessoas quanto as guerras e os crimes somados.

Nesse turbilhão de oferta de entretenimento, apelo ao hedonismo e uma busca incessante de consumo e divertimento estão crianças e adolescentes. Os pais e professores reclamam da falta de interesse dos estudantes em concentrar-se nos estudos, ou seja, eles não têm interesse pelo estudo. As crianças e adolescentes parecem indiferentes aos apelos de pais e professores. Estes percebem os problemas, tentam entender as causas, mas nem sempre obtêm sucesso, às vezes falta a compreensão do desenvolvimento humano, e das tecnologias de informação, essas dificuldades acentuam as diferenças entre as gerações.

A fim de dirimir o mal estar entre pais, professores, crianças e adolescentes, conhecer melhor essas crianças, e oferecer subsídios para a educação de crianças e jovens essa investigação pretende investigar algumas questões fundamentais como a percepção que os estudantes tem, por exemplo, de suas notas, como se vê em relação a sua própria produção, qual a perspectiva de futuro, o que espera da escola quanto ao ensino e as relações, o papel da escola no desenvolvimento social, qual a importância dos professores para a sociedade, grau de confiança na escola, qual o grau de influencia dos professores, dos políticos, dos pais, dos religiosos e dos professores sobre os valores que tem atualmente, será considerado o grau de influencia e de importância que crianças e adolescentes atribuem a essas pessoas, bem como a importância dos religiosos para o progresso da sociedade

Os meios de comunicação de massa estão presentes cada vez mais no cotidiano das pessoas, e atualmente muitos estudos têm se voltado na busca de compreender as relações entre consumo, publicidade, cultura, mídia, etc. Esse é mais um aspecto a ser considerado nessa investigação: qual o grau de confiança, importância e credibilidade que crianças e adolescentes atribuem aos meios de comunicação e por fim estudaremos qual o grau de confiança e de influencia dos pais sobre os valores das crianças e adolescentes. Como público alvo dessa investigação foram propostos três grupos: escola públicas, escolas particulares e escolas religiosas.

São objetivos dessa investigação analisar os valores, perspectivas e graus de confiança de adolescentes de instituições educacionais (religiosa, particular, pública). Analisar as

perspectivas de valores e confiabilidade de adolescentes quanto às instituições educacionais. Comparar o grau de confiabilidade desses adolescentes quanto à escola, família e sociedade. Identificar sentimentos e atitudes dos adolescentes quanto as relações interpessoais. Identificar o grau de perspectiva e expectativa quanto ao futuro. Analisar o grau de confiabilidade nos poderes políticos, religiosos e familiares e as respectivas relações entre esses poderes quanto a construção dos valores.

MÉTODO

Esta é uma pesquisa de abordagem qualitativa e quantitativa cujo referencial insere-se no campo das representações do mundo social. A pesquisa é de desenho descritivo comparativo correlacional, empregando metodologia de trabalho qualitativa e quantitativa. A análise estatística apresenta a frequência das variáveis categóricas; valores de frequência absoluta e percentual, média e desvio-padrão. Foram utilizados o teste Qui-Quadrado para comparação de proporções e comparação de medidas contínuas ou ordenáveis entre 2 grupos foi utilizado o teste de Mann-Whitney e entre 3 ou mais grupos o teste de Kruskal-Wallis. O nível de significância adotado para os testes estatísticos foi 5% ($p \leq 0.05$).

Participaram dessa investigação 731 estudantes com idade entre 10 e 18 anos de idade. Os estudantes pertencem a 3 tipos de escola: Pública, particular e religiosa. O instrumento utilizado será o questionário de Avaliação do Plano Ético – APE – criado por La Taille, Y. e Harkot-de-La-Taille, E., adaptado para essa ocasião. Este questionário é composto de alternativas que podem ser classificadas em três grandes categorias: 1 – Eu/sociedade, com questões relacionadas às instituições e agentes institucionais. 2 – Eu/outrem, com questões relacionadas ao convívio nos espaços, público e privado. 3 – Eu/eu, com questões relacionadas a projetos de vida e confiança na sua realização. A aplicação do questionário foi feita pela pesquisadora em pequenos grupos no local de estudo do aluno. Os resultados parciais serão apresentados em gráficos e tabelas. Foram escolhidos somente alguns itens para análise nesse relato de pesquisa. Os resultados apresentados a seguir, são parciais e representam somente parte de dois tópicos da pesquisa total: a importância dos religiosos e a questão dos meios de comunicação, mídia e valores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados foram tabulados pelo programa estatístico SPSS versão 13.0. O conjunto de dados permite realizar uma análise exploratória para identificar o relacionamento entre as variáveis da amostra. Foi feita uma análise descritiva com apresentação de tabelas de frequências absoluta e relativa para variáveis categóricas, medidas de posição e dispersão para variáveis contínuas. Esse conjunto de dados pode ser considerado como multivariado. As questões foram analisadas a partir das variáveis, idade, ano escolar, tipo de escola que frequenta, eventualmente pode ser considerado o nível sócio econômico e o gênero.

Os participantes foram 731 estudantes com idade entre 10 e 18 anos de idade assim distribuídos: 217 estudantes (29,7%) tem 15 anos, esse foi o percentual com o maior número de estudantes, e somente 5 estudantes (0,7%) tem 18 anos. Os estudantes pertencem a 3 tipos de escola: pública (37,2%), particular (22,4%) e religiosa (40,4%). Quanto ao ano escolar os alunos estão distribuídos do 6º ano do ensino fundamental ao 3º ano do ensino médio. A distribuição quanto ao gênero é bastante homogênea 366 (50,1%) são meninos e 365 (49,1%) são do sexo feminino.

O Brasil é considerado um país religioso. É o resultado de uma nação multicultural com forte influencia das religiões chamadas africanas, hoje denominadas afro-brasileiras, advindas ao país pelo processo de escravidão, as religiões dos nativos ameríndios que aqui habitavam antes de 1500 e do colonizador europeu que trouxe a religião católica.

O Brasil é um dos países com o maior índice de católicos do mundo, 67% da população se considera católica. Em decorrência da influencia e a colonização portuguesa o catolicismo no Brasil teve grande expressão no país. Mas esse número de católicos já foi maior. Os evangélicos que são grupos oriundos da reforma protestante também tem crescido muito na última década e em pouco mais de 30 anos essas instituições religiosas cresceram mais de 20%, segundo os dados mais recentes do IBGE - Instituto brasileiro de geografia e estatística. Para Rodrigues (2014) a crise no período de 1970 e 1980 atingiu todos os setores da vida social, tanto no plano político e econômico, quanto no plano mental e intelectual. Segundo esse autor a sociedade civil, pressionada pelas condições precárias a que esteve submetida, passou a se manifestar mais incisivamente, tanto reivindicando salários mais compatíveis com a realidade nacional, como buscando, na dimensão do "sagrado", as soluções para os problemas sociais, políticos e econômicos.

[...] Nesse ambiente de crises, o discurso religioso passou a fornecer as respostas que as pessoas desejavam ouvir, ou seja, promessas de um novo reordenamento social e econômico, onde a ascensão fosse possível a todos os grupos indistintamente. Em fins da década de 1970, a religiosidade se tornava cada vez mais importante, enquanto um fator que representava uma

proposta concreta de inserção social, cultural e econômica, às pessoas que se encontravam excluídas, ou em vias de decadência social e econômica [...]. (RODRIGUES 2014, p.53)

Tanto os evangélicos chamados de "neo pentecostais" como os tradicionais, um pouco menos, tiveram um expressivo crescimento nas duas últimas décadas. Contudo dada a sua condição de país multicultural encontramos no Brasil um forte sincretismo religioso, com as religiões de origem africana e indígena. O que torna a religiosidade no Brasil, diferente dos demais países.

Considerando essa questão da religiosidade tão presente na vida das pessoas, perguntamos aos estudantes qual o grau de influencia das instituições religiosas na vida dos estudantes. Quase 85% se diz muito ou medianamente influenciado pelas instituições religiosas e que estas tem muita influencia sobre os seus valores. Os estudantes das escolas religiosas foram o que se declararam mais influenciados com 90,8%. É possível que o fato de estudarem em uma escola de confissão religiosa tenha de alguma forma influenciado essa resposta. Os estudantes que se consideraram menos influenciados foram os estudantes de escolas públicas com o índice de 77,2%. Esses resultados pode ser verificado na tabela 1.

Tabela 1 – instituições religiosas e valores

		Qual o grau de influencia das instituições religiosas sobre os valores que você tem hoje?			
		Muita influencia	Média influencia	Pouca influencia	nenhuma influencia
Pública		30,1%	47,1%	18,8%	4,0%
Particular		40,2%	43,9%	14,6%	1,2%
Religiosa		42,0%	48,8%	7,1%	2,0%
Total	N	272	344	96	19
		37,2%	47,1%	13,1%	2,6%

Fonte: dados organizados pela pesquisadora

Outra questão a analisar é a importância dos religiosos para o progresso da sociedade. Já foi verificado na tabela 1 que as instituições religiosas tem muita influencia na escolha dos valores pessoais dos adolescentes, mas como os adolescentes percebem a importância dessas pessoas para o progresso da sociedade? Como na questão anterior sobre a influencia das instituições religiosas a escola religiosa se sobressai frente às demais, com mais de 90% dos estudantes afirmando a importância dos religiosos para o progresso da sociedade. O maior

descrédito nessa premissa foi encontrado na escola pública, 22,6% dos entrevistados dizem que os religiosos têm pouca importância ou nenhuma importância.

Tabela 2 – Os religiosos e o progresso da sociedade

		Avalie a importância dos religiosos para o progresso da sociedade:			
		Muito importante	Importante	Pouco importante	Nada importante
Tipo de Escola	Pública	20,7%	56,7%	18,5%	4,1%
	Particular	31,7%	56,1%	8,5%	3,7%
	Religiosa	48,8%	44,4%	6,1%	,7%
Total	N	252	376	82	19
		34,6%	51,6%	11,2%	2,6%

Fonte: dados organizados pela pesquisadora

Na variável gênero foi encontrada uma diferença significativa $P < 0,008$ quanto a pouca importância dos religiosos, 15,1% das mulheres considera pouco importante, contra 7,4% dos homens.

No grau acadêmico também foi encontrada diferença significativa $P < 0,000$. Alunos mais graduados atribuíram menos importância aos religiosos. A categoria muito importante teve índices mais elevados para os estudantes do 6º ao 9º ano, já a categoria “importante” os índices foram homogêneos. Quanto a variável idade verificou-se o mesmo fenômeno.

Tabela 4 – religiosos e o progresso da sociedade.

		Avalie a importância dos religiosos para o progresso da sociedade:			
		Muito importante	Importante	Pouco importante	Nada importante
1o ano EM		22,8%	55,9%	17,2%	4,1%
2o ano EM		26,4%	58,5%	9,3%	5,7%
3o ano EM		16,7%	41,7%	41,7%	,0%
6o ano EF		50,7%	42,3%	7,0%	,0%
7o ano EF		43,6%	47,5%	8,9%	,0%
8o ano EF		35,8%	53,7%	9,5%	1,1%
9o ano EF		47,2%	41,7%	10,2%	,9%
Total	N	251	373	82	19
		34,6%	51,4%	11,3%	2,6%

Fonte: dados organizados pela pesquisadora.

Meios de comunicação, mídia e valores

Analisaremos a seguir o grau de confiança e de influência dos meios de comunicação e da mídia sobre os adolescentes. Baumann (2011) chama a internet e outros meios de comunicação como TV, imprensa, rádio, de "auto estradas da informação", cujo crescimento é rápido tanto em extensão quanto em densidade. Segundo esse autor essas "auto estradas" convida, tenta, induz e compele todo e qualquer indivíduo seja homem, mulher, adulto ou criança, rico ou pobre, a comparar sua própria sorte com a de todos os outros; em particular com o consumo excessivo praticado pelos ídolos públicos (celebridades constantemente expostas nas telas de TV, tabloides e internet) e a mensurar os valores que tornam a vida digna de ser vivida pela opulência que eles exibem. [...] a força motora da conduta, [...] é comparar-se com supermodelos, jogadores de grandes times de futebol e cantores de sucesso. [...] acreditam poder tornar-se ricos e famosos [...]. (BAUMANN 2011, p.27).

Quando não consegue individualmente alcançar o sucesso das celebridades o que é óbvio para a maioria das pessoas, essas se sentem excluídas, desprezadas, humilhadas e destituídas de dignidade. Tirando proveito desse estado das pessoas, os políticos e os mercados de consumo, ávidos por tirar proveito dos medos difusos e nebulosos que saturam a sociedade atual anunciam suas mercadorias como remédios contra incertezas e ameaças indefinidas. Para Baumann as ameaças exibidas pela mídia de forma tão agressiva e insistente se encontram nas raízes da ansiedade e do medo populares, acentuadas pela própria mídia.

A comunicação atualmente é o negócio máximo do século. Para Pariser (2011) o gmail e o facebook são ferramentas úteis e gratuitas, mas são também mecanismos extremamente eficazes e vorazes de extração de dados, nos quais despejamos os detalhes mais íntimos de nossas vidas. O nosso iPhone sabe exatamente onde estamos, para quem ligamos, o que lemos; se estamos em casa, caminhando ou numa festa. Sob a superfície de todos os sites que visitamos, existem agentes inteligentes pessoais, acumulando informações sobre quem somos e sobre os nossos interesses. Não trabalham só para nós: trabalham também para gigantes como o Google, apresentando-nos todo tipo de propaganda além de conteúdo.

Foram feitas duas questões relacionadas a comunicação e mídia. A primeira perguntou qual o grau de confiança dos estudantes quanto aos meios de comunicação e qual o grau de influência da mídia sobre os valores desses jovens atualmente.

Os mais desconfiados quanto aos meios de Comunicação são os estudantes da escola pública, e os mais crédulos são os estudantes das escolas religiosas. Contudo o grau de confiança dos estudantes nos meios de comunicação ainda é muito alto. Esses estudantes podem ser manipulados por esses mecanismos, uma vez que não tenha sido construído um

sensu crítico apurado que os ajude a perceber as manipulações, sociais, ideológicas e econômicas. Suas percepções são deformadas. A tecnologia passa a mostrar o mundo e acaba por se colocar entre os estudantes e a realidade. Como disse Parisier (2011, p. 19) "a dinâmica da nossa mídia determina as informações que consumimos".

O tipo de escola não apresentou diferença significativa, ou seja, a amostra é homogênea, e o pensamento de estudantes de escolas públicas, particulares e religiosas é similar em todas as categorias, o mesmo quadro se repetiu quanto ao grau acadêmico dos estudantes e o gênero.

Tabela 5 – confiança nos meios de comunicação

		Grau de confiança- meios de comunicação:			
		Confio Muito	Confio	Confio Pouco	Não confio
Tipo de Escola	Pública	19,9%	46,5%	28,0%	5,5%
	Particular	19,5%	48,8%	25,6%	6,1%
	Religiosa	23,4%	50,5%	23,1%	3,1%
Total	N	155	355	186	34
		21,2%	48,6%	25,5%	4,7%

Fonte: Dados organizados pela pesquisadora

O grau de confiança apresentou diferença significativa de $P < 0,007$ quanto a variável idade. Os estudantes de 10 anos (6º ano do ensino fundamental) são os mais desconfiados quanto aos meios de Comunicação. Do universo de 34 crianças de 10 anos 47,1% alegaram pouca confiança nos meios de comunicação. Contudo estudos recentes tem demonstrado que as crianças só têm condições de perceber os elementos subjacentes nos meios de comunicação por volta de 12 anos, e se houver um meio solicitante.

O grau de influencia da mídia nos valores dos estudantes teve índices maiores que o grau de confiança. 76,5% dos estudantes disseram que a mídia tem muita ou média influencia sobre os seus valores, 17,9% alegaram pouca influencia e somente 5,6% disseram que a mídia não tem nenhuma influencia sobre seus valores. Os índices entre as escolas públicas e particulares foram homogêneos. O Nível sócio econômico da escola pública é considerado baixo, e da escola particular médio, mas, mesmo o nível sócio econômico não apresentou diferença, a influencia da mídia é muito grande sobre os estudantes. Também não foi encontrada diferença significativa, quanto a variável gênero, grau acadêmico e idade. De todas as questões analisadas esta foi a que apresentou o menor índice de variabilidade.

Independente de idade, sexo, grau acadêmico, Nível sócio econômico e tipo de escola, ou seja, todos são influenciados pela mídia.

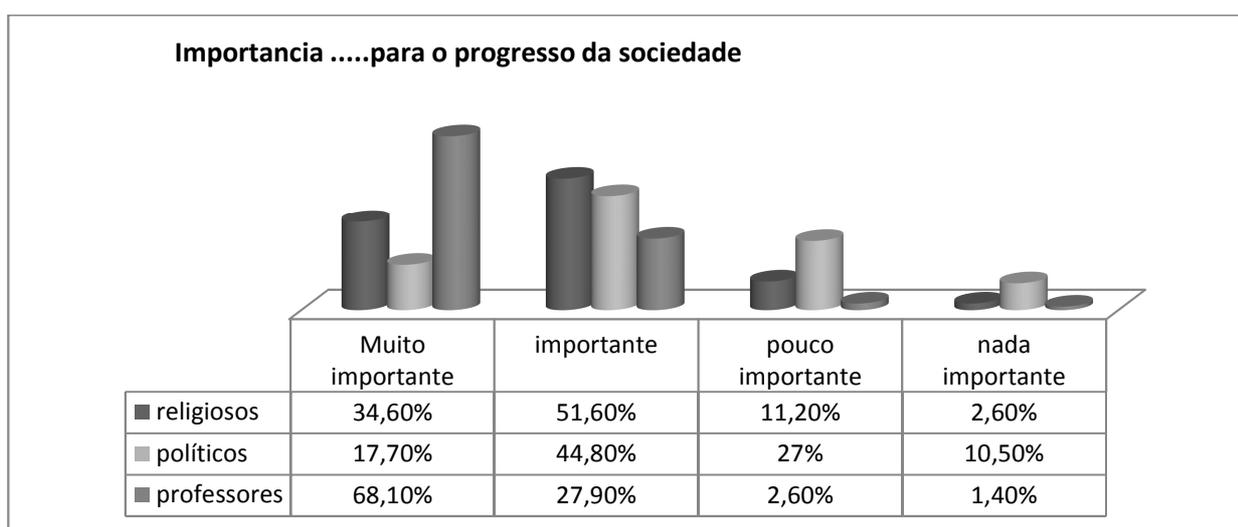
Tabela 6 – média e valores

		Qual o grau de influencia da mídia (TV, internet, revistas, jornais, etc.) sobre os valores que você tem hoje?			
		Muita influencia	Média influencia	Pouca influencia	Nenhuma influencia
Tipo de Escola	Pública	35,7%	42,3%	16,9%	5,1%
	Particular	31,7%	32,9%	26,8%	8,5%
	Religiosa	37,6%	44,1%	13,9%	4,4%
Total	N	260	299	131	41
		35,6%	40,9%	17,9%	5,6%

Fonte: dados organizados pela pesquisadora

Professores, religiosos e políticos tem grau de importância bem diferente para o progresso da sociedade. Os professores na visão dos estudantes (68%) são muito importante, já os religiosos alcançaram 34% e os políticos somente 17%.

Gráfico 1 – Religiosos políticos e professores: importância para a sociedade

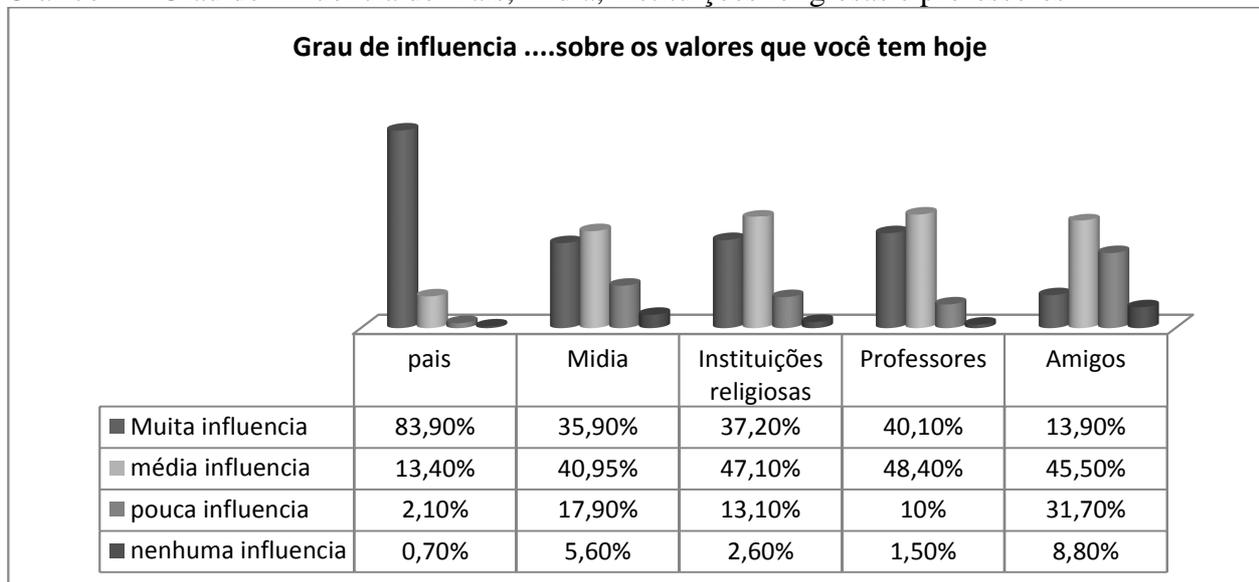


Fonte: dados organizados pela pesquisadora

Quando se trata de valores os pais são as pessoas que mais influenciam os valores dos adolescentes, numa proporção de 83,9% em seguida vem os professores com 40,1%, as

instituições religiosas com 37,2% e por fim a mídia com 35,9%. Curiosamente religiosos e mídia estão muito próximos. Os amigos surpreenderam em tratando-se de adolescentes.

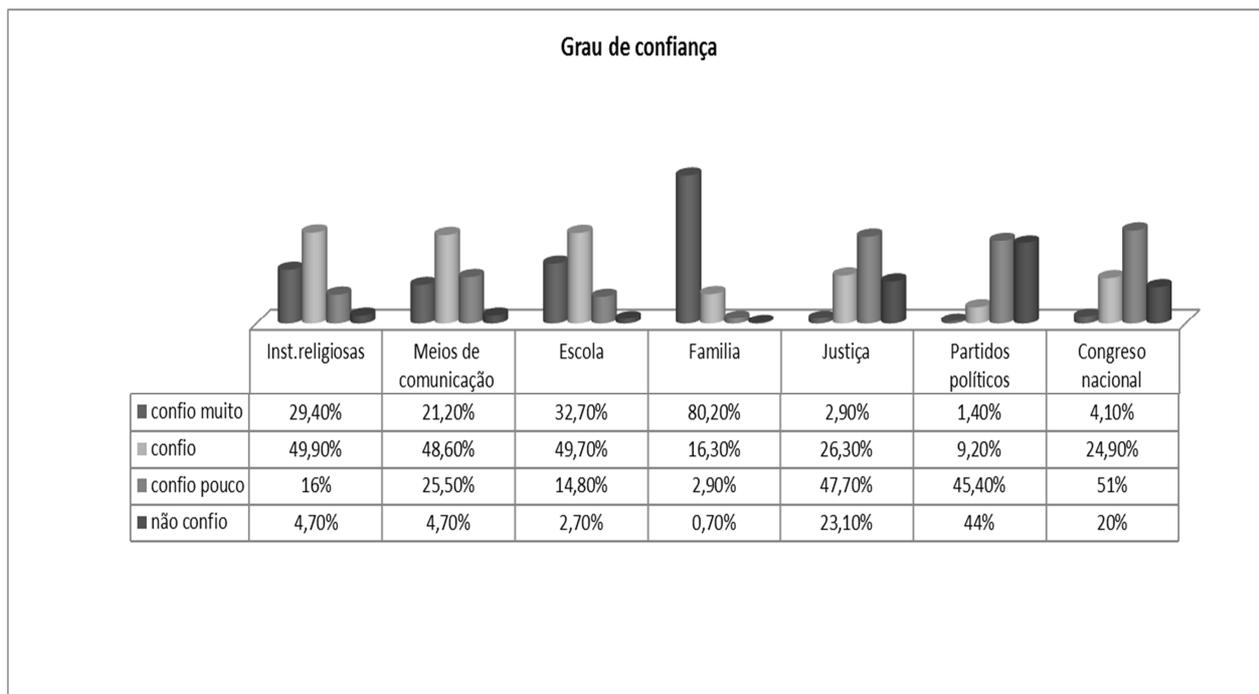
Gráfico 2 – Grau de influencia de Pais, mídia, instituições religiosas e professores



Fonte: dados organizados pela pesquisadora

No gráfico 3 verificamos que os dados corroboram os resultados anteriores, família e escola são atualmente as instituições mais poderosas quanto a confiança e grau de influencia junto as crianças e adolescentes. Os partidos políticos e o congresso nacional gozam de grande desprestígio junto às crianças e adolescentes.

Gráfico 3 – Confiança na família, escola, justiça, igreja e mídia



Fonte: dados organizados pela pesquisadora

A questão da formação da identidade passa queiramos ou não por uma ou mais comunidades de referencia, e os pais e os professores parecem ser segundo essa investigação elementos muito importante na construção da identidade de crianças e adolescentes. Como diz Calude Dubar apud Baumann (2011, p.25) "a identidade não passa de um resultado ao mesmo tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estruturado de diversos processos de socialização que de uma só vez constroem os indivíduos e definem as instituições".

Essa socialização não é um processo unilateral com apenas uma via de mão única, mas um produto estável da contínua interação entre ansiar por liberdade individual de autocriação e também forte desejo de segurança que só pode ser oferecido pelo selo de aprovação social, confirmado por uma comunidade ou comunidades de referencia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando a mídia é muito importante na construção dos valores morais de adolescentes e pré adolescentes é necessário que as famílias e as escolas revejam urgente essa questão. Além de desviar o foco da cidadania para o consumo a mídia levou as pessoas a se acomodarem com a facilidade das informações recebidas.

As informações já chegam resumidas, pensadas e censuradas por outros e recebidas como verdadeiras pela maioria da população que se contenta em ver através dos olhos dos outros cujo interesse é o domínio político e econômico. A internet que se projetou como principal instrumento de comunicação da modernidade, não ocupou diretamente o lugar da TV, mas está lado a lado com os mesmos objetivos financeiro e econômico. Cabe à educação contribuir para a formação crítica dos estudantes, apoiando a família e buscando novas formas de alertar os estudantes para a influência subjacente da mídia nas suas escolhas e decisões.

Segundo Bessa (2011) pais e professores são elementos importantes na criação de estratégias educativas para o desenvolvimento de programas de socialização e alfabetização econômica que possibilitem às crianças a compreensão dos processos mais gerais por meio dos quais os sujeitos constroem um modelo coerente e organizado do mundo social em que vivem. Essa mesma autora diz ainda que tanto pais como professores podem prover ações como: Ajudar os alunos a se reconhecerem como consumidores inseridos numa sociedade de consumo; compreender os elementos envolvidos nas atitudes de consumo; conhecer o conteúdo e as normas mais importantes relacionadas com os direitos e obrigações dos consumidores; saber como exercer estes direitos através dos mecanismos estabelecidos; conhecer as formas de produção que, para atender o consumo irracional pode afetar nossos direitos como consumidores. Além disso, se familiarizar com as regras gerais dos contratos e das relações de mercado; conhecer as obrigações individuais que contribuem para o bem-estar das outras pessoas; conhecer as regras de financiamentos e formas de pagamentos que se aplicam nas transações comerciais de qualquer natureza; conhecer as regras para etiquetagem e embalagem dos produtos.

Para Delval (2006) tal formação não se limita somente a educação infantil, mas prossegue no ensino fundamental, para chegar a ideias que só terão forma adequada no ensino médio e no bacharelado.

Os resultados dessa investigação nos permitiram tirar algumas conclusões importantes: os estudantes de escolas religiosas e particulares são os mais influenciados por instituições religiosas. O fato de estudarem numa instituição religiosa pode predispor os estudantes a valorizar as instituições religiosas e os religiosos. Contudo os estudantes religiosos são mais influenciados pela mídia (TV, Internet). O grau de confiança nos meios de comunicação aumenta no ensino médio em todos os tipos de escola, e de desconfiança nas instituições religiosas e nos religiosos diminui quanto maior a idade do adolescente. Esse é um fenômeno que carece de mais investigação.

Os mais desconfiados quanto aos meios de Comunicação são os estudantes da escola pública, e os mais crédulos são os estudantes das escolas religiosas. Contudo o grau de confiança dos estudantes nos meios de comunicação ainda é muito alto. Esses estudantes podem ser manipulados por esses mecanismos, uma vez que não tenha sido construído um senso crítico apurado que os ajude a perceber as manipulações, sociais, ideológicas e econômicas. O tipo de escola não apresentou diferença significativa, quanto aos meios de comunicação, ou seja, a amostra é homogênea, e o pensamento de estudantes de escolas públicas, particulares e religiosas é similar. 76,5% dos estudantes disseram que a mídia tem muita ou média influencia sobre os seus valores, 17,9% alegaram pouca influencia e somente 5,6% disseram que a mídia não tem nenhuma influencia sobre seus valores. Os índices entre as escolas públicas e particulares foram homogêneos.

Quando se trata de valores os pais são as pessoas que mais influenciam os valores dos adolescentes, numa proporção de 83,9% em seguida vem os professores com 40,1%, as instituições religiosas com 37,2% e por fim a mídia com 35,9%. Curiosamente religiosos e mídia estão muito próximos.

Apesar da forte concorrência da mídia, escola e professores, esses continuam exercendo forte influencia na construção de valores dos estudantes do 6º ao 3º ano do Ensino médio. Não podemos esperar que os alunos do ensino fundamental compreendam claramente a ideia de desenvolvimento sustentável por exemplo, mas essa ideia deve ser bem clara na mente dos professores desde as primeiras séries, o mesmo ocorre quanto aos valores.

REFERENCIAS

BAUMANN, Zigmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Tradução: Alexandre Werneck. Rio de Janeiro Editora Zahar. 2011.

BAUMANN, Zigmunt. **Danos colaterais: Desigualdades sociais numa era global.** Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Editora Zahar. 2011a.

BESSA, Sônia. **Do consumo ao consumismo: Análise dos hábitos e condutas de consumo e endividamento.** Editora CRV 2011.

DELVAL, Juan. **Manifesto por uma Escola Cidadã.** Papirus. São Paulo. 2006.

LA TAILLE. Ives. **Moral e ética dimensões intelectuais e afetivas.** Editora ArtMed. 2006.

PARISER, Eli. **O filtro invisível o que a internet está escondendo de você.** Tradução: Diego Alfaro Rio de Janeiro Editora Zahar. 2011.

RODRIGUES, Jadir Gonçalves. Carisma e Poder: categorias elementares da retórica da igreja universal do reino de Deus. Goiânia. Editora Kelps. 2014.