



JORNALISMO X ENTRETENIMENTO: UMA QUESTÃO PARA MÍDIA-EDUCAÇÃO

Carly Batista de Aguiar

Luciana de Sá Lazarini

Maria Rita Teixeira Afonso¹

Universidade Estadual de Londrina

Universidade de Brasília

Resumo: A crescente diluição de fronteiras entre o jornalismo e produtos da mídia voltados primordialmente para o entretenimento, na TV, é estudada como uma questão relevante para o campo mídia-educação. Realizou-se uma análise comparativa de 40 programas das quatro maiores redes de televisão abertas e comerciais do Brasil e um trabalho prático de leitura crítica, no qual um conjunto selecionado dos programas foi estudado por 20 estudantes de licenciaturas da UEL. A opção por este público justifica-se na necessidade do futuro professor estar preparado para mediar o processo de apropriação da mídia por crianças e adolescentes. Além de buscar percepções desses receptores sobre os produtos da mídia, foram criados espaços de discussão sobre as transformações que o jornalismo tem sofrido, sobre seu papel na aquisição de conhecimento e funções da televisão em uma sociedade como a brasileira.

Palavras-chave: Jornalismo X Entretenimento, Mídia-educação, Estudos de Recepção.

INTRODUÇÃO

Para iniciar estas reflexões que colocam a diluição de fronteiras entre jornalismo e entretenimento na TV aberta brasileira como uma questão para mídia-educação, é necessário primeiro apresentar como este campo de investigação será abordado aqui. Trata-se de um campo ainda em construção que vem sendo estudado no país desde os anos 70 e de forma mais sistematizada a partir da década de 80.

¹ Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Educativa**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



No Departamento de Comunicação da UEL, trabalhos sobre esta temática são desenvolvidos desde 1999, com o projeto de ensino e pesquisa “Comunicação e Educação: um diálogo escola-mídia-Universidade”, que edita o boletim *Triálogos*² - um espaço de experimentação e aprendizagem de jornalismo impresso especializado. No ano seguinte, a temática passa a ser tratada com mais profundidade pela equipe através de um projeto de pesquisa mais amplo com o título de “Mídia e Educação: estudo de alguns cenários culturais”, que se encontra na sua fase final de conclusão.

O presente trabalho é um dos frutos deste núcleo de estudos, que ainda compreende um grupo de reflexão, cuja programação atual envolve a análise da contribuição de diversos estudiosos para a constituição do campo da mídia-educação, além de outros estudos já realizados e em curso como atividades de Iniciação Científica (programa PIBIC/Uel/CNPq) e Projetos Experimentais em Jornalismo (PEJs).

Ao longo destes três anos, os estudantes e sua orientadora, junto aos demais participantes de *Triálogos*³, têm procurado compreender as relações entre mídia e educação, sem considerar esta última apenas uma questão escolar, mas como atividade desempenhada não só no plano do ensino formal em qualquer nível, mas também pela família e pelos próprios meios de comunicação de massa que visem à formação de cidadãos. Assim, estuda-se mídia-educação tentando contribuir para uma educação **com, para** e através dos meios de comunicação.

Este trabalho apresenta peculiaridades frente às outras pesquisas desenvolvidas no âmbito dos estudos desenvolvidos pelo núcleo. Pela primeira vez, os meios de comunicação impressos não foram priorizados e a televisão foi objeto de um estudo do grupo. Não porque a equipe *Triálogos*, em particular, considere importantes apenas os produtos culturais identificados com a escrita, mas porque o ensino formal básico em geral se volta mais para essa área. Tendo em vista, portanto, que o mesmo não se observa entre muitos outros

¹ AGUIAR, LAZARINI e AFONSO são, respectivamente, professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL), mestranda em Comunicação na Universidade de Brasília (UnB) e graduada em Jornalismo pela UEL.

² Publicação trimestral que tem como público alvo principal professores das escolas públicas de ensino fundamental e médio de Londrina e que pode ser visualizada no site: www.uel.br/projeto/trialogos

³ Participam também deste núcleo de estudos a professora Dra. Luzia Yamashita Deliberador, estudantes de Jornalismo, Relações Públicas, Biblioteconomia, Pedagogia e Desenho Industrial. Além disto, outros professores universitários colaboram esporadicamente e há um conselho editorial do jornal do qual participam jornalistas profissionais e professores de escolas públicas do ensino fundamental e médio de Londrina.



segmentos da sociedade, principalmente, pelas condições sócio-econômicas do país, evidencia-se a importância de investir numa linha de reflexões sobre as interações entre a educação e a cultura audiovisual.

E não teria que ser de outra maneira, pois a TV ocupa um espaço privilegiado frente às outras mídias no país. Segundo dados do Censo 2001 do IBGE, 87% dos lares brasileiros contam com pelo menos um televisor. Sem dúvida, ela se constitui não apenas como a primeira mídia de lazer e de diversão, mas também, agora, como a primeira mídia da informação. No momento, “é ela que dá o tom, que determina a importância das notícias e fixa os temas da atualidade” (RAMONET, 1999, p. 26).

É notável que o acesso a jornais, revistas e livros – considerados, em geral, bens culturais de qualidade superior - pelos universitários e seus professores é semelhante ao da elite econômica do país e muito maior que o da grande maioria da população brasileira. Os índices de tiragem de jornais e revistas de informação, no Brasil, são muito baixos. Para os mais de 175 milhões de brasileiros, são editadas quatro revistas semanais de informação geral que, juntas, têm um índice de circulação de 2.031.086⁴ exemplares por semana e os 98 jornais diários somam aos domingos (dia de maior circulação) 5.127.236⁵ exemplares impressos.

O alto índice de analfabetismo (12,9%, segundo o IBGE) e os baixos salários da maioria da população são os dois fatores que mais contribuem para que a leitura não seja um hábito significativo entre a maioria dos brasileiros. Os audiovisuais predominam como meios de comunicação de massa e merecem atenção especial porque, ao contrário do que prevê o artigo 221 da Constituição Brasileira, a programação da maioria das emissoras de rádio e televisão não dá preferência a programas produzidos com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Por isto, quando a reflexão volta-se para a apropriação dos produtos da mídia pela maioria dos segmentos da população, mais importante do que investigar os conteúdos veiculados pela mídia impressa e consumidos pelo seu público, é compreender o que é transmitido pela televisão e de que forma é percebido por seus receptores.

⁴ Fonte: www.mapadamidia.net - pesquisa realizada em 28/12/2002, referente à circulação de das revistas Veja, Época, IstoÉ e Carta Capital em novembro de 2002

⁵ Fonte: www.mapadamidia.net - pesquisa realizada em 28/12/2002, referente à circulação dos 98 jornais diários cadastrados no site.

A maneira como as quatro redes de televisão de maior audiência no país⁶ cumprem (ou descumprem) sua finalidade informativa é a preocupação deste trabalho, que procura respostas para as questões: Que programas estão mesclando jornalismo e entretenimento? Que tipo de jornalismo os programas de entretenimento estão explicitando? Como o jornalista e sua prática profissional estão situados (apropriados, transformados) nestes programas? A diluição de fronteiras entre os dois gêneros é percebida pelo público? Que impactos essa diluição traz para o acesso do cidadão à informação formativa? Estas questões foram discutidas com um segmento que merece atenção especial: estudantes de licenciatura, futuros mediadores da mídia para crianças e adolescentes.

Nos primeiros três anos, os estudos dos integrantes do projeto *Triálogos* envolveram professores do ensino da rede pública de Londrina. Percebeu-se, então, que a discussão sobre a temática está quase ausente nos cursos de formação de professores. No entanto, ao chegarem às salas de aulas, eles percebem o impacto que a mídia tem na aquisição de conhecimento. E, muitas vezes, não encontram subsídios para uma leitura crítica desse tipo de produção cultural com seus alunos. Tais suposições iniciais foram objeto de questionamento no decorrer deste estudo.

À identificação da necessidade de discussão dos meios com os futuros professores no momento em que eles ainda se preparam para sua futura profissão, seguiu-se outra. Como fazê-lo? Este trabalho poderia ser feito de muitas maneiras. Optou-se, no entanto, por um evento, com características de pesquisa propriamente dita, orientado por indagações fundamentadas teoricamente e com metodologia adequada para que as respostas e novas indagações surgidas pudessem ser sistematizadas, mas também que pudesse constituir-se em um espaço para uma ação cultural formativa e de caráter prático. Deste modo, foi proposta a I Jornada de Mídia e Educação, realizada em dezembro de 2002. Foram cinco encontros com cerca de 20 estudantes de cinco cursos de licenciatura da UEL⁷. Os trabalhos desenvolvidos na ocasião serão abordados mais adiante.

Em um estudo participativo como este, é fundamental a investigação dos hábitos culturais de um grupo a fim de compreender a apropriação que ele faz das mensagens e dos produtos dos meios de comunicação de massa. Neste sentido, foi aplicado o questionário

⁶ Rede Globo, SBT, Rede Record e Rede Bandeirantes.

⁷ Pedagogia, Letras, História, Ciências Sociais e Filosofia.



“Você e seus hábitos culturais”, com a finalidade de conhecer quem são esses estudantes, seus hábitos de consumo da mídia (jornais, revistas, TV, rádio, Internet e cinema) e como eles percebem os hibridismos apresentados nos programas que são objetos deste estudo. Os dados foram interpretados quanti e qualitativamente e alguns elementos mais significativos da terceira parte serão apresentados a partir da página 9.

Dados os limites de espaço e tempo desta oportunidade optou-se por apresentar, nesta comunicação, algumas referências que embasaram o estudo e algumas das percepções que tivemos ao final da sua realização, sem a pretensão de oferecer um relato minucioso da reflexão teórica, das opções metodológicas e sem nos aprofundarmos nas conclusões finais a que chegamos.

1. A ESTRUTURA DA TV

O detalhamento da estrutura das redes de televisão não é objeto deste trabalho. No entanto, evidenciar alguns dos seus aspectos mais importantes é necessário, principalmente, para a compreensão do modo como a diluição de fronteiras entre jornalismo e entretenimento foi se estabelecendo, tão fortemente, neste meio. Saber quem são os donos das emissoras de TV no Brasil, como se unem para formar redes e que atrações oferecem ao público é um dos primeiros passos para quem busca explicações para a baixa qualidade da programação televisiva.

Um dos raros levantamentos divulgados na imprensa sobre a concentração de emissoras de TV (LOBATO, 16/9/2000) mostra que sete famílias detêm o controle das redes televisivas abertas e comerciais de alcance nacional. Além disso, os políticos são proprietários de, pelo menos, 24% das emissoras do país. São 250 concessões de emissoras comerciais que transmitem a programação de seis grandes redes nacionais: **Globo**, **SBT**, **Bandeirantes**, **Record**, **CNT** e **Rede TV**. Só a **Rede Globo** tem participação societária em 32 concessões de emissoras, mais de 12% do total existente no país; sendo que dez delas são concessões próprias.

As quatro redes de TV que foram estudadas neste trabalho não utilizam os mesmos critérios para classificar sua programação. Todas elas destinam 5% do total do tempo no ar ao jornalismo, cumprindo a exigência da legislação brasileira que regulamenta a programação,



como foi possível verificar através programação das redes em cadeia nacional nos *sites* oficiais das emissoras.

A **Globo** é a rede que mais espaço dedica ao jornalismo; das suas 24 horas diárias, cinco são dedicadas ao jornalismo, ou seja, 15,8 pontos percentuais acima do mínimo exigido. A **Record**, em segundo lugar, dedica 4h30min a programas jornalísticos, o que corresponde a 18,75% das 24 horas que a rede fica no ar. A **Bandeirantes** fica em terceiro (14,3% de 21 horas). O **SBT** cumpre à risca a exigência, dedicando apenas uma das 20 horas de programação ao gênero, exclusivamente durante a madrugada -6h30 (*TJ Manhã*) ou 3h20 (*Jornal do SBT*), o que só é possível devido a uma brecha na legislação, que não especifica os horários em que o jornalismo deve ser veiculado.

Estas redes também levam ao ar novelas, séries, atrações infantis, *talk shows*, filmes e, cada vez mais, programas de variedades, nos quais é possível encontrar dicas de beleza, receitas culinárias, fofocas. Estes programas e os telejornais, espaço tradicional da informação, têm explicitado práticas de jornalismo na televisão. Mas, que conteúdos as “notícias” da televisão divulgam? Com que tipos de informações trabalham?

2. FORMAÇÃO *VERSUS* DIVERSÃO

Ao analisar as notícias (e “notícias”) veiculadas pela televisão, percebe-se que as emissoras trabalham a informação de duas maneiras. As informações cujos conteúdos contribuem para a construção de conhecimento útil e ajudam o indivíduo a participar mais ativamente na vida social foram denominadas “informações formativas”. São aquelas que veiculam conteúdos de relevância social e informam sem deixar lacunas e sem privilegiar o aspecto fantástico ou as curiosidades dos acontecimentos.

Por outro lado, telejornais, programas de variedades e *talk shows* têm oferecido ao público uma sobrecarga de informações de nenhuma relevância social. Essas “informações” são aqui classificadas na categoria “informações como diversão”. O elevado interesse pela veiculação de tais conteúdos não é um fenômeno recente. Na década de 60, MORIN já afirmava que a cultura de massa vedetiza não somente a informação, mas também cria vedetes da grande imprensa, “os olímpicos modernos” (MORIN, 1967, p. 111).

Uma das questões-problema constitutivas da presente pesquisa é que, ao tratar as informações como diversão, a TV não somente estaria veiculando conteúdos desnecessários e fúteis, como também limitando o acesso a informações formativas (para especificá-los já de modo avaliativo) necessárias para o exercício da cidadania em uma sociedade democrática.

BORDIEU classificou as matérias sem relevância social como “notícias que distraem”. Segundo ele, a televisão atrai a atenção para fatos que interessam a todos; “fatos *omnibus*” que formam consenso. Um artigo do jornal *Le Monde*, em 5 de julho de 1997 e comentado por HALIMI (1998, p.66) evidencia o tipo de preocupação dos meios de comunicação de massa: mercadológica (guiados por índices de audiência) e ideológica (desviam o público de informações importantes). Cabe observar que a grande presença de conteúdos voltados para a diversão não é característica só da mídia de países periféricos como o Brasil.

A diluição de fronteiras entre o jornalismo e o entretenimento também não é recente, posto que, “a cultura de massa extravasa o imaginário e ganha a informação” (MORIN, 1967, p.103). De acordo com este autor, os programas de televisão são distribuídos segundo uma alternância entre documentário e espetáculo, ao passo que, no cinema, ao lado do grande filme romanesco, há uma parte de atualidades. Assim, na cultura de massa, informações destacam o lado fantástico da realidade e a ficção, o realismo. O jornal metamorfoseou-se, tornando-se “mais um veículo de divertimento do que um veículo de informação” (BOGART *apud* MORIN, 1967, p. 107). Com a informação vedetizada, tudo o que é comovente, sensacional, excepcional e de sucesso tem espaço garantido nos telejornais e programas de variedades.

3. UMA EXPERIÊNCIA EM MÍDIA-EDUCAÇÃO

A I Jornada de Mídia-Educação se constituiu em um estudo participativo interdisciplinar de reflexão sobre a mídia com estudantes de licenciatura em diferentes etapas da graduação e de diversas idades. Procurou-se estabelecer um espaço de trocas e reflexões sobre as questões-problema deste trabalho.

O trabalho foi dividido em cinco eixos temáticos: (1) “Os meios de comunicação na perspectiva da mídia-educação”, (2) “Um olhar crítico sobre a televisão”, (3) “A televisão no cotidiano dos cidadãos”, (4) “A representação do jornalismo na televisão” e (5) “Propostas

para estudos em mídia-educação”. A Jornada foi coordenada de modo a funcionar como um grupo de estudos sobre a temática, baseado principalmente na discussão de textos de estudiosos da mídia⁸, de vídeos previamente preparados pela equipe e dos programas selecionados para análise. Assim, esta pesquisa não se constituiu só em um estudo dos programas em que a diluição de fronteiras é evidenciada. As análises das pesquisadoras foram confrontadas com as dos receptores, que fizeram novas considerações sobre esses produtos culturais e trouxeram contribuições importantes para que as questões norteadoras do projeto fossem compreendidas, e novas questões fossem consideradas para constituição de novas problemáticas para futuros estudos.

A partir da discussão pontual sobre os textos e demais materiais estudados, da observação participante do desenvolvimento destas atividades e da interpretação dos dados obtidos no questionário, buscou-se compreender se os estudantes percebiam a diluição entre jornalismo e entretenimento e se vêem isto como um fator comprometedor ao acesso do cidadão à informação formativa. E, finalmente, de que modo situariam a questão quanto a sua relevância para o campo da mídia-educação.

Em um dos momentos da Jornada, foi apresentada uma “reportagem” exibida no programa *Domingo Legal*, do **SBT**, no dia 17/11/2002, sobre o trabalho da dançarina Carla Perez. Depois da exibição, lançou-se a questão: “Isto é uma reportagem jornalística?” As opiniões se dividiram. Os que achavam que era uma reportagem, justificaram que havia “fatos reais” (história verídica), houve uma “ordenação das imagens” (edição). Uma das participantes disse que não se tratava de uma reportagem, mas de uma homenagem, embora percebesse que o tratamento (formato e linguagem) era o mesmo utilizado em reportagens.

⁸ Foram trabalhados os seguintes textos: ADORNO, Theodor. “A indústria cultural” IN: COHN, Gabriel (org). Comunicação e indústria cultural São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975, p. 287-295.

_____. “Televisão, consciência e indústria cultural” IN: COHN, Gabriel (org). Comunicação e indústria cultural São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975, p. 346-354.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo. São Paulo, Editora da USP, 2001 p. 97-109

MARTÍN-BARBERO, Jesus e REY, German. Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual, ficção televisiva. São Paulo, Editora Senac, 2001 p. 21-63.

MORIN, Edgar. Cultura de Massas no Século XX, o espírito do tempo. Rio de Janeiro, Forense, 1967 p.37-51; 71-80.

RAMONET, Ignácio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis, RJ, Vozes. 1999 p.132-138.

THIOLLENT, Michel. “Televisão, trabalho e vida cotidiana”, texto apresentado no Simpósio Televisão, cultura e classes trabalhadoras, durante o 33º Congresso da SBPC, Salvador, BA, 11/7/1981



Para ela, o material apresentado não poderia ser considerado jornalístico porque “só mostrava um lado” e, numa reportagem, tem-se várias opiniões.

Um dos participantes ressaltou que a ausência de representação de diversas opiniões também ocorre nos espaços tradicionais do jornalismo. Assim, a análise deixou de ser pontual e foi ampliada para toda a programação. Foi citada a cobertura da “Guerra do Afeganistão”, quando, segundo eles, só o ponto de vista dos EUA foi apresentado. Eles identificaram, na “reportagem” exibida, a auto-referência (“só usaram imagens da dançarina/apresentadora nos programas do SBT”), mas disseram que todos os veículos agem desta maneira. Um estudante lembrou de outros exemplos históricos em que assuntos de nenhuma relevância social foram abordados: “O nascimento da Sasha (filha da apresentadora Xuxa) merecia uma reportagem?”

Posteriormente, na interpretação dos dados coletados em questionário, foi possível saber que 29% deles assistem regularmente a *Domingo Legal* e que 65% já o assistiram. Apenas um dos entrevistados não conhecia a atração televisiva, que é percebida por 88,2% como “entretenimento”. Os outros dois entrevistados criaram as categorias: “sensacionalista” e “uma mistura de tudo”.

No evento, foram discutidas propostas de continuidade da Jornada devido ao interesse explicitado pelos participantes em prosseguirem as reflexões sobre mídia-educação. Uma delas foi a criação de um Grupo de Estudos em Mídia-Educação, formado por alguns estudantes de licenciatura que participaram da Jornada e pelos membros do *Triálogos*, aberto a outros professores e estudantes que se interessassem pela idéia. Os integrantes pretendem, numa primeira etapa, discutir autores⁹ que contribuíram para o campo da mídia-educação. Os participantes da Jornada também manifestaram interesse em propor, oficialmente, às estâncias superiores da Universidade, a realização de uma discussão com toda a comunidade acadêmica sobre uma possível utilização das concessões de TV que a UEL dispõe. No segundo semestre letivo de 2003, este grupo pretende preparar a II Jornada de Mídia-Educação.

⁹ Foram programadas discussões com as seguintes temáticas sugeridas por um grupo que sistematizou a proposta do núcleo de estudo: (1) PAULO FREIRE E FREINET: Comunicação e Educação no espaço escolar; (2) MARTÍN-BARBERO: mídia, cultura popular, cultura de massa, mediações...; (3) Teoria crítica: contribuições para o campo da mídia-educação, (4) KAPLÚN e OROZCO: mídia-educação para a transformação social e (5) UMBERTO ECO: a crítica da mídia por um intelectual midiático.



4. JORNALISMO E/OU ENTRETENIMENTO

Foram coletados dados sobre a audiência dos programas televisivos e foi solicitado que os entrevistados também os classificassem como: programas de entretenimento, jornalísticos ou de entretenimento e jornalismo simultaneamente. Havia ainda a possibilidade de serem criadas, por eles, novas classificações para as atrações televisivas. Desta maneira, foi possível analisar como esses programas são percebidos pelo público.

Seis telejornais das quatro emissoras de maior audiência no país foram considerados por todos que os classificaram como jornalísticos: *Bom Dia Brasil*, *Jornal do SBT*, *TJ Manhã*, *Band News*, *Jornal da Noite* e *Jornal da Band*. Os demais foram também considerados programas de entretenimento e jornalismo/entretenimento. Na **Rede Globo**, por exemplo, *Bom Dia Brasil* foi o único programa da emissora em que os entrevistados não identificaram hibridismo entre jornalismo e entretenimento, já que teve classificação unânime como “jornalístico”. O primeiro telejornal do dia exibido pela **Rede Globo** é assistido regularmente por apenas 23% dos entrevistados e 71% deles já assistiu a *Bom Dia Brasil*.

Fantástico foi a atração mais classificada como um junção entre jornalismo e entretenimento: 88,2%. Seu conteúdo editorial explica a percepção dos entrevistados que identificaram hibridismos, já que o programa apresenta informações sobre acontecimentos relevantes da atualidade seguidas de quadros de entretenimento. Assistido regularmente por 53% dos entrevistados, também foi considerado por um estudante unicamente como jornalístico e por outro como de entretenimento.

23,5% dos entrevistados identificaram, no *Jornal Hoje*, a diluição de fronteiras entre jornalismo e entretenimento. Conhecido por todos os estudantes e assistido regularmente por 59% dos participantes, foi o telejornal que atingiu a menor porcentagem na categoria “programa jornalístico”. Astrologia, culinária e os principais fatos nacionais e internacionais já estiveram presentes, lado a lado, no programa -o que contribuiu para que 13 universitários, de um grupo de 17, o classificasse como um híbrido.

Apesar do número de entrevistados que classificou o *Vídeo Show* como um programa estritamente de entretenimento ser alto (88,2%), duas pessoas identificaram elementos do jornalismo e do entretenimento. Conhecido por todos os entrevistados e assistido regularmente por 17% deles, apropria-se da representação do jornalista utilizando atores para



fazerem as entrevistas (formato jornalístico), cujos conteúdos são sempre voltados à auto-referência das demais atrações da emissora.

Jornal Nacional, telejornal que apresenta o mais alto índice de audiência no IBOPE é assistido regularmente por 59% dos entrevistados e já foi visto por 41% deles. Foi considerado como um híbrido por dois estudantes, mesmo índice alcançado por *Video Show*, que não é produzido pela Central Globo de Jornalismo, mas pela Central Globo de Produções. A grande maioria (88,2%) o identificou como jornalístico.

O *Jornal da Globo*, que é exibido diariamente à meia noite, foi o programa mais assistido regularmente pelo grupo (65%), que o percebe majoritariamente como de jornalismo. 16 estudantes o classificaram como jornalístico e um entrevistado o identificou como programa de jornalismo e entretenimento.

Linha Direta, que já foi assistido por 76% dos entrevistados, é visto regularmente por 12% dos estudantes e os demais (também 12%) não o conhecem. Um índice preocupante foi identificado em sua classificação: 41,2% dos estudantes de licenciatura consideraram a atração um produto jornalístico. O programa de denúncia reconstitui crimes por meio de simulações, buscando obter denúncias de seus telespectadores a fim de solucionar casos de polícia. Como foi estudado por MENDONÇA (2002, 46), o programa reflete um conflito entre a mídia e a justiça, já que a primeira busca ocupar o espaço social da segunda. 29,4% dos estudantes o identificaram como entretenimento. Uma possível explicação para isto é que o programa apropria-se de elementos da dramaturgia, assemelhando-se, muitas vezes, a um filme policial. A fusão entre a Central Globo de Produção e a de Jornalismo pode ter contribuído para o índice de 11,8% dos entrevistados que o identificaram como um híbrido. Também foi classificado como: “informativo”, “policial”, “programa com fim específico”, todos estes com 5,9% cada.

O *Programa do Ratinho*, exibido em horário nobre pelo SBT, já foi assistido por 15 entrevistados e só é visto regularmente por um dos estudantes. Apenas um entrevistado nunca o assistiu. Considerado como “entretenimento” por 88,23%, o programa apresenta brigas e fatos grotescos.

Diferente dos outros telejornais do SBT, que tiveram classificação unânime como de “jornalismo”, *SBT Notícias*, desconhecido por apenas dois estudantes, foi o único considerado, por um entrevistado, como um híbrido.

Falando Francamente, que se propõe, segundo seu *site* oficial, a oferecer informações qualificadas sobre artes, comportamento, política, saúde, economia e educação não foi considerado por nenhum dos entrevistados como jornalístico, nem mesmo como um programa híbrido. Sete pessoas o classificaram como “entretenimento” e um como “lixo”. O programa é desconhecido por 59% dos entrevistados e já foi assistido por 41% deles. Nenhum estudante o assiste regularmente.

Das nove pessoas que classificaram *Note a Anote*, todas os consideraram como “entretenimento”. 53% dos entrevistados não o conhecia e 47% já havia assistido ao programa. Apresentado pela jornalista Claudete Troiano, tem entradas de matérias produzidas pela redação de jornalismo da Rede Record, ao mesmo tempo em que noticia assuntos típicos da chamada *imprensa people*, gênero jornalístico que cultua a vida privada de celebridades.

Cidade Alerta, que se auto-intitula “jornalismo verdade” apresentando notícias policiais com um tom sensacionalista já foi assistido por 70% dos entrevistados e é desconhecido por apenas três estudantes. Foi considerado jornalístico por 11 entrevistados das 15 pessoas que responderam esta questão. Um deles, no entanto, criou a categoria “jornalismo”, escrito entre aspas, o que expressa sua crítica a este tipo de jornalismo que é amplamente produzido e rotulado como tal. Além disso, três o perceberam como jornalismo e entretenimento e uma pessoa o classificou exclusivamente como entretenimento.

Dos sete entrevistados que responderam à classificação do *Brasil Urgente (Bandeirantes)*, 57,10% o interpretaram como “jornalismo” e 42,9% como “entretenimento”. 71% dos entrevistados nunca assistiram à atração, que já foi vista por 29% deles. É importante ressaltar que nenhum dos estudantes entrevistados tem o hábito de assistir ao programa regularmente.

Band News, assim como o *Jornal da Band* foram considerados como jornalísticos por 100% dos entrevistados. O primeiro é assistido regularmente por apenas 18% dos estudantes, ao passo que o segundo é visto habitualmente por 23% deles. O maior índice obtido pela categoria jornalismo e entretenimento da **Bandeirantes** foi do programa *Dia-Dia*. Metade das pessoas que responderam, classificou-o como um híbrido. O restante (quatro pessoas) se dividiu igualmente entre as classificações exclusivamente “jornalismo” e unicamente “entretenimento”. Um dado importante a se considerar é que mais da metade dos entrevistados (59%) não o conhecia e apenas um estudante o assiste regularmente.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas discussões realizadas e apontamentos que chegaram às mãos dos coordenadores ao longo da Jornada foi nitidamente explicitado pelos futuros professores que eles consideram que as instituições de ensino formal não são as únicas responsáveis pela formação do cidadão e que, dentre as práticas sociais mais influentes da contemporaneidade no campo do poder simbólico, cabe ao jornalismo uma parcela significativa nessa tarefa.

Sobre a concretude desta percepção enfatizou-se que a realização do potencial formativo do jornalismo, em específico, e da televisão, em geral, requer que a mídia tenha compromisso efetivo com a transmissão de conteúdos de relevância social. Haja visto que, em mais de meio século de existência, a TV conquistou a atenção de milhões e milhões de brasileiros. É, sem dúvida, um “veículo que oferece infinitas oportunidades e abre um sem-fim de possibilidades para o exercício do jornalismo e da criação. Mas é um veículo perigoso como um Porsche quando posto em mãos mal-intencionadas” (NEPOMUCENO, 1991, p.211-212).

Ver a questão da relação mídia-educação deste modo é aprofundar as chances de tornar conseqüente a compreensão de que a mídia não é mera veiculadora de informações, mas, também, articuladora de significados que, por sua vez, não só transmitem valores morais e formas de condutas, mas também constituem vias de orientação para ações sócio-culturais, no sentido mais amplo do termo. E, em se tratando de futuros professores, é um passo promissor para a formação de mediadores, criadores, eles mesmos, de novas formas para a leitura crítica e consumo atento das mensagens veiculadas pela mídia.

De fundamental importância neste tipo de processo formador envolvido na pesquisa foi a percepção do significado mais amplo da evidente necessidade de compreensão tanto das demandas sociais dos cidadãos/telespectadores como da apropriação que estes fazem dos conteúdos simbólicos da mídia. Com essa preocupação, o pesquisador se afasta da equação simplista que normalmente é formulada quando o assunto é a baixa qualidade televisiva. Ou seja, aquela idéia de que a programação da TV aberta é ruim porque é o que os telespectadores desejam consumir. É importante lembrar que “consumo no significa necesariamente satisfacción; pero la no satisfacción tampoco genera una abstención del consumo.” (KAPLÚN, 1992, p.158).



Neste sentido, a argumentação de Umberto ECO (1968; p.348) é apropriada quando ressalta que não é o público que determina a qualidade da programação televisiva. Mas seu gosto é modelado e adaptado pelos produtores e donos de conglomerados televisivos, que, por sua vez, agem com o intuito de contentar o maior número de anunciantes possível.

Sendo os estudantes de licenciaturas futuros mediadores do consumo que a juventude faz dos meios de comunicação, a reflexão sobre suas mensagens deve fazer parte de sua formação acadêmica. Desse modo, justifica-se a relevância de criação de espaços para experiências interdisciplinares em mídia-educação. Ao fazê-lo, a universidade pode, inclusive, evoluir para a criação, desenvolvimento e consolidação de instâncias de responsabilização da mídia.

O desafio embutido nesta aspiração é de que efetivamente se conheça a mídia, seus produtos e seus receptores. Muitas vezes, e particularmente no caso do pesquisador em mídia-educação, isto implica a necessidade de estudar objetos que pessoas com patrimônio cultural mais voltado para apropriação de produtos considerados de melhor qualidade não escolheriam nem consumiriam. Como ocorreu neste trabalho, tempo significativo foi despendido na observação de programas com baixíssima qualidade cultural. O mesmo desafio se apresenta diariamente para o professor em sala de aula. Neste sentido, entende-se que a programação da televisão aberta brasileira deve ser objeto de estudos em mídia-educação, considerando que “(...) cumpre torná-los objeto de uma pesquisa que não tema submetê-los a todas as verificações. Que não tema, sobretudo, empregar instrumentos demasiadamente nobres para objetos vis.” (ECO, 1979, p. 29.)

A experiência de pesquisa participativa, que teve aqui alguns dos seus aspectos apresentados, também teve que se valer da combinação de formas diferentes de instrumentos para captar as percepções dos estudantes não só sobre o funcionamento da mídia e seus próprios hábitos culturais relacionados com os meios de comunicação em geral. Ela foi também necessária para ajudá-los a perceber e refletir sobre os hibridismos de diversos programas televisivos que sobrepõem jornalismo e entretenimento e da própria importância desta questão para a mídia-educação. Daí a utilização de questionários, entrevistas e grupos de discussão no intuito de compreender até que ponto estas transformações são percebidas. Aliadas à interpretação dos dados quanti e qualitativos ali coletados, foram de fundamental



importância às discussões realizadas no âmbito da Jornada de Mídia-Educação e registradas ao longo dos encontros.

Finalmente, vale recordar que a investigação dos hábitos de consumo da mídia pelos cidadãos, suas percepções com relação aos bens simbólicos ofertados por ela e, em suma, a compreensão mais aprofundada do modo como se dá a apropriação dos produtos da mídia, incluindo as transformações que produtores culturais e sua recepção experimentam ao longo da história, são fundamentais para o estudo da cultura contemporânea e os poderes que a estabelecem. Assim, entende-se que o estudo das múltiplas faces do funcionamento dos meios de comunicação de massa é tanto relevante para a compreensão da sua importância para a vida social como um todo, quanto incorporem a compreensão da sua interface com os processos educativos.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. “A indústria cultural” IN: COHN, Gabriel (org). Comunicação e indústria cultural São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975, p. 287-295.
- _____. “Televisão, consciência e indústria cultural” IN: COHN, Gabriel(org) Comunicação e indústria cultural. SP: Companhia Editora Nacional, 1975, p. 346-354.
- AGUIAR, Carly Batista de e DELIBERADOR, Luzia Yamashita. Mídia-educação: Estudo de alguns cenários culturais, Anais do IX SIPEC/Sudeste, Campos dos Goitacazes. CD-ROM,
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1996
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1988 ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1967.
- HALIMI, Serge. *Os novos cães de guarda*. Petrópolis, RJ, Vozes, 1998.
- KAPLÚN, Mario. “El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación-acción ante los nuevos desafíos” IN: MELLO, J.M. (coord). *Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*. São Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación/ Escola de Comunicações e Artes, 1992, p. 153-165.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia- estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.
- KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo. São Paulo, Editora da USP, 2001 p. 97-109.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001
- LOBATO, Elvira. “Concessões crescem em família”. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, Caderno Especial: TV Brasileira 50 anos, p.3, 16/9/2000
- MENDONÇA, K. *A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta*. RJ: Quartet, 2002.
- MOTTER, Paulino. *A batalha invisível da Constituinte – Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil*. Dissertação de mestrado, Brasília, DF, UnB, 1994
- NEPOMUCENO, Eric. “A construção da notícia (1)” in: NOVAES, Adauto e outros - *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo, Companhia das Letras, 1991.
- SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e os seus efeitos*. Lisboa, MinervaCoimbra, 2000
- RAMONET, Ignácio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis, RJ, Vozes. 1999.