

Uma reflexão sobre o papel dos canais educativos no Brasil¹

Cristiane Mafacioli Carvalho²
Universidade de Cruz Alta

Resumo: O artigo reflete acerca do papel dos canais educativos no Brasil e questiona a verdadeira função desse tipo de tevê, considerando as práticas atuais do mercado televisivo. Para isso, contextualiza as questões a partir do desenvolvimento tevê educativa no Brasil e de como se comportam, hoje, os canais que produzem esse tipo de programação. A partir do conhecimento de outros modelos (britânico e francês), observa-se as relações com o modelo brasileiro, fundando, aí, a principal problemática encontrada: o fazer televisivo educativo, no Brasil, é pautado pelo fazer comercial, fato esse que compromete a abordagem dos conteúdos ditos educativos. Discute-se, ainda, a adequação da linguagem dos conteúdos desses programas num formato televisivo que deve evitar reproduzir, apenas, a sala de aula na tela, provocando o interesse do público-alvo.

Palavras-chave: comunicação e educação; tevê educativa; linguagem televisiva

Introdução

Com o desenvolvimento da sociedade, o homem contemporâneo passou a dispor de um tempo exíguo para informar-se. Por isso, dentre os meios de comunicação – livros, jornais e revistas – a tevê assumiu papel de destaque, por ser uma forma mais ágil de informação, além de visualmente estimulante. Através da televisão, é possível estabelecer contato com outros mundos, outros povos e culturas. Nessa perspectiva, a tevê se apresenta, também, como uma oportunidade de aprendizagem, pois, se ela entretém, é inegável que informa e, de certo modo, educa.

Mas isso se dá de modos diversos e ocorre em diferentes níveis. Charaudeau (1997) propõe a consideração a duas possibilidades de intensidade de informação, que chama de *hipótese baixa* e *hipótese alta*. A primeira parte do princípio de que informar é transmitir um saber a quem não o possui, em que o teor de informação é tanto mais forte quanto maior for o grau de ignorância do seu alvo. Assim, se a informação midiática procura se endereçar a um alvo constituído do maior número possível de receptores, ela deve pautar-se por uma *hipótese baixa* sobre o grau de conhecimento desse público e,

¹ Trabalho apresentado ao NP 11 – Comunicação Educativa, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Doutora em Ciências da Comunicação - Unisinos/RS, professora do Curso de Comunicação da Universidade de Cruz Alta/RS – crismc@comnet.com.br

portanto, nesse caso, a comunicação é pouco esclarecedora, pois, como existe uma heterogeneidade qualitativa em relação aos receptores – ou seja, cada um deles tem graus diferentes de esclarecimento – a informação é mais forte para alguns e mais fraca para outros.

A segunda alternativa de aproximação do público leva em consideração o fato de a instância midiática pretender fornecer uma informação com um mais alto teor de saber. Nesse caso, seria necessário elaborar uma *hipótese alta* sobre o grau de conhecimento do público, o qual, já grandemente esclarecido, seria quantitativamente reduzido (como no caso das tevês temáticas). Portanto, a mídia teria que resolver um problema de ordem econômica: o de viver dirigindo-se a um pequeno público.

Se a tevê educativa também é presidida por um *fazer-comercial* (além do já esperado *fazer-saber*), deve-se observar se sua oferta de informação, transformada num produto consumível, não se pauta em conformidade com a *hipótese baixa*, justamente para nivelar o público, garantindo, assim, o seu entendimento por parte de um maior número de pessoas. Por outro lado, se é verdade que toda a tevê informa, também é seu intuito entreter. Valeria, portanto, saber se o seu caráter educativo se mantém e se o processo pedagógico permanece acontecendo.

Como essas situações se dão nos canais educativos brasileiros? É possível acreditar que, pelo fato de estar dirigindo sua informação tematizada a um público especializado ou interessado em educação, a emissão se constitua a partir de uma *hipótese alta*, organizando e aprofundando a informação e o saber? Ou, poder-se-ia pensar que a organização da informação se orienta pela *hipótese baixa*, considerando os dados estatísticos³ de que 63% da população é composta por pessoas que, na sua maioria apenas chegaram ao grau fundamental ou não o completaram? Tudo leva a crer que sim, mas para

³ Considerando os parâmetros de classificação socioeconômica, escolaridade e renda familiar mensal, quatro pesquisas nacionais, elaboradas pelo Datafolha entre 1997 e 1998, mostram a existência de cinco grupos sociais específicos no Brasil: elite (7%), batalhadores (2%), remediados (13%), deslocados (15%) e excluídos (63%). Os excluídos, por sua vez, podem ser divididos em três subgrupos: pobres, despossuídos e miseráveis. Entre os pobres (15%), a maioria chegou até o Ensino Fundamental e sua renda familiar varia entre cinco e dez salários mínimos. Os despossuídos (23%) têm no mínimo o Ensino Fundamental completo e uma renda de até cinco salários. Dentre os miseráveis (24%) estão os analfabetos e outros que possuem, no máximo, o Ensino Fundamental incompleto, percebendo até dois salários mínimos.

avaliar melhor esse posicionamento da tevê em seu mercado, talvez seja necessário conhecer um pouco da história da televisão educativa brasileira.

Tevê educativa no Brasil

A primeira emissão de programa educativo, no Brasil, foi ao ar em 1950, pela TV Rio, como contrapartida de uma negociação para a concessão do canal solicitado (MUNIZ, 2002). Em 1960, foi exibido o primeiro Telecurso, programa criado pela TV Cultura e organizado pela Secretaria de Educação de São Paulo, destinado à preparação de candidatos para o exame de admissão ao ginásio. Em 1967, inaugurou-se a TVE/RJ, tendo como objetivo – definido pelo decreto 236 do mesmo ano – a transmissão de programas educativos, entendidos como cursos, debates e conferências.

A década de 70 foi marcada pelo que talvez tenha sido uma das mais fecundas experiências da televisão educativa brasileira: no Maranhão, telessalas de recepção de programas foram instaladas longe da capital São Luís, sede da tevê, com a participação de professores que orientavam o trabalho. Esses professores tinham baixa formação escolar, mas, premidos pelas circunstâncias, eram levados a adotar modernas concepções pedagógicas devido à discussão, com os alunos, do conteúdo das emissões. A emissão de aulas era intermitente, prevendo o trabalho com os conteúdos nos intervalos⁴.

Depois disso, mais precisamente em 1978, a Fundação Roberto Marinho iniciou a produção dos programas de *Telecurso 2º grau*, em parceria com a Fundação Padre Anchieta. Os telecursos tornaram-se a série educativa mais difundida pela tevê brasileira. Até hoje o Telecurso 2000, como foi rebatizado o programa, é exibido na Rede Globo, TVE, TV Cultura, Rede Vida, Rede Minas e no canal Futura.

No entanto, a exibição na Rede Globo – única de caráter estritamente comercial –, nos horários das 5h25 (Profissionalizante), 5h45 (2º grau) e 6h (1º grau), parece completamente distante da realidade dos prováveis alunos a quem o projeto se propõe a formar, quais sejam, pessoas acima de 15 anos que possam completar seus estudos e submeter-se aos exames a fim de obter o certificado de primeiro ou segundo grau. Essas pessoas, com escolaridade incompleta, são, na sua maioria, trabalhadores que precisam sair

⁴ Fonte: <http://www.cev.org.br/grcev/laercio/tese/escolhaotema.htm>, capturado em 16.09.2002.

de casa muito cedo porque necessitam tomar uma ou mais conduções para chegar ao trabalho. Essa é a realidade do jovem e do adulto brasileiro que carecem de formação escolar. E como o projeto pressupõe a possibilidade de esse aluno acompanhar o programa em sua própria casa, imagina-se que isso só possa acontecer ao vivo, ou seja, nesse horário que se apresenta como difícil para o acompanhamento do público-alvo.

Tudo leva a crer, então, que o *Telecurso 2000* faça parte da grade de programação da emissora apenas para corresponder à imagem de veículo preocupado com os compromissos públicos e com os órgãos responsáveis pela concessão de canais. Ainda que assim o seja, a Rede Globo é das poucas emissoras comerciais que apresenta, quase que diariamente, programas educativos, através da exibição do *Telecurso 2000*, de segunda a sexta, e do *Globo Ciência* e *Globo Ecologia*, aos sábados, também apresentados em horários desinteressantes à comercialização dos espaços publicitários, ou seja, 5h 45 e 6h 10 da manhã.

As outras emissoras comerciais, de um modo geral, pouco se preocupam com a veiculação de programas educativos e, quando o fazem, também jogam esses programas para as pontas da grade de programação, principalmente nos primeiros horários. É o caso, por exemplo, do SBT e da Band.

O SBT apresenta dois programas com características educativas, de produção terceirizada: *Acesso total* – programa de inclusão social, dirigido a profissionais da rede regular de ensino, alunos e seus familiares, tendo como objetivo explicar a patologia do portador de deficiência física e mostrar como se portar profissionalmente diante dele – exibido aos sábados, às 6h30; e *Programa de palavra* – que esclarece dúvidas sobre língua portuguesa – apresentado também aos sábados.

Já a emissora Band possui apenas um programa que se enquadra no modelo educativo: é a exibição de documentários e vídeos do *Discovery Channel* com temas abrangentes como vida animal, ciência, tecnologia, história, arqueologia, culturas, espaço sideral, etc. No entanto, a emissora o faz apenas uma vez por semana, aos sábados, no horário das 22h.

Existe, ainda, outra proposta de programação do tipo educativa que há tempo permeia as tevês brasileiras: são os programas destinados ao público infantil. O gênero

infantil, aliás, configura-se, no Brasil, como a grande possibilidade de educação, já que todo o público dessa faixa etária está em idade escolar, ou seja, em condições de aprender. O programa que inaugurou essa linha foi a primeira adaptação do *Sítio do pica-pau amarelo* em 1952, realizado pela TV Tupi. Mais tarde, o programa *Vila Sésamo*, exibido na TV Cultura, e a nova versão do *Sítio do pica-pau amarelo*, produzido pela Rede Globo, marcam a programação infantil dos anos 70, avançando ainda na década de 80, como foi o caso do *Sítio*.

A partir de 80, os programas infantis passaram por diversas transformações. As produções em desenho animado, na sua maioria importadas, ganharam os espaços destinados ao público infantil. Mais tarde, uma sucessão de programas na linha *show* tiveram seqüência, embalados pelo sucesso de seus apresentadores. A *Turma do balão mágico*, por exemplo, misturava gêneros, em que predominava o teatral e o musical. Depois disso, os programas de Xuxa, Angélica, Sérgio Malandro e Eliana chegaram para inaugurar uma nova era dos programas infantis: a da concorrência das emissoras e, em consequência, dos espaços comerciais. O segmento infantil capitalizou-se, com *merchandising* dentro dos programas e publicidade nos intervalos. “*Peça a mamãe para comprar*” é a frase mais ouvida e também o desejo mais íntimo dos patrocinadores. A educação perde espaço e é deixada completamente de lado em nome do mercado publicitário.

Hoje parece haver um retorno ao gênero infantil como um espaço onde deve ser permitido à criança fantasiar, sonhar e aprender. O sucesso do programa *Castelo rá-tim-bum* (TV Cultura) e a nova adaptação do *Sítio do pica-pau amarelo* (Rede Globo) são mostra disso. Dessa vez, no entanto, o lúdico não é explorado apenas no sentido pedagógico e educativo, mas também no âmbito publicitário e mercadológico, com a comercialização de bonecos que representam os personagens das séries, além da venda dos espaços publicitários destinados a produtos infantis.

No que concerne especificamente às tevês ditas educativas, valeria questionar que função elas vêm verdadeiramente desempenhando. Se a televisão é um meio de comunicação de massas e a educação para todos um ideal de qualquer sociedade, parece simples que a tevê educativa agrupe esses dois conceitos, fundindo suas propostas. No entanto, as experiências nesse sentido têm sido desastrosas e vêm comprometendo, de há

muito, a imagem da televisão educativa. Ainda hoje se discute o real papel desse tipo de tevê e procura-se encontrar o modelo adequado de programação voltada para a educação.

A história das tevês educativas esteve sempre aliada à ausência de uma programação definida, adequada aos reais objetivos propostos por uma emissora desse caráter. Na verdade, sempre houve a busca dessa identidade de programação que satisfizesse as preocupações informativas/educacionais desse tipo de emissora, bem como respondesse às suas necessidades de audiência.

A real audiência das tevês educativas, aliás, é pouco conhecida e divulgada. Desconhecem-se mesmo os índices que seriam relevantes para avaliar o trabalho desse tipo de canal. Tanto isso é verdade que são raros os levantamentos dos índices de audiência de emissoras educativas. Novaes (2003), falando sobre uma dessas pesquisas, encomendadas pela TVE do Rio ao Ibope, apresenta informações importantes para se pensar a questão. Segundo esses dados, embora a audiência média da TVE do Rio seja baixa, ela reúne um público considerável quando os números são desmembrados. Por exemplo, do total de telespectadores das chamadas classes A e B que assistiram a tevê nos sete dias anteriores ao levantamento, 49% afirmaram ter assistido a programas da TVE em algum momento. Na classe C, esse universo é de 34%; e nas classes D e E, o número chega a 16%. O levantamento indica, ainda, uma audiência qualificada, com significativa participação de pessoas com formação superior e de segundo grau.

Esse tipo de informação atualiza uma antiga questão: afinal, as tevês são educativas ou culturais? E ainda, mesmo que tratem da formação cultural, as tevês ditas educativas produzem uma programação dirigida a que tipo de público? Considerando a pesquisa anteriormente citada e a programação que circula atualmente nas emissoras educativas, é possível afirmar que a produção dessas emissoras ainda não conseguiu descolar-se do modelo erudito de cultura formal e também não conseguiu democratizar a informação para atingir um público que continua muito carente quanto à educação e cultura.

Os modelos de tevê educativa

Ainda que a audiência não seja o único meio para medir a eficiência de uma emissora que não tem fins assumidamente lucrativos, ela sugere e posiciona a questão da qualidade de programação, esse sim fator relevante para qualquer tipo de tevê. A qualidade da tevê, no entanto, fica atrelada, necessariamente, ao investimento financeiro que se faz nas emissoras.

O tema vem gerando, desde 1999, uma série de discussões, principalmente em relação às tevês educativas de caráter não comercial, como a TVE/RJ e a Cultura/SP, que deram início a um processo de venda de espaços para apoio cultural e veiculação de anúncios publicitários, sustentadas pelo artigo 19 da lei nº 9.637/98. Esse artigo indica que as entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa

poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos.

Até 1998, essa venda de espaços não era permitida pelo decreto-lei 236/67, que ainda não foi revogado. Nele, o artigo 13 dispõe que a função de uma televisão educativa é divulgar programas educacionais e reforça seu caráter não comercial, assinalando que lhe é “vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos”.

No entanto, impotentes diante dos altos investimentos tecnológicos feitos pelas emissoras comerciais para a realização e veiculação de seus produtos, as educativas decidiram buscar maior igualdade de condições de produção. A qualidade editorial, os temas abordados e as importantes reflexões lançadas pela televisão educativa brasileira sempre ficaram apagadas diante das carências técnica e tecnológica de seu processo de produção.

Essa desordem, no que concerne ao seu processo de produção, justifica-se, talvez, pelo modelo de televisão educativa adotado no Brasil. Segundo o jornalista e pesquisador Alexandre Freire (1999), as tevês educativas brasileiras são uma forma híbrida

entre a televisão estatal (dependente do governo) e a pública (independente do governo e dos interesses econômicos). Aliás, os dois termos ainda são frequentemente confundidos. Isso acontece porque o sistema de televisão brasileiro foi criado a partir do modelo comercial. Somente 20 anos depois da criação da tevê no país, as tevês educativas começam a ser pensadas.

Jorge da Cunha Lima (2003), presidente da TV Cultura de São Paulo, conta que os estados brasileiros começaram a criar televisões educativas financiadas pelo Estado, por alguma fundação, ou universidade estadual. Funcionavam como autarquias, sempre subordinadas a um órgão do governo. Esse modelo de televisão ainda estava engessado pela lei de 1967, época da ditadura, que dizia que as televisões educativas só podiam produzir aulas-conferências e não podiam receber doações. Cunha Lima diz, ainda, que a TV Cultura foi criada em São Paulo nesses moldes. Aos poucos, verificou-se que esse modelo não funcionava e as televisões educativas brasileiras foram se transformando em televisões culturais.

Hoje, a TVE e a TV Cultura têm seu funcionamento balizado por critérios normativos adotados desde 1999 pela Abepec (Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais). Por tais critérios, as tevês educativas comprometem-se, entre outras funções, a trabalhar para o bem da sociedade, educando, informando e entretendo; a buscar a inclusão social, a defesa de pluralidade e das minorias, a formação da identidade cultural; a promover o respeito à inteligência, à sensibilidade e ao espírito crítico; a repudiar estímulos ao consumo e a formas de violência.

Esses preceitos seriam a grande diferença entre canais comerciais e educativos: no primeiro, como o principal objetivo é vender audiência, reduz-se o papel do telespectador a um mero consumidor; no segundo, como o telespectador é considerado como cidadão, perseguem-se outros valores. Na tentativa de melhor compreender o modelo de televisão educativa/pública/estatal do Brasil, Freire estabelece uma comparação entre o sistema brasileiro e o britânico, destacando as implicações que os dois modelos têm sobre o papel desempenhado pela mídia em cada uma dessas sociedades:

No Brasil, tem-se, de um lado, a televisão comercial, que busca lucros e não sofre qualquer regulação por parte do governo, apesar de ser concessão pública. Do

outro, as educativas, cujo problema principal está no fato de serem excessivamente vulneráveis aos governos dos Estados onde operam. Mudanças de administração geralmente significam trocas de pessoas, não somente das que ocupam cargos de confiança, mas mesmo de funcionários de menor importância, consequência de uma cultura que transformou as educativas em cabides de emprego. A posse de um novo governador também costuma ser acompanhada de reorientações editoriais que fazem das TVs educativas sofisticados instrumentos de relações públicas (FREIRE, 1999).

Na Grã-Bretanha, o sistema de televisão pauta-se por um conceito amplo conhecido como *public service broadcasting* (rádio-televisão como serviço público). É o caso da BBC, que é financiada por uma taxa paga anualmente por cada proprietário de um aparelho de televisão (*licence fee*). Já a televisão comercial (ITV, Independent Television) explora a publicidade e o Channel Four (que tem como público alvo as minorias) é sustentado por um percentual sobre os lucros da televisão comercial.

Freire explica que o arranjo tem obtido um resultado satisfatório na medida em que a BBC, pública (independente do dinheiro do governo e dos anunciantes), estabelece os parâmetros de qualidade aos quais a tevê comercial tem que responder. Por outro lado, a ITV fustiga quaisquer anseios elitistas da BBC, obrigando-a a levar em conta os índices de audiência conseguidos por seus programas. Assim, o modelo britânico articula-se em torno do ideal normativo do espaço público, em que as pessoas são *fins-em-si* e exercitam sua racionalidade de maneira solidária, no intuito de renovar sua riqueza cultural, de integrar a sociedade em que vivem e de fortalecer a personalidade de seus cidadãos. De forma semelhante funciona a televisão francesa.

A par disso, no Brasil, as emissoras de caráter educativo ainda buscam uma programação que atenda aos quesitos básicos de informar, educar, entreter e proporcionar cultura, tudo isso com qualidade. No entanto existe uma grande contradição: quem estabelece os parâmetros de produção para as educativas são as tevês comerciais e não o contrário, como seria o ideal. Se, no modelo britânico, a tevê pública teve sucesso desvinculando sua produção dos investimentos financeiros habitualmente feitos nas tevês comerciais – marcando assim sua primazia na qualidade e servindo como padrão de produção para os outros tipos de tevê, inclusive a comercial –, no Brasil, os 20 anos de domínio da tevê comercial no mercado acabaram por formatar um modelo totalmente

dependente de fontes de economia que não são propriamente públicas, o que acaba por gerar produtos, na maioria das vezes, com excelente nível de produção, mas nem sempre com a qualidade com que os conteúdos deveriam ser tratados, já que estão vinculados a interesses de patrocinadores e não de cidadãos. Em meio a todas essas questões, existe ainda, uma dúvida: que tipo de educação e conhecimento a televisão pode transmitir e para quem?

Rocco (2000), falando sobre mídia, educação e cidadania, argumenta em favor de uma capacidade educativa ampla da televisão: *“Quando vejo uma novela ou documentário, pela TV aberta ou por assinatura, posso ter aspectos educativos lato sensu. A Muralha, da Globo, pode educar num sentido amplo muitas pessoas. Mesmo sendo romanceada pode contar a história do País”*. Nesse sentido, qualquer tevê é educativa e pode ser muito mais.

Hoje, o mercado televisivo das educativas também conta com a participação da iniciativa privada – como é o caso do Canal Futura, canal por assinatura, criado pela Fundação Roberto Marinho com o apoio de mais de 14 empresas privadas, cujos recursos financeiros permitem manter um excelente nível de qualidade em seus produtos. A entrada desse tipo de canal, de certa forma, estimula a concorrência por parte das outras emissoras em busca de produções de qualidade técnica e de conteúdo. É como defende Franciscon, em seu artigo sobre tevê educativa:

A entrada da iniciativa privada nesse segmento estimulou também a busca pela qualidade. Não é mais aceitável acreditar que a Educação na TV é apenas focar um professor, uma lousa e deixar que ele se vire para passar a mensagem. (FRANCISCON, 1997, p.22)

Por outro lado, esse tipo de canal mantém um padrão de produção que, mais uma vez, norteia a produção das tevês educativas públicas. Um canal como o Futura, financiado pela iniciativa privada, apresenta uma qualidade invejável de produção, impossível de ser atingida por emissoras públicas no atual formato brasileiro. E, ainda que tenha produtos adequadamente produzidos, o exemplo do Futura remete a outra questão: o fato de o canal ser por assinatura faz pensar que o número de telespectadores é reduzido.

Portanto, mesmo que a emissora se disponha a atingir uma grande diversidade de pessoas (crianças, jovens, trabalhadores, donas de casa, educadores), ele, verdadeiramente, não chega a atingir todos que gostaria. Um canal transmitido via cabo ou parabólica não alcança todos os níveis de público. Para uma tevê que se propõe a educar no Brasil, esse tipo de transmissão não é suficiente. Tudo leva a crer, portanto, que canais como o Futura (transmitidos em sinal fechado, via cabo e parabólica) se dirijam a uma faixa de público que, de fato, não consegue atingir, qual seja, os excluídos. Se no Brasil as classes beneficiadas economicamente – conseqüentemente, as de melhor nível de formação escolar – são as que têm condições de contratar serviços de tevê por assinatura, as classes menos privilegiadas – que, teoricamente, são as que mais necessitam da informação qualificada – ficam sem acesso a esse tipo de serviço e, portanto, privadas desse tipo de informação de caráter educativo.

Nota-se, no entanto, que existe um crescimento acelerado desse segmento. Do ponto de vista educacional existe um ganho, na medida em que se multiplicam as programações de qualidade, ainda que para poucos, abordando assuntos de interesses diversos. Mas, e do ponto de vista mercadológico? Que ganhos têm esses canais educativos?

A iniciativa privada sabe que ficará empacada num país de analfabetos. No caso da TV por assinatura, também existem compromissos legais que exigem a presença da boa informação. Além disso, os canais educativos influenciam no ranking do Ministério das Comunicações para distribuir novas concessões. Neste ponto os cifrões crescem em progressão geométrica. (FRANCISCON, 1997, p. 23)

A economia que gira em torno dessas emissoras também cresce. É inegável o caráter comercial que circula nesse tipo de tevê educativa de iniciativa privada. Mesmo com aparência institucional, o apelo, na realidade, é publicitário, ganhando indiretamente através da propaganda de imagem e conceitos, exibidos junto ao nome da emissora e associados a seus programas.

Considerações finais

Mesmo nessas condições, a disputa pelo mercado educativo ainda é interessante, uma vez que se tem, cada vez mais, a oferta de um produto até então

menosprezado e, por que não dizer, vítima de preconceitos dentro do próprio mercado televisivo. Tem-se presente, também, que a tevê de caráter educativo, por sua característica temática e segmentada, deveria oferecer uma informação mais dirigida e de maior qualidade e intensidade, apropriada aos formatos e linguagem televisiva.

Isso implica evitar padrões de sala de aula, conferências, seminários, longas entrevistas, já que esse formato foge aos conceitos básicos da linguagem televisiva de objetivar a informação e torná-la mais fragmentada para facilitar e atrair a atenção do telespectador. Essa fragmentação, no entanto, refere-se à linguagem e não ao conteúdo do produto televisivo. Eis o grande desafio de um programa educativo: ser tão atrativo quanto um programa que vise apenas a entretenimento e informar tanto quanto a aula de um bom professor.

A tevê educativa, como qualquer televisão temática, exige uma abordagem qualitativa dos temas, tanto do ponto de vista do seu formato, quanto de seu conteúdo, já que seu público, a princípio, se reduz em termos quantitativos. Mas essa necessidade não a exime de uma ênfase no entretenimento.

Os programas educativos também se constroem a partir dessa cultura do entretenimento. O grande desafio é desenvolver produções em linguagem televisiva, despertando o interesse do público especializado e, ainda, possibilitando experiências.

Uma das características da televisão é o tratamento mais superficial da informação. É importante assumir isso porque dificilmente a televisão vai conseguir mudar esse tratamento. Mas mesmo que os temas não ganhem a profundidade e a dimensão que possuem em sala de aula ou em outros meios, a tevê educativa possibilita o contato com um conhecimento diversificado, já que apela para múltiplos sentidos, o que permite apreendê-los também por diferentes sentidos. A aprendizagem decorrente da televisão se distingue, portanto, daquela feita na escola tradicional. É fundamental, então, considerar a educação pela mídia como um modo alternativo de educar, e não como fonte educadora, substituindo a escola.

Referências Bibliográficas

CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d'information médiatique**: la construction du miroir social. Paris: Nathan, 1997.

FRANCISCON, Paulo. A Educação está no ar. In: **Educação**. São Paulo, Sindicato dos Estabelecimentos de Ensino no Estado de São Paulo. nº 200, p. 22-24, dez. 1997.

FREIRE, Alexandre. Entre a 'pureza' e o compromisso público. In: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv050699.htm#qualidade01> **Qualidade na TV**, 05.06.99, capturado em 10.07.2002.
<http://www.cev.org.br/grcev/laercio/tese/escolhaotema.htm>, capturado em 16.09.2002.

LIMA, Jorge Cunha. **Entrevista para o Jornal O Povo**, em 03.04.2003. In: <http://www.casaamarela.org.br/tvcultura.htm>, capturado em 15.07.2003.

MUNIZ, Josely Pereira. **Educação, televisão e contemporaneidade**: ensaiando um caminho. In: http://www.faced.ufba.br/~preto/edc708/sem961/num_1/josely.htm capturado em 18.04.2002.

NOVAES, Luís Fernando. **O desafio da TV pública**. Debate realizado em 12.06.2003. In: http://www.redebrasil.tv.br/desafio_da_tv_publica/dia12_mesa4.htm, capturado em 15.07.2003.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. **Mídia, educação e cidadania**. Entrevista para Ebenezer de Menezes, em 14.02.2000. In: <http://www.educabrasil.com.br>, capturado em 11.04.2002.