

Educação e cidadania na mídia: um estudo da grade de programação da TV aberta brasileira¹

Viviane da Silva MENDES²

Carla POLLAKE³

Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, SP

RESUMO

Os impactos sociais da televisão no Brasil e no mundo têm chamado a atenção de pesquisadores e tem trazido a tona a importância de se estudar essa área, certamente é devido seu forte poder de influência em muitos aspectos da vida cotidiana. O estudo aqui apresentado se dedicou a estudar qual o percentual que as principais emissoras da TV aberta Brasileira, dedicam em sua grade de programação a programas que contribuam com a educação e assuntos relacionados à cidadania.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Cidadania; Mídia; Programação.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática comunicação, espaço e cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante recém formada do Curso de Jornalismo da UNICSUL, email: vivianemendes@globocom.com

³ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNICSUL, email: cpollake@hotmail.com

Sumário

Apresentação.....	3
Procedimentos Metodológicos.....	4
1. Reflexões sobre a TV Aberta Brasileira.....	4
1.1 Aspectos históricos e estudos sob a TV aberta.....	5
1.1 Televisão: influência e efeitos sociais.....	6
2. Discutindo cidadania e o ser cidadão.....	7
3. Análise da grade de programação da TV aberta brasileira.....	8
3.1 Ranking das categorias.....	9
3.2 Ações de cidadania em TV aberta.....	9
3.3 Resultados.....	10
4. Considerações Finais.....	11
5. Referências Bibliográficas.....	13
6. Apêndices.....	14

Apresentação

Os impactos sociais da televisão no Brasil e no mundo têm despertado o interesse e chamado cada vez mais a atenção de estudantes e pesquisadores. Certamente é devido seu forte poder de influência em muitos aspectos da vida cotidiana. Em menos de quatro anos o vídeo transformou a face do país, modificou seus hábitos, seus costumes, suas crenças, impôs alterações na cultura, estabeleceu parâmetros de comportamento, afetou a economia; isso tudo através da publicidade que se tornou uma atuante ferramenta de bens de serviços e consumo.

A mais de cinco décadas a televisão se transformou na principal fonte de informação e notícia, para as mais variadas classes sociais. Para muitos ela tem sido sua única fonte de informação e entretenimento. Diante de sua tamanha importância e por conta de sua forte influência não é de se espantar que os estudos nessa área tenham tomado proporções tão grandes e abrangentes.

Vivemos em um país com uma grande diferença de classes sociais, com um alto índice de analfabetismo e incessantemente em busca de educação, daí a importância dos meios de comunicação contribuir com a educação de cidadãos comuns.

O estudo aqui apresentado se prendeu a registrar qual o percentual que as principais emissoras em TV aberta: TV Globo, SBT, TV Record, Rede TV, TV Gazeta e TV Cultura, dedicam em sua grade a programas que contribuam a educação e cidadania. Infelizmente em nosso dia-a-dia não nos damos conta do que está a nossa volta, saímos cedo pra trabalhar, voltamos tarde, as nossas crianças passam boa parte do tempo na frente da televisão, não nos preocupamos com os conteúdos apresentados e menos ainda aos números, que mesmo indiretamente são expostos diariamente em nossas casas.

Todavia, faz-se necessário um olhar cada vez mais crítico em relação aos meios de comunicação. A televisão há muito tempo faz parte do nosso cotidiano, faz parte da nossa família, e devido seu forte poder de influência, deveria contribuir com conteúdos voltados a educação e ações de cidadania. A educação aqui questionada, não se refere ao aprender ler e escrever, mas sim no que diz respeito a formar cidadãos dignos de conviver passivamente uns com os outros, dentro de um contexto de cidadania.

Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa reuniu uma somatória de procedimentos, onde no primeiro momento da pesquisa foi realizado a Revisão Bibliográfica, verificando o maior número possível de material que já tinha sido divulgado sobre o tema, tendo como fontes sites, revistas, livros, artigos e programas de TV.

Em um segundo momento foi realizado a pesquisa exploratória. Utilizando a grade de programação do caderno variedades do Jornal da Tarde e a grade de programação das próprias emissoras disponibilizadas em seus respectivos sites. Foi feito o levantamento dos programas que compõem a grade de programação da TV aberta no período de setembro de 2007 a setembro de 2008. Ainda neste momento conforme os levantamentos apurados estes programas foram assistidos e (muitos registrados em vídeo para documentação audiovisual do tema), feitos a descrição individual de cada um, cujo levantamento se privou em registrar a periodicidade, o horário de exibição, tempo de duração e o perfil de cada programa.

Com estes dados foram identificados os programas considerados educativos e foi feita uma tabela de proporção, comparando os percentuais existentes da categoria Entretenimento, Informação e Educativo, criando assim uma tabela comparativa.

Na segunda fase deste projeto foi feita a análise dos programas educativos, verificando o percentual que eles se propõe a abordar assuntos que dizem respeito a cidadania. E assim cruzando as informações tivemos algumas análises constituídas a partir da pesquisa exploratória.

1. Reflexões sobre a TV Aberta Brasileira

Um levantamento feito pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC (nº 56 de 22 a 28/07/2005), apontou que seis das principais redes privadas nacionais controlam 80% das emissoras de TV aberta⁴. Atualmente o sistema brasileiro de televisão é composto por 332 emissoras, deste total 263 estão vinculadas as principais emissoras brasileiras da TV aberta, sendo elas: Globo, Sbt, Record, Bandeirantes, Rede TV e CNT, o que representa quase 79,2%. Segue tabela:

4. Corresponde as 332 emissoras que compõem o sistema brasileiro de televisão em sinal aberto.

REDE	Própria	Afiliada	Total
Globo	20	94	114
SBT	11	47	58
Record	6	31	37
Bandeirantes	9	25	34
Rede TV	5	9	14
CNT	2	4	6
TOTAL	53	210	263

Se, cinco das principais redes privadas nacionais controlam 79,2% das emissoras de TV aberta, podemos dizer que pouco mais de 80% da programação apresentada em TV aberta está concentrada nas mãos das emissoras: TV Globo, Sbt, TV Record, TV Bandeirantes, Rede TV, TV Gazeta e TV Cultura. Sendo essas emissoras comerciais, ou não, deveriam se fazer valer do seu espaço para disseminar educação e cidadania, utilizar o seu poder de influência e contribuir para a formação de cidadãos.

1.1 Aspectos históricos e estudos sob a TV aberta

Definimos como TV aberta os canais de TV gratuitos que receberam esta denominação após a chegada da TV por assinatura no Brasil, em meados de 1990.

Embora a televisão tenha começado a operar no Brasil em 1950, este veículo só passou a ser objeto de estudo a partir da década de 1960 quando começaram a ser realizadas as primeiras pesquisas acadêmicas analisando o conteúdo de sua programação e seus efeitos sociais. Registros apontam que os primeiros estudos sobre a programação da TV brasileira foram realizados em 1968 por Robert Benjamin, cuja publicação é intitulada “Programação da TV Brasileira”, onde o autor faz a análise da programação de duas emissoras de televisão comercial do estado de Pernambuco, no período de 14 de julho a 31 de agosto de 1968. No entanto é a partir da década de 1970, com a criação de escolas de comunicação, que os estudos sistemáticos em cima das produções audiovisuais veio se intensificar, tornando os estudos sobre mídia um tema acadêmico de relevância no país. Já em meados da década de 1980, verifica-se uma tendência em se estudar a recepção das mensagens televisivas pelo público.

1.2 Televisão: influência e efeitos sociais

Partindo do princípio que os meios de comunicação estão presentes em nossas vidas de forma a transmitir valores, percepções e socializando muitas gerações, podemos afirmar que a televisão consegue impor no universo das famílias tudo aquilo que se projeta no vídeo. É através da televisão que são disseminados usos e costumes, desde crianças, jovens e adolescentes até adultos. Pessoas imitam jargões apresentados por personagens de telenovelas, programas de auditório insultam ao vivo brigas entre casais, amigos e vizinhos; crianças, jovens e adolescentes querem parecer atraentes e são estimulados a erotização precoce por cenas eróticas exibidas em alguns programas de televisão; programas que estimulam a violência transformam personalidades.

Direta ou indiretamente os programas de televisão influenciam a vida dos telespectadores, seja na atitude, no jeito de se vestir, no grupo de amigos, etc. Tal fato faz com que este tipo de televisão faça parte da “mídia negativa”, aquela que apresentam programas vazios, apresentando ao telespectador aquilo que o povo quer ver e ouvir, e não o que eles precisam realmente ouvir. As relações familiares se distanciam e a ruptura do vínculo familiar se torna inevitável, as famílias trocam os momentos íntimos por programas e novelas, os pais permitem que seus filhos busquem na televisão informações que deveriam ser passadas por eles, por conta da falta de tempo e diálogo. As pessoas perdem a capacidade crítica e aceitam tudo o que lhe é exposto pela mídia, e isso faz com que cada vez mais se afirme a necessidade de criar cidadãos críticos.

Desta forma o estudo aqui apresentado se prende a levantar dados que leve as pessoas a pensar e criar um senso crítico e não apenas aceitar o que lhe é apresentado, se fazendo necessário uma análise nos conteúdos apresentados diariamente, especialmente pelo fato da abrangência que tem esta mídia e por esta já passar a maior parte do tempo dentro de nossas casas, como afirma Baccega;

Ela (a televisão) até mesmo leva vantagem em relação aos demais agentes: sua linguagem é ágil e está muito mais integrada ao cotidiano: o tempo de exposição das pessoas à televisão costuma ser maior do que o destinado à escola ou à convivência com os pais. (BACCEGA, 2000, p.95).

Como foi citado pela autora o tempo que se gasta diante da televisão é maior que o tempo gasto dentro de uma sala de aula e também em relação ao tempo que os pais

passam com seus filhos. A televisão está substituindo as funções de cada um desses membros, ela tem sido ponto de referência na organização da vida familiar, pois a todo instante e a qualquer hora do dia ela está disponível, oferecendo companhia a quem quer que seja, adulto, criança, idoso, homem, mulher, sem distinção de cor ou raça, e isso traz a necessidade de termos uma mídia aberta a todos.

O poder de influência que a TV exerce sobre a sociedade é indiscutível, é fato que a televisão leva vantagem sobre as demais mídias por ser um veículo de fácil acesso e possuir uma linguagem fácil. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, a televisão está presente em mais de 95% dos lares brasileiros, tornando-a um commodity social (todo mundo tem).

2. Discutindo cidadania e o ser cidadão

Entendemos por cidadania o gozo dos direitos e deveres civis, políticos e sociais de um cidadão. Quando falamos em direitos civis estamos falando daqueles direitos fundamentais à vida, à liberdade à propriedade e a igualdade perante a lei. Entre direitos e deveres onde cabe o papel do cidadão em nossa sociedade? Para tal resposta cabe discutirmos o que é ser cidadão. Ser cidadão é participar de decisões para melhorar sua vida e das demais pessoas que englobam a sociedade, bem como saber respeitar essas decisões. O ser cidadão é muito bem definido por Marshall,

Ser cidadão é ter plena consciência de que se é parte integrante, viva, atuante e responsável pelo todo, onde se está inserido. Ser cidadão é gozar da liberdade e capacidade de melhorar o seu meio, de alterá-lo (...) Nenhum indivíduo nasce cidadão, para que se forme um cidadão é preciso educá-lo, abastecê-lo de conhecimento e possibilidades para que ele possa exercer a sua cidadania. A cidadania deve ser constantemente respeitada e “alimentada”. A cidadania acontece, com cidadãos conscientes de seus direitos e deveres, e livres para agir com o respaldo de uma sociedade esclarecida. (MARSHALL, 2001).

A ação cidadã consiste em uma ação coletiva que reúne a família, a escola, o governo e a mídia, que juntas lutam por um bem comum. O momento atual é de grande eclosão de atividades socorristas, são muitos os debates, discussões e projetos que visam amenizar o quadro social em que vivemos e diante de tantas ações podemos constatar que os sentimentos de altruísmo são qualidades inerentes de muitos cidadãos que alimentam o senso de responsabilidade social. Cabe a mídia com o seu grande poder de abrangência contribuir de alguma forma para a reconstrução da sociedade. Como

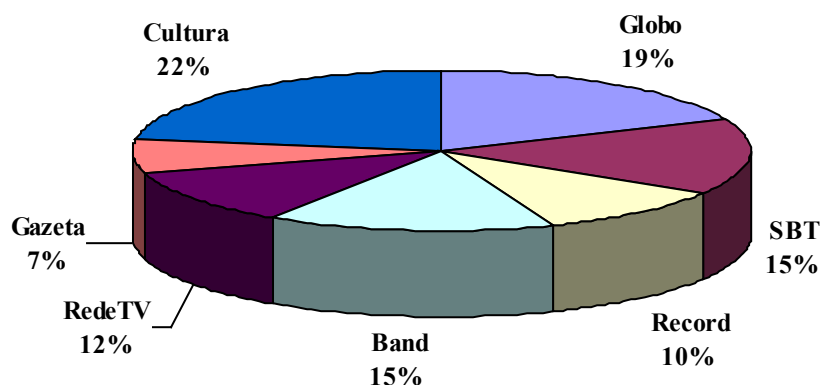
citamos acima “para que se forme um cidadão é preciso educá-lo, abastece-lo de conhecimento e possibilidades para que ele possa exercer a sua cidadania”.

3. Análise da grade de programação da TV aberta brasileira

O estudo aqui apresentado se dedicou a estudar a grade de programação das setes principais emissoras do canal aberto, sendo elas: TV Globo, SBT, TV Record, TV Bandeirantes, Rede TV, TV Gazeta e TV Cultura, no período de 01 de Setembro de 2007 a 01 de setembro de 2008.

Nosso estudo consistiu em fazer um mapeamento da grade de programação das emissoras em sinal aberto na qual registramos um total de 664 programas⁵ distribuídos da seguinte forma:

Porcentagem por Emissora



TV Globo – 123 programas, sendo que: Entretenimento (85), Informação (16), Educação (11), Publicidade (1) e Outros (10).

SBT – 100 programas, sendo que: Entretenimento (91), Informação (7), Educação (0), Publicidade (2) e Outros (2).

TV Record – 69 programas - sendo que: 47 Entretenimento, 13 informação, 0 educação, 1 publicidade e 8 outros.

5. Corresponde ao total de programas apresentados pelas emissoras: TV Globo, SBT, TV Record, TV Bandeirantes, Rede TV, TV Gazeta e TV Cultura, no período de setembro/2007 a setembro/2008.

TV Bandeirantes – 98 programas - sendo que: 63 Entretenimento, 16 informação, 0 educação, 2 publicidade e 17 outros.

Rede TV – 77 programas - sendo que: 33 Entretenimento, 17 informação, 0 educação, 15 publicidade e 12 outros.

TV Gazeta – 44 programas - sendo que: 10 Entretenimento, 15 informação, 1 educação, 15 publicidade e 3 outros.

TV Cultura - 151 programas - sendo que: 79 Entretenimento, 43 informação, 24 educação, 1 publicidade e 4 outros.

3.1 Ranking das categorias

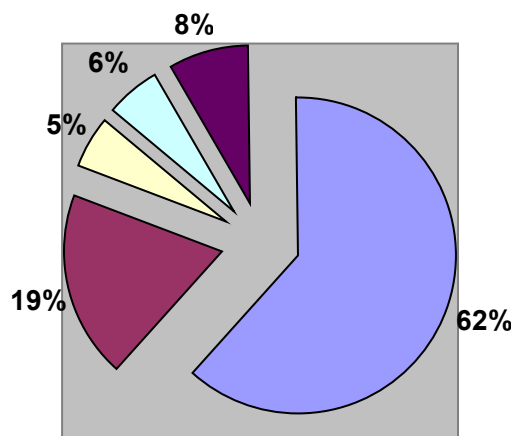
1º *Entretenimento* – 408 programas / Equivalente a 62% em sinal aberto

2º *Informação* – 127 programas / Equivalente a 19% em sinal aberto

3º *Outros* – 56 programas / Equivalente a 8% em sinal aberto

4º *Publicidade* – 37 programas / Equivalente a 6% em sinal aberto

5º *Educação* – 36 programas / Equivalente a 5% em sinal aberto



3.2 Ações de cidadania em TV aberta

De acordo com nossos estudos no período de setembro/2007 a setembro/2008 registramos que: a TV Globo, TV Gazeta, e TV Cultura, são as emissoras que dedicam espaços em sua programação a programas educativos e com ações de cidadania.

TV Globo – Programas: Ação, Antena Paulista, Globo Ciência, Globo Comunidade, Globo Ecologia, Globo Educação e Globo Universidade.

TV Gazeta – Programa: Edição Extra

TV Cultura – Programas: Ação Consciente, Balanço Social, Brasil eleitor, Invenção do Contemporâneo, Interesse Público, Interesse Público, Saúde Brasil, STJ Repórter e Via Legal.

3.3 Resultados

Os resultados são estes: temos sete principais emissoras em canal aberto que no total somam juntas 664 programas, deste total 408 programas (62%) se dedicam a categoria entretenimento, 127 (19%) a categoria informação, 36 (5%) a categoria educação, 37 (6%) a publicidade – que neste caso se refere aos programas reservados para os partidos políticos, por estarmos em um ano de eleição - 56 (8%) é dedicado a categoria outros, sendo que: dos 37 programas educativos, apenas 17 abordam questões de cidadania. O que significa 5% de um gênero ou uma categoria como a educação, num país que tem um dos maiores índices de analfabetismo do mundo? Segundo informações retiradas do Anuário 2007 de Qualificação Social e Profissional realizada pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos – DIEESE, cerca de 12% dos brasileiros ainda são analfabetos, outros 30% são considerados analfabetos funcionais (pessoas capazes de ler textos sem saber interpreta-los) e 1 terço dos jovens com idade entre 18 e 24 anos não freqüentam escolas do ensino médio.

Não estamos afirmando aqui que a mídia deve exclusivamente fazer o papel da escola, mas sim dividir e contribuir para isso, tendo em vista a condição desse meio de comunicação cada vez mais desenvolvida tecnologicamente, e que permite estar presente em muitos espaços ao mesmo tempo.



4. Considerações Finais

São vários os estudos e pesquisas que mostram que o tempo que se gasta diante da TV é maior que o tempo gasto dentro de uma sala de aula e também em relação ao tempo que os pais passam com seus filhos. A TV está substituindo as funções de cada um desses membros, ela tem sido ponto de referência na organização da vida familiar, pois a todo instante e a qualquer hora do dia ela está disponível, oferecendo companhia a quem quer que seja, adulto, criança, idoso, homem, mulher, sem distinção de cor ou raça. E o que as pessoas tem feito para mudar esta visão?

É necessário enfrentar a discussão e conhecer a realidade em que vivemos, perceber que enquanto ficamos parados os meios de comunicação foram crescendo e se articulando, garantindo sua presença cada vez mais dentro da nossa sociedade, como afirma Baccega;

É preciso buscar conhecer o lugar em que os sentidos se formam e se desviam, emergem e submergem: a sociedade, com seus comportamentos culturais, levando-se em conta, principalmente a pluralidade de sujeitos que habita cada um de nós, ou seja, no mundo de discursos sociais dos vários campos com os quais interagimos, nós nos tornamos sujeito(s) de cada um deles. Por isso dizemos que cada “eu” é um conjunto de “eus” de que nos aprimoramos nos transformamos em nossos discursos, dando-lhes a condição de maior ou menor originalidade” (BACCEGA, p. 98).

Já é fato que a televisão está presente em mais de 90% dos lares, as notícias chegam a todo instante como enxurradas e as pessoas nem ao menos se dão ao trabalho de questionar se é verdade ou não o que está sendo noticiado. As pessoas não se dão conta do poder que tem a mídia.

Por outro lado, encontra-se a mídia. Cabe questionar o que ela tem feito, ou de que forma ela pode contribuir para a construção do cidadão? Diante do que temos visto todos os dias na TV é possível dizer que a TV aberta brasileira está carente de uma identidade? Para isso José Carlos Aronchi⁶ declara: “A TV aberta brasileira está buscando uma identidade, porque está em meio a um vendaval, uma transformação, que e a migração do sinal para o digital, a TV está em um momento de transição e muitas outras exigências estão em pauta”, afirma.

6. Entrevista concedida a pesquisadora em 14/05/2008.

Tanto a migração do sinal para digital, quanto a nova classificação indicativa da faixa etária da programação, as alterações nas políticas públicas, tudo isso faz com que a televisão tenha que se adequar a essa nova era.

É importante ressaltar que a televisão aberta comercial ela tem como objetivo o lucro do empresário, apesar da televisão ser um serviço público, hoje ela não atende devidamente há esses interesses públicos, e sim, atende mais ao interesse do empresário, onde a audiência é fator determinante para um profissional de TV; assim afirma Aronchi: “A televisão comercial aberta visa o lucro do empresário, desta forma ela procura audiência, então quando ela cria um programa, ela cria pensando em uma falha de audiência de sua grade, ou então na falha de audiência de um concorrente que merece um investimento em um determinado horário pra poder competir com um produto de melhor qualidade”. Não podemos esquecer que estamos falando de uma televisão comercial aberta que tem patrocinador, e conseqüentemente ela busca audiência e colocar conteúdo de qualidade buscando uma audiência ampla e qualificada, este sim é um grande desafio de quem faz televisão.

Analisando a programação de cada emissora podemos concluir que todos os programas podem contribuir de uma maneira ou de outra com a educação. Um telejornal, por exemplo; ao mostrar uma matéria que ajuda a combater a dengue, também está fazendo uma educação pra saúde pública e está contribuindo para a formação de um cidadão. Então todas as emissoras podem inserir em seus programas quadros que tenham um caráter educativo, com ações de cidadania.

Agora se formos lançar um olhar sobre as emissoras educativas, talvez possamos fazer uma leitura mais crítica. Será que essas emissoras que tem como obrigação apresentar em sua grade, programas educativos estão cumprindo sua função? Ai cabe um estudo muito mais amplo, pois essas emissoras dependem de receber verbas, e para gerar uma programação de qualidade o custo é muito alto.

5. Referências bibliográficas

ARONCHI, José Carlos. **Genêros e formatos na televisão brasileira** – São Paulo: Ed. Summus, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre televisão** – Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1997.

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ Osvaldo. **Mídia, Educação e Cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia** - Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2005.

HAMBURGER, Esther; BUCCI, Eugênio; COMPARATO, Fábio Koder; PRIOLLI, Gabriel; SIMÕES, Imina; LEAL FILHO, Laurindo; BACCEGA, Maria Aparecida; KEHL, Maria Rita; MOREIRA, Roberto; LOPES, Vera O. Nusdeo. **A TV aos 50** – criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário – São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle: A resposta da sociedade ao poder da televisão** – Ed. Summus, 2006.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo: o modelo Britânico de televisão** – Ed. Summus, 1997.

MEKESENAS, Paulo. **Cidadania, poder e comunicação** - São Paulo: Ed. Cortez, 2002.

MELO, José Marques de.; SATHLER, Luciano. **Direito a Comunicação na Sociedade da informação** – Universidade Metodista, 2005.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico: Silvio Santos e o Sbt** – São Paulo: Loyola.

MORAES, Denis. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização Cultural e poder** – Ed. Record, 2003.

NEVES, Ricardo José. **Vade Mecum da Comunicação Social** – São Paulo: Ed. Rideel, 2000.

OROFINO, Maria Isabel. **Mídias e Mediação Escolar: Pedagogia dos meios, participação e visibilidade** – Ed. Cortez, 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Porque estudar a mídia** – Ed. Loyola, 2002.

VEET, Vivarta. **Remoto controle: série mídia e mobilização social nº 7** – Ed. Cortez, 2004.

6. Apêndices

Tabela 1 – Classificação dos Gêneros de acordo com as categorias	
ENTRETENIMENTO	Auditório - Colunismo Social - Culinário - Desenho Animado Docudrama - Esportivo - Filme - Game Show - Humorístico - Infantil - Interativo - Musical - Novela - Quiz Show - Reality Show Revista - Série - Série Brasileira - Sitcom - Talk Show - Teledramaturgia - Variedade - Western
INFORMAÇÃO	Debate – Documentário – Entrevista – Telejornal
EDUCAÇÃO	Educativo – Instrutivo
PUBLICIDADE	Chamada – Filme Comercial – Político – Sorteio – Telecompra
OUTROS	Especial – Eventos – Religioso

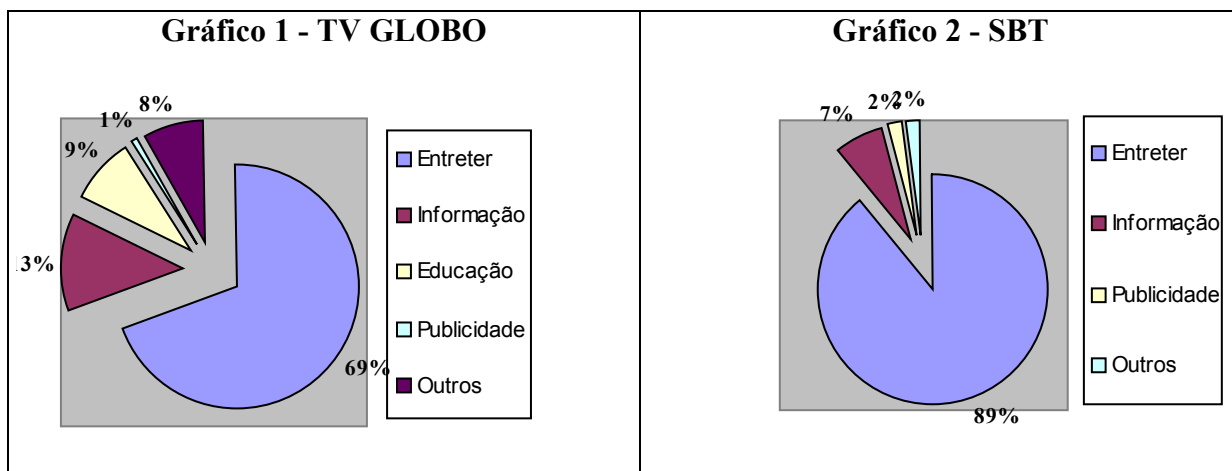


Gráfico 3 - TV RECORD

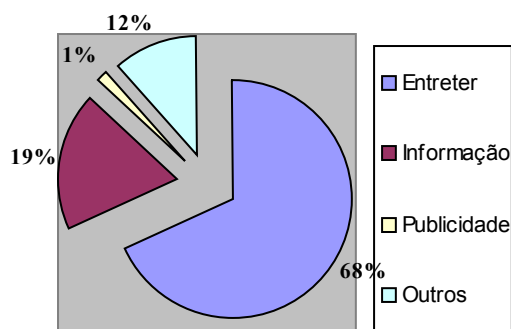


Gráfico 4 - TV BANDEIRANTES

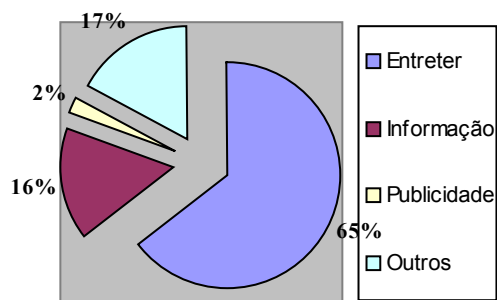


Gráfico 5 - REDE TV

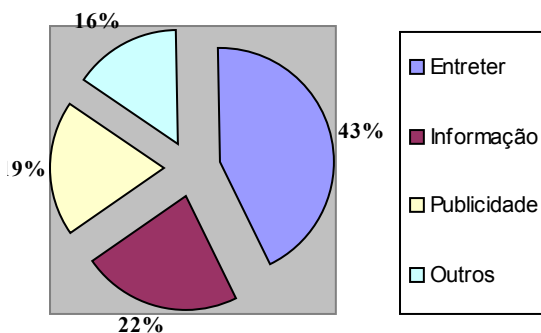


Gráfico 6 - TV GAZETA

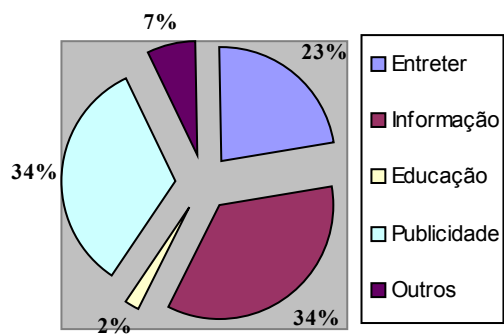


Gráfico 7 - TV CULTURA

