



O *Infotainment* e a Crítica ao Processo de Comunicação Televisivo¹

Felipe Rigon DORNELES

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, Ijuí, RS

RESUMO

Ao ligar a televisão o receptor recebe um grande fluxo de informações e, o *feedback* ao emissor, aos produtores dos veículos de comunicação, em grande parte, se dá através da audiência. A crítica à programação televisiva existe, bem como a audiência da mesma. Levanta-se a questão: por que existe a crítica à programação televisiva, principalmente quando se fala em entretenimento, se esta programação detém uma audiência representativa? O objetivo central do estudo é analisar a crítica ao processo de comunicação televisivo, com uma programação baseada em produtos de informação jornalística e entretenimento, analisando o porquê a crítica existe e o consumo permanece. Através de uma pesquisa descritiva e coleta de dados confirmou-se que o consumo existe, mas a crítica permanece para seguir ou “obedecer” um modelo cultural, que pode estar “ameaçado” a partir de um novo conceito de sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: processo de comunicação, teoria crítica, estudos de recepção, crítica, informação jornalística, entretenimento

Considerações Iniciais

Um processo de comunicação constituído por três elementos chaves: emissor, mensagem e receptor é identificado todos os dias ao ligarmos a televisão. Recebemos um grande fluxo de informações, e, o *feedback* ao emissor, os produtores dos veículos de comunicação, em grande parte, se dá através da audiência.

Especificamente sobre o processo de comunicação provocado pela mídia televisiva, que surgiu no Brasil no fim dos anos 1950, com uma programação baseada na estrutura das emissoras de rádio, que transmitiam programas de auditório, rádio-novelas e programas de radiojornalismo, há uma crítica. A estrutura do radiojornalismo pode ter sido responsável pelo desenvolvimento da programação televisiva, composta, principalmente por programas de entretenimento e jornalísticos. Um formato de sucesso poderia dar ainda mais certo no momento em que surgia a imagem às massas. Este formato permanece até hoje, e é criticado a partir de um pré-conceito “intelectual” contra o entretenimento, baseado na cultura do “conhecimento”. Mesmo com o advento do entretenimento, defende-se a ideia de que a televisão, por deter um poder de acesso às massas,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



pudesse criar mais produtos que transmitissem “conhecimento”.

A crítica à programação televisiva existe, bem como a audiência da mesma. Portanto levantamos uma questão norteadora: por que existe à crítica à programação televisiva, principalmente quando se fala em entretenimento, se esta programação detém uma audiência representativa? Portanto, este estudo parte de um objetivo que é analisar a crítica ao processo de comunicação televisiva, com uma programação baseada em produtos de entretenimento e informação jornalística, fundamentada no papel do receptor.

Pesando na sociedade como agente consumidor destas informações, é instigante a investigação desta crítica existente, que é mais uma questão cultural, do que uma crítica fundamentada em uma opinião consolidada. O que desperta a curiosidade de investigar o porquê desta crítica é o fato de que mesmo criticando, o consumo destes meios existe, e em um grau elevado. Alguns teóricos definiriam este consumo como alienação, mas a proposta aqui é definir como um processo de comunicação cultural, que estaria em uma cultura o motivo da existência da crítica.

Portanto, o objetivo geral deste estudo é analisar a crítica ao processo de comunicação televisivo, observando os estudos da teoria crítica da comunicação por meio de uma comparação e relação com os estudos de recepção acerca do processo de comunicação. Esta análise foi realizada a partir de uma pesquisa bibliográfica baseada em autores que fundamentam teorias que se referem ao processo de comunicação: Teoria Crítica, que tem uma visão dos meios como manipuladores e alienadores, pressupondo o receptor como passivo no processo de comunicação; e Estudos de Recepção, que defende uma visão abrangente, considerando o receptor ativo e mediações envolvidas no processo. Também serão analisadas informações levantadas em uma pesquisa de campo, de caráter qualitativo, que teve como técnica de coleta de dados um grupo de discussão, identificando como a crítica à programação é fundamentada por receptores de classe média.

O Processo de Comunicação Televisivo

O processo de comunicação televisivo tem três objetivos principais: entreter, informar e persuadir. Portanto, para realizar uma investigação da crítica existente acerca deste processo, devemos primeiramente analisar os agentes de um processo de comunicação. Como afirma Berlo (1999), além da mensagem, um processo de comunicação sempre será composto por mais dois agentes: o emissor e o receptor da mensagem. Então, seus principais elementos são o emissor, a mensagem e o receptor, e ainda, o canal que transmitirá a mensagem. Mas, Berlo (1999), acredita que para estudar o processo de comunicação devemos ter claro o conceito de processo.



Um dicionário, pelo menos, define “processo” como “qualquer fenômeno que apresente contínua mudança no tempo”, ou “qualquer operação ou tratamento contínuo”. (...) Quando chamamos algo de processo, queremos dizer também que não tem um começo, um fim, uma sequência fixa de eventos (BERLO, 1999, p. 23).

Portanto, o processo de comunicação prevê mudanças, pois possui dois grandes agentes ativos: o emissor e o receptor. E, além disso, está sujeito a mediações e diferenciadas interpretações dos envolvidos no processo. Partimos então para uma breve análise de cada agente do processo de comunicação. O emissor é quem emite uma [mensagem](#) para um [receptor](#), para isto, deve conhecer a quem se destina a mensagem. Segundo Berlo (1999), um emissor depois de escolher o meio por que deseja influenciar o receptor, codifica a mensagem destinada a produzir a resposta desejada.

As mensagens são informações que transitam durante o ato comunicativo. O meio é o canal que transmitirá a informação. O receptor é o agente a quem se dirige a mensagem, aquele que recebe a informação e a decodifica, interpreta de acordo com sua instrução cultural, levando em consideração as mediações presentes nesse processo. A resposta a esta mensagem, quando o receptor recebe a mensagem emitida pelo receptor, chama-se *feedback*, reiniciando o processo de comunicação.

Pensando no processo de comunicação televisivo, o emissor é o produtor, e o receptor o telespectador. Os meios não recebem, em imediato, um *feedback* da mensagem emitida, não possibilitando uma continuação direta e imediata do ato comunicativo. A audiência pode ser considerada um *feedback*, na ordem quantitativa, mas não qualitativa. Uma análise de quantidade significativa pode ser entendida como um processo de comunicação com êxito.

Entre os estudos da comunicação, do processo de comunicação, pode-se citar a vertente da Teoria Crítica, também conhecida como Escola de Frankfurt, que tinha como foco de estudo o emissor e o meio. Posteriormente outras vertentes teóricas passaram a analisá-lo a partir de novos viéses - levando em consideração questões sociais e culturais - como os Estudos de Recepção. Estas linhas teóricas serão analisadas devido aos objetivos propostos para este estudo: a análise da crítica ao processo de comunicação televisiva, com uma programação baseada em produtos de entretenimento e informação jornalística, fundamentada no papel do receptor. Partiremos do pressuposto de que o receptor, além de integrante, é um agente ativo no processo de comunicação.

A Teoria Crítica da Sociedade surgiu através de estudos da Universidade de Frankfurt. Teóricos como Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin pensavam em uma nova interpretação da sociedade a partir de um novo conceito: a sociedade da era pós-industrial.

A Escola de Frankfurt traz uma crítica severa aos meios de massificação da informação e



cultura. A indústria cultural, termo criado para nomear o processo de massificação dos produtos culturais, era criticado pelo objetivo de comercialização, a crítica era voltada ao capitalismo. Os produtos culturais antes restritos à elite eram reproduzidos em série para a massa. A crítica permeava o valor simbólico destes produtos, pois se afirmava que o processo de reprodução tirava a riqueza, a aura do produto, perdia sua complexibilidade, passando a significar algo de menor importância.

Os pensadores locais acreditavam, como seus pares norte-americanos, que havia uma relação direta entre as técnicas de se dirigir às massas e o comportamento dos indivíduos. As pessoas poderiam ser manipuladas e levadas a agir em determinadas direções através dos meios de propaganda, considerada então como a “arte de influenciar as multidões” (RÜDIGER, 2002, p. 57).

Os teóricos da Escola de Frankfurt levavam em consideração o estudo do emissor, mas referenciando o receptor, que para eles era passivo neste processo de massificação da cultura e informação. A crítica era voltada aos emissores e aos modos de produção. Aqui cabe levantar a hipótese de que, a crítica analisada neste estudo referente à programação televisiva, pode identificar-se com a crítica dos pensadores frankfurtianos. A crítica existente na época teve a tamanha repercussão devido ao cenário da sociedade, que passava por uma reestruturação política e social.

Naquela época existia um forte conceito: a dominação. Entendia-se que a sociedade era dominada por um sistema de governo, o recente capitalismo. Os meios de comunicação de massa eram ligados ao governo, portanto, a crítica se estendia a eles também. Segundo Rüdiger (2002) a publicidade era a principal expressão da crise em que a sociedade estava passando: “já que seus ‘métodos mesméricos’, carentes de ‘qualquer valor absoluto ou universal’, hipnotizam ‘as massas democráticas’ de modo a que atinjam um estado de imbecilidade histórica” (RÜDIGER, 2002, p. 61).

Hoje a crítica ao processo de comunicação televisivo segue a esta lógica de que o receptor é obrigado ou submetido a receber mensagens que não deseja, ou ainda que os meios são usados como canal para manipulação da sociedade, envolvendo neste processo questões políticas, sociais e ideológicas. Isto sem considerar o papel do receptor.

Mas estas foram as primeiras análises e interpretações do processo de comunicação. Outros estudos realizados com o decorrer do tempo passaram a perceber o receptor como agente ativo no ato comunicativo. Surge então, na década de 1980, na América Latina, os Estudos de Recepção.



A análise da recepção, o mais recente desenvolvimento na área de pesquisa de audiência, pode então ser definida como uma abordagem de natureza qualitativa e empírica na investigação comparativa do discurso da audiência com o discurso da mídia (Jensen e Rosengren, 1990:214), sendo que os resultados dessa análise são interpretados com referência ao sistema sócio-cultural (RONSINI, p. 13, 1999).

Os estudos da recepção permeiam os principais pontos de análise dos Estudos Culturais, ligado a pesquisa do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham, Inglaterra. Como principais teóricos estavam Richar Hoggart, Edward Palmer Thompson e Raymond Williams.

Os estudos culturais, como o próprio nome diz, permitem uma análise cultural, onde identifica as práticas sociais cotidianas e culturais, para perceber os modos de recepção das mensagens emitidas por emissores dominantes. Pode-se fazer uma projeção ao papel dos meios de comunicação de massa. “A programação transmitida, muitas vezes avaliada criticamente, é bem menos importante do que suas funções de preencher um ambiente, matar o tempo ou entreter o indivíduo com o equipamento”. (HOHLFELDT, 2001, p.143).

Aqui, já pensando na programação televisiva, as pessoas possuem uma cultura instalada, hábitos que as permitem fazer algo, sem perceber que está fazendo. O emissor era, ou ainda continua influenciado pela lógica de uma sociedade capitalista, como defendia a Escola de Frankfurt na época da Segunda Guerra. Mas, e os receptores, passam a ser influenciados pelos emissores ou pela própria cultura que lhes permite criar interpretações dos fatos e da realidade? Ou ainda é influenciado nas duas situações? De que modo esta influencia pode ocorrer?

Enquanto os estudos culturais centram suas análises em questões cotidianas da cultura, os estudos de recepção focam no receptor, em sua análise do processo de recepção das mensagens dentro deste cotidiano. “O que caracteriza, entretanto, a análise da recepção são os procedimentos comparativos entre o discurso dos meios e o da audiência, e entre a estrutura da resposta da audiência em relação a este conteúdo” (JACKS, 2005, p. 42).

Temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura (...) Perguntem a qualquer dona-de-casa. Ela sabe que importa o que se consome, que não pode ser qualquer coisa, porque, se o que ela compra é ruim, ela não pode fazer uma comida muito boa, ainda que seja uma cozinheira fabulosa (BARBERO, 1995, p.55).



A crítica à programação televisiva parte desta relação de poder, de intelectualismo, de preconceito de classes, principalmente, em relação à questão do entretenimento estar inserido na programação televisiva.

Entretenimento e informação jornalística: a crítica à programação televisiva

A estrutura da programação televisiva foi desenvolvida baseada na programação das emissoras de rádio da década de 1940. O rádio, nesta época, conquistava o público com seus famosos programas de auditório, portanto, nada melhor que um modelo de sucesso já existente para a implantação de um novo meio que possuiria uma grande “arma”: a imagem. Ainda, a programação do rádio, baseada em programas de auditório, rádios-novela e programas de radiojornalismo, aos poucos passou a ter uma programação além de entretenimento e jornalística, musical. Devido a esta questão, entre outras, a programação televisiva caracteriza-se por programas de entretenimento e jornalísticos. Este formato permanece até hoje, apesar de muito criticado devido à influência cultural dos meios. Acreditava-se que a televisão pudesse criar mais produtos que transmitissem “conhecimento”.

Entretenimento tem origem latina e vem de inter (entre) e tenere (ter). O verbo dá sentido de “deter, esperar, fazer demorar”. Entretenimento, entreter, distrair. Este pode ser considerado o objetivo dos meios ao deter sua programação ao entretenimento. Entretenimento é lazer. “O tema entretenimento pode ser, em suas múltiplas facetas, deslumbrante ou medíocre, fascinante ou lamentável, extremamente inteligente e instigante ou uma série de estereótipos nefastos”. (TRIGO, 2003, p.15).

Já a informação jornalística é a reprodução de um processo de comunicação antigo: a fala. É a reprodução de um processo comunicacional para um novo processo de transmissão de mensagem. Com um objetivo único, desenvolve um importante e responsável papel na sociedade: informar.

Os programas jornalísticos muitas vezes são tidos como sérios, que geram “conhecimento”, enquanto os de entretenimento talvez passem por um preconceito de não educar, ou de ensinar “besteiras”. A crítica geralmente é baseada não na qualidade da produção, mas no conteúdo.

Assim o entretenimento tem sido inserido à programação jornalística, como forma de conquistar um público que não busca essencialmente informações científicas ou que possam trazer algum tipo de conhecimento intelectual, mas que busca na programação televisiva também a diversão, o prazer. A crítica ao processo de comunicação televisivo existe na teoria, mas na prática nem sempre. Pode-se observar que o consumo permanece muitas vezes não assimilando a crítica. Mas existem formas de ver televisão - que serão analisadas a seguir - e negociações na hora do



consumo, justificadas na crítica da programação televisiva.

Em termos de mídia, a realidade da sociedade do espetáculo, conceituada por Debord na década de 1960, que leva à seleção de fatos para virarem notícias de acordo com as condições de espetáculo que carregam e com a capacidade que têm de emocionar as pessoas, levou alguns autores a usarem a expressão *infotainment*. (TRIGO, 2003, p.11).

Trigo (2003) traz um novo conceito surgido através da união do entretenimento e jornalismo: o *infotainment*. Esse termo foi usado por alguns autores para definir um gênero que mistura os principais conceitos que integram a programação televisiva. Este termo dá nome a programas de televisão que são compostos por entretenimento e informação jornalística.

Este é um caso que deixa questionamentos acerca da crítica à programação televisiva, que indica que a programação deveria ser focada na informação, sendo que programas com entretenimento, que deixa de lado, em muitos momentos, a seriedade do jornalismo, mantém tamanha audiência. As negociações e modos de ver televisão integram a crítica que parece não corresponder com a teoria. Deixamos claro aqui que não se questiona, ainda, o papel da televisão em educar ou entreter, mas busca-se analisar o porquê existe uma crítica à programação televisiva.

A crítica refere-se principalmente a uma avaliação negativa, pois a análise privilegia uma crítica severa contra a programação televisiva, calçada na afirmação, muitas vezes ouvida, de que a televisão aberta não traz programas que geram “conhecimento”, por isso é considerada de baixa qualidade.

“Os jornais se vêem, efetivamente, numa estranha postura. Jamais foram tão solicitados, no momento mesmo em que sobre eles se acumulam as mais duras críticas (AUBENAS; BENASAYAG, 2003, p.11)”. Na mesma situação encontra-se a programação televisiva. Acerca dela surgem críticas quanto ao seu conteúdo, porém, é o meio de maior acesso, e o mais procurado pela população.

A crítica é focada principalmente no entretenimento, que domina grande parte da programação televisiva no Brasil. A informação jornalística encaixa-se em outra crítica: a de manipular a sociedade através da informação, porém não é responsável por essa crítica em foco de análise, a crítica à programação.

Trabalharemos então hipóteses para detectar algumas das origens da crítica a programação televisiva. Partimos da ideia de que a crítica seja fundamentada a partir de um estereótipo, que julga o entretenimento por não informar, mas por simplesmente entreter. Este julgamento pode começar



já a partir de uma interpretação da etimologia do termo. Alguns dicionários se referem ao entretenimento como ato de “iludir, enganar”. Cria-se uma visão negativa do conceito entreter, de forma mais pesada ainda, por ser uma etimologia dada por um dicionário, que segue a ideia da cultura padrão baseada no intelectualismo.

A crítica à programação televisiva também pode ter traços culturais desde as situações criadas quando se discutia os estudos da indústria cultural, pela Escola de Frankfurt. Como já citamos os pesquisadores dessa Escola criticavam o processo de comunicação por ser comandado ou construído por um segmento da população, por um sistema capitalista que usava dos meios para manipular a sociedade, e o povo, sem condições nem “conhecimento” para se contrapor a essa manipulação.

Pesquisadores da Escola de Frankfurt acreditavam que os receptores eram obrigados a receberem certos tipos de informações e manipulados ao recebê-las. Esta concepção partia da ideia que os meios estavam ligados a uma sociedade capitalista, que continua até hoje. Podemos entender essa perspectiva de manipulação por ser adotada no contexto da Segunda Guerra, onde os meios massivos começaram sua ascensão; mas hoje temos um número maior de meios, e os receptores desenvolveram uma série de competências de leituras dos mesmos. O contexto histórico pode refletir nos dias de hoje, um preconceito estabelecido no decorrer da história pode fazer com que as pessoas não aceitem que, hoje, entre os principais papéis da televisão está o entretenimento.

Francisco Gracioso, em artigo na Revista da ESPM de julho de 2007, cita características que envolvem o conceito de sociedade pós-moderna, uma delas é o hedonismo, a busca frenética pelo prazer, que leva a obsessão da sociedade ao espetáculo, ao entretenimento, que é outra hipótese levantada para este estudo: o prazer, que é negado através da crítica à programação televisiva, que pode explicar também as hipóteses já citadas.

O autor traz o termo sociedade do espetáculo para descrever uma sociedade que busca emoção, que só pode ser explicada por termos subjetivos. Um conceito contrário do Iluminismo. O Iluminismo foi um movimento que surgiu nos séculos XVII e XVIII a partir do Renascimento, em países como Inglaterra, Alemanha, França e Itália. Os filósofos deste movimento defendiam a luz e o conhecimento, acreditavam que a razão e a ciência poderiam explicar o universo.

Acusa-se o Romantismo de haver-nos deformado a Idade Média, mas poucos períodos por sua vez foram tão preconceituosamente vistos a partir da modernidade quanto este Romantismo, reduzido a “escola” literária ou musical, e em definitivo a um adjetivo que se confunde com o melodramático e sentimental. Hoje surge outra leitura histórica que permite



valorizar a ruptura do movimento romântico no espaço da política e da cultura. Mas além das modas – e sabemos que a indústria cultural pode hoje vender-nos até isso, pondo em moda uma época histórica – o interesse atual pelo movimento romântico está ligado à crise de uma concepção da política com espaço separado, separado da vida e da cultura, convertida em atividade desapaixonada, um espaço sem sujeitos (BARBERO, 1997, p.25).

Francisco Gracioso ainda ressalta que as mudanças que acontecem na sociedade hoje, diferem-se das mudanças ocorridas em toda a história da humanidade, isto pela velocidade que elas ocorrem, não tem um tempo para serem consolidadas.

A mesma crítica existente na Idade Média existe hoje, mas voltada ao entretenimento. A razão, defendida pelos iluministas para salvar a sociedade, pode permanecer até hoje através do conceito de conhecimento, por solicitações de uma programação televisiva educativa. “A racionalidade que inaugura o pensamento ilustrado e condensa inteira nesse circuito e na contradição que encobre: está contra a tirania em nome da vontade popular mas está contra o povo em nome da razão” (BARBERO, 1997, p.24).

Porém, é importante ressaltar que a negação do prazer não impede o consumo, a crítica existe e o consumo de uma cultura massificada, chamada popular, permanece. “Voltaire o dirá sem evasivas: são outros os prazeres – diferentes daqueles do saber – e ‘mais adequados a eu caráter’ os que o governo deve buscar para o povo” (BARBERO, 1997, p.25).

As hipóteses apresentadas têm ligação a um padrão de cultura e de classe. Quem possui uma cultura de conhecimento (conceituação citada anteriormente), que segundo estereótipo presente na sociedade contemporânea está diretamente ligado à classe média e alta, não assiste televisão, ou melhor, não assiste especialmente aos programas de entretenimento. Essas hipóteses podem explicar o fato de as pessoas terem certa vergonha de dizer que consomem a programação televisiva. Além da vergonha, existem importantes questionamentos sobre a qualidade do conteúdo e, ao mesmo tempo, a audiência, que instiga a análise da mesma. Uma crítica cultural, de classe e social.

Os receptores criticam uma programação a qual eles têm profundo conhecimento, o que, mais uma vez, significa que eles consomem. Logicamente para criticar algo, a pessoa deve ter conhecimento do produto que está criticando, portanto, a crítica não impede o consumo, mas indica que o mesmo ocorreu. A questão levantada é por que este consumo permanece juntamente com a crítica. Esta situação refere-se às negociações e modos de ver televisão citadas anteriormente. O receptor pode negociar modos de ver televisão: pode assistir, criticar e continuar assistindo; assim como assistir, criticar e não consumir mais; ou ainda assistir, criticar e consumir de vez em quando. A crítica não pode existir sem que antes tenha ocorrido o consumo.



Quando se fala sobre crítica à programação televisiva, que pessoas assistem a programas de entretenimento, essa é direcionada a pessoas de classe baixa, que não possuem certo nível de conhecimento adequado pela sociedade, uma cultura padrão. Mas não é apenas este público que busca este tipo de informação. Ainda, no século da tecnologia, dos meios de comunicação e da explosão do entretenimento, há pessoas que tem restrições em falar que assistem televisão. Esta vergonha relaciona-se diretamente ao fato de que, para muitos, assistir televisão está associado ainda a não ter gosto, pelo fato de entretenimento não ser considerado cultura, e principalmente, por este gosto ser considerado como popular.

A Crítica: uma questão cultural

Para analisar a crítica a programação televisiva foi realizada uma análise de um grupo de discussão que procurou identificar em seis receptores de classe média, de 16 a 50 anos, diferentes ramos de atividades profissionais, que normalmente possuem uma crítica negativa em relação à programação televisiva, como entendem este processo de comunicação; como percebem a diferença entre programas de entretenimento e informação jornalística; como avaliam esta programação; e identificar o porquê desta crítica existente.

Esta análise permitiu as “conclusões” acerca do objetivo central deste estudo, que é investigar por que existe a crítica à programação televisiva, sendo que o consumo dos meios permanece, e o porquê da negação da participação neste processo de comunicação. O receptor está sendo ativo no processo, pois a crítica é também um *feedback* das informações emitidas pelos meios, como qualquer outra ação ou resposta causada por um estímulo da mensagem inicial.

A condução do grupo de discussão aconteceu da seguinte forma: primeiramente todos integrantes expuseram sua opinião acerca do tema “televisão”, o papel que a mesma ocupa em seu dia-a-dia e uma primeira opinião geral sobre o tema. Em seguida, a partir de um roteiro elaborado com base nos objetivos e hipóteses deste estudo, comandado por um mediador, ocorreu o debate, e o surgimento de novas questões.

O objetivo deste grupo de discussão foi identificar como estes receptores percebiam o processo de comunicação televisivo e confirmar a existência da crítica ao mesmo. Também, observar o significado da crítica para os receptores e qual o espaço que a programação ocupa na vida de cada um, tentando identificar se esta crítica agrega alguma fundamentação.

A análise dos dados do grupo de discussão demonstrou que realmente os receptores possuem uma crítica ao processo de comunicação televisivo, e também que o consumo existe da mesma forma. No início da conversa, o discurso era “firme”, todos diziam assistir programas educativos e julgavam o entretenimento. Aos poucos, durante a conversa, passavam a revelar o real papel que a



televisão ocupa no seu dia-a-dia: eles buscam mais entretenimento que informação.

Percebeu-se no grupo de discussão que falar de entretenimento causa prazer, mas, que ele não é assumido, é bem evidente a sua desvalorização na visão cultural dos participantes. Assim, quando o debate “esfriava”, voltava ao discurso inicial de que “a televisão deveria passar mais programas educativos”. A negação em assistir programas de entretenimento esteve presente durante toda a conversa. Era um discurso contraditório que demonstrava um receptor ativo tanto ao criticar uma programação que segundo eles não “educava”, quanto no momento em que assumiam assistir programas de entretenimento, mesmo que esta revelação era seguida de uma justificativa, de que teriam capacidade de selecionar as informações.

A crítica ao processo de comunicação é construída a partir das mediações e negociações durante o mesmo, que é o que sugerem os estudos de recepção. Quando tratamos da crítica, que ela é contraditória ou que não segue na prática, não se toma uma posição de julgamento à mesma, mas sim procura-se identificar como ela é elaborada.

O receptor deixa de ser visto, mesmo empiricamente, como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural; é um receptor em situações e condições, e por isso mesmo cada vez mais a comunicação busca na cultura as formas de compreendê-lo, empírica e teoricamente. Esse receptor é melhor percebido no mundo da cultura em produção, mais popular, em que a própria comunicação se encontra, daí surgindo novas chances para o encontro do sujeito (SOUSA, 1995, p.26).

As hipóteses levantadas envolvem o conceito “conhecimento”. Identificamos neste termo um dos motivos da existência da crítica, pois, seria a partir desta causa, do dever transmitir conhecimento, que os receptores mantêm a crítica a programação televisiva, que é baseada em programas de entretenimento. E, da mesma forma, por defenderem os considerados “programas educativos”. Segundo discurso dos próprios participantes, identifica-se que eles acreditam que o papel da televisão é educar através da transmissão de informações, mas também observa-se que, como mencionado anteriormente, o outro grande papel é entreter, muitas vezes negado, reforçando a ideia de que o mesmo não é considerado legítimo perante a sociedade.

Não se questionaria aqui o fato de os receptores solicitarem programas educativos se este desejo correspondesse à realidade. Como foi abordado na análise dos dados, os receptores mantêm um discurso, porém, na prática, quando ocorre o consumo aos meio de comunicação, isto não acontece, os mesmo se detém a consumir principalmente programas de entretenimento. Uma



cultura/visão surgida desde a época do iluminismo, e enfatizada através dos estudos da Escola de Frankfurt, conforme teorias abordadas no capítulo anterior, permanece hoje, através da crítica à programação televisiva. É também “status” ter, consumir e buscar “conhecimento”. É considerada legítima a busca pelo conhecimento.

Da mesma forma, ocorre a negação ao consumo de programas de entretenimento. Esta negação está ligada à razão, também citado no capítulo anterior, que vem em confronto ao prazer ligado ao lazer, à emoção. Porém, de qualquer forma, a crítica a programação televisiva existe a partir de um processo de negociação, realizado a partir da construção de significados para as mensagens, como citado anteriormente. Mas esta crítica também pode ser vazia, infundada, sem ocorrer sequer um processo de reflexão, ou que seja elaborado um modo de ver televisão, negociado. O modo, neste caso, seria o de simplesmente consumir, mantendo uma crítica descolada, que foi elaborada por outros.

Como observado no grupo de discussão, os receptores consomem a programação e a criticam, a partir da construção de significações, e, da mesma forma realizam um processo de negociação, onde parece ocorrer uma troca no processo de comunicação, que envolve ações como consumir, criticar e em algumas situações não consumir mais. Estas são algumas das posições que cada receptor pode ocupar em determinados momentos ao assistir televisão.

Quanto ao processo de recepção, entendido como um fenômeno contínuo, complexo e contraditório, que extrapola o ato de ver televisão; como um fator interativo e de negociação entre emissor e receptor; como um processo multimediado por inúmeros agentes e situações; como um fator de produção de sentido por parte dos receptores a partir de seus próprios referenciais (JACKS in NETO; BRAGA; PORTO, 1994, p. 212).

O grupo de discussão trouxe um importante dado, quando revela um discurso um pouco diferenciado quanto à crítica a programação televisiva. Os jovens que integraram o grupo de discussão apresentaram um discurso mais aberto quando questionados acerca de programas de entretenimento. Talvez se tenha a partir disto uma nova cultura, a partir de um novo conceito de sociedade. Da mesma forma que os estudos teóricos acerca do processo de comunicação tomaram novos rumos, o conceito da sociedade acerca do mesmo também tem sido alterado. Esta mudança pode ter surgido a partir da perspectiva dos estudos de recepção, no final dos anos 1980, momento em que estes receptores não restringem-se mais a perspectiva frankfurtiana.

Portanto, os “novos” receptores do atual processo de comunicação televisivo, jovens criados em uma sociedade pós-moderna, tem uma visão diferente, acerca do processo de comunicação de



massa, dos receptores adultos pesquisados, que foram criados nas décadas de 1950/60/70, onde, na sociedade o conceito e debates acerca de processos de comunicação de massa eram ligados às teorias da Escola de Frankfurt.

Considerações Finais

A crítica ao processo de comunicação televisivo, desenvolvida por receptores do processo a partir de um conceito de sociedade das décadas de 1950/60/70, e que permanece até os dias de hoje, questiona uma programação que foge do objetivo de transmitir conhecimento intelectual, e busca proporcionar à sociedade informação, mas, principalmente, o prazer, através do entretenimento.

A crítica existe por um padrão cultural mantido pela sociedade desde 1950, e o consumo permanece a partir dos processos de negociação, que justificam o mesmo. Enfim, o consumo de programas de entretenimento existe, e a crítica permanece para seguir ou “obedecer” um modelo cultural.

Uma das hipóteses levantadas no decorrer da investigação, sobre a origem da crítica, que abordava a questão da negação do prazer, foi identificada como consequência do pressuposto do predomínio da razão como característica do desenvolvimento humano, estereótipo cultural evidenciado desde o desenvolvimento do conceito de indústria cultural. Mais que um estereótipo, um paradigma, que norteou por mais de século o curso da humanidade. Porém, quando se começou questionar a ciência, em função de que a razão nos levaria a evolução, eram levantados questionamentos do porque, a partir deste entendimento, aconteceram, por exemplo, duas guerras mundiais.

O *infotainment* abordado como um novo formato de programação televisiva foi seguidamente abordado pelo grupo de discussão que, mesmo não tendo conhecimento deste conceito, citava situações que identificavam o mesmo na programação. O entretenimento, o prazer, passa a ser “usado” para informar através do lazer, ou, também, “usando” a informação para entreter, mascarando o consumo, julgado por uma sociedade elitista.

O discurso dos receptores no grupo de discussão juntamente com as teorias acerca do processo de comunicação, e conceituação dos formatos televisivos que integram esta programação possibilita uma identificação com as hipóteses levantadas neste estudo. Mas verifica-se que essa investigação aqui realizada acerca da existência da crítica a programação televisiva permite o surgimento de novas questões, hipóteses e públicos para ainda serem trabalhados em estudos de recepção, talvez com o aprofundamento na abordagem de um dos conceitos de sociedade em constante mudança, que tem o espetáculo como uma diretriz.

Esta visão cultural acerca da programação televisiva pode estar tomando outro rumo de



acordo com o surgimento de novas tecnologias e a difusão de uma sociedade que busca o entretenimento, conceituada por Francisco Gracioso, como a sociedade do espetáculo. Esta sociedade traz uma ideologia diferente da predominante na década de 1960, que mantinha uma crítica severa ao sistema capitalista ligado até então aos meios de comunicação da época. Tem como características principais a busca pelo prazer; a luta pela liberdade; a vulgarização da informação; e as rápidas mudanças culturais, que envolve o consumo do entretenimento.

Os adolescentes que hoje vivem esta sociedade, talvez já demonstrem um novo entendimento sobre o processo de comunicação massivo, como observado no grupo de discussão que integra este estudo. Os adolescentes não demonstravam uma restrição ao falar que assistem programas de entretenimento, que buscam o prazer, fato que não é compatível com o discurso dos participantes adultos do grupo de discussão.

Este público demonstra saber o que consome e ao mesmo tempo mostrar capacidade de interpretação e julgamento das informações consumidas. Talvez, a velocidade das mudanças culturais não permite que alguma cultura se instale na sociedade e permaneça como padrão. Enfim, não existe uma cultura que seja única.

Os adolescentes participantes do grupo de discussão podem se encaixar nesta categoria intermediária. Em seus depoimentos mostravam, além da revelação do consumo de programas de entretenimento, uma posição crítica em relação aos mesmos. Declaravam que a programação poderia contemplar programas “educativos”, porém, em certos momentos, não era com este objetivo que estavam frente à televisão. O objetivo em ver televisão, agora, muda também no discurso.

A Teoria Crítica da Sociedade deixou traços na sociedade pós-moderna, como, por exemplo, através da crítica ao processo de comunicação de massa, ou televisivo, como trabalhado neste estudo. No momento em que identifica-se, talvez, uma nova posição, o desenvolvimento de uma nova cultura, de novos conceitos acerca deste processo, resultará na extinção dessa crítica, ou em um novo direcionamento de seus questionamentos? Identifica-se as origens da crítica e passa-se a discutir a permanência de sua existência, a partir desta nova abordagem.

São lançados então novos desafios de investigações acerca da crítica ao processo de comunicação televisivo. Uma crítica que iniciou questionando a existência dos meios, sua atuação na sociedade, seu conteúdo e, agora, a permanência da crítica, em uma sociedade que tem como única certeza a mudança.



Referências Bibliográficas

- AUBENAS, Florence; BENASAYAG, Miguel. **A Fabricação da Informação: os jornalistas e a ideologia da comunicação**. Tradução Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2003.
- BARBERO, Martin. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BERLO, David K. **O Processo de Comunicação: introdução à teoria à prática**. Trad. Jorge Atinaldo Fontes. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- GRACIOSO, Francisco. **Espectáculo e Comunicação: um casamento pós-moderno**. In: Revista da ESPM, vol. 14, ano 13, edição nº 4, julho/agosto, 2007.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- RONSINI, Veneza Mayora. **Apontamentos para uma cartografia da recepção**. In: NETO, Antonio Fausto Neto (org.). UNISINOS: Mídias e recepção. São Leopoldo: Unisinos, 1999, p. 13-29.
- RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural de Adorno**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- SOUSA, Mauro Wilton de (org). **Sujeito, o Lado Oculto do Receptor**. Trad. Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.