

A Ausência de Programação Educativa nas principais emissoras de TV aberta privada no Brasil

The absence of educational programs by the main private TV stations in Brazil

Cristina de Souza Barra de Holanda¹

Resumo

A Constituição Federal de 1988 fixa normas para a produção e programação televisiva, cujo direcionamento deve ser por finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Com base na carta magna, o presente estudo propõe analisar a programação televisiva oferecida ao telespectador das emissoras de televisão aberta privada do país: Band, Rede Globo, SBT, Rede TV! e Record, com foco na análise da programação educativa. A televisão deve cumprir funções sociais, porém o cenário voltado majoritariamente à categoria entretenimento transpõe décadas e impacta diretamente no cumprimento do papel educativo. Além disso, a concentração de poder dos meios de comunicação, acentuada pela ausência de democratização da comunicação, atinge diretamente a diversidade do conteúdo oferecido ao cidadão, do mesmo modo que impede o cumprimento das funções sociais e uniformiza a programação educativa, que permanece ausente nas emissoras pesquisadas.

Palavras-chave: programação televisiva; funções sociais; papel educativo da TV.

Abstract

The 1988 Federal Constitution established television program production norms, which should be educational, artistic, cultural and informative. Based on the Magma Letter, the present study proposes the analysis of television programs offered to the viewer by the private broadcast stations in the country: Band, Rede Globo, SBT, Rede TV! and Record, focusing on the analysis of educational programs. Television should fulfill social functions; however, the scenario has centered mostly around the entertainment category for decades and directly impacts the effectiveness of its educational role. Furthermore, the concentration of power of the means of communication, heightened by the absence of democratization of communication, impacts directly on the diversity of content offered to the citizen thus impeding the fulfillment of its social function and the standardizing of programs. Educational programs remain absent in the researched stations.

Keywords: television programs; social functions; educational role of television.

¹Jornalista pela Universidade Castelo Branco • e-mail: csbarra@hotmail.com

Introdução

Como todo meio de comunicação, a televisão pode transmitir ensinamento, formar opinião ou deformar, ainda mais quando presente num país com sistema educacional fragilizado. O poder e o alcance do veículo televisivo potencializam, de forma positiva ou negativa, a ação educativa. O desafio é como fazer da televisão um veículo voltado para o bem comum, com a finalidade de execução de papel público.

Para abordar o tema do artigo, que propõe analisar a ausência de programação educativa nas principais emissoras de TV aberta privada, é necessário (I) compreender a programação televisiva, (II) a influência de agentes como Estado, empresariado e anunciantes no direcionamento dos conteúdos e (III) ter ciência da estrutura das TVs abertas privadas a serviço do capital, nas quais a cultura é tratada como um bem econômico subordinado aos interesses do empresariado e o telespectador é visto como consumidor, e não como um cidadão com direitos.

Na dependência do sistema televisivo pela audiência, a predominância na grade de programação televisiva é sustentada pelos pilares garantidores da atenção dos telespectadores, através de conteúdos voltados ao entretenimento, à informação e, mais recentemente, ao religioso. O conteúdo da programação dirigido à finalidade educativa permanece ausente na grade das emissoras pesquisadas, embora a Constituição Federal de 1988 oriente que a programação e produção das emissoras de TV devem atender preferencialmente à programação com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, independente se nominadas emissoras públicas, privadas ou estatais. Para o devido funcionamento do papel educativo, é necessário tratar a televisão de forma eficiente, a serviço da sociedade.

O presente artigo utiliza a pesquisa bibliográfica e dialética de análise de dados com base em estudos sobre o panorama da programação televisiva. No primeiro momento, é enfatizada a programação televisiva vinculada aos interesses comerciais, com fundamento nos dados históricos desde a chegada da televisão no país. Posteriormente, serão analisados levantamentos recentes relacionados ao veículo no país, em uma abordagem mais contemporânea.

1- A programação televisiva e o direcionamento comercial

O ano de 1950 é marcado pela chegada da televisão no país, um período caracterizado pelo crescimento industrial e deslocamento populacional das áreas rurais para a urbana. Se por um lado ocorria o processo de urbanização, por outro ascendia o desenvolvimento social e econômico. As emissoras de televisão se consolidaram economicamente apenas na década de 60, mesmo período de aumento do consumo de produtos industrializados. (MATTOS, 2000, p.33- 34).

A televisão surgiu legalmente como um serviço público, no qual a União concedeu, através de decreto e sem participação do público, exploração comercial a empresas privadas. Como no período era inexistente o bloqueio à propriedade cruzada dos meios de comunicação, um

mesmo grupo adquiria mídias distintas, como rádios, jornais e revistas, formando, então, grupos multimídia (LIMA, 2011, p. 67-68). Os meios de comunicação foram tomados por interesses privados por meio de oligarquias familiares e políticas.

Dentro do cenário já existente nos meios de comunicação, o modelo de programação prevalecido na fase da implantação da televisão no país foi o utilizado nas rádios. Ademais, a programação acompanhou o modelo norte-americano de exploração comercial, estabelecendo uma relação direta com a publicidade (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 68-69). O perfil da programação televisiva era voltado, neste primeiro momento, à camada elitista por dois motivos: primeiro, a existência de poucos anunciantes; e segundo, pelo pequeno público. Alguns programas eram patrocinados por um único investidor, refletido no nome dos programas, como o caso do Repórter Esso, Telejornal Bendix, Reportagem Ducal, Telejornal Pirelli, Gincana Kibon e Sabatina Maizena. (GARCIA, 2011, p.1-4)

Historicamente, a programação seguiu uma lógica de mercado atrelada às transformações políticas do período, marcada por fases como a presença de monopólio dos meios de comunicação. Dessa forma, poucos grupos, formados por famílias e políticos, detinham mais de um veículo. Acrescentasse a esse fato, o golpe militar, que impactou diretamente os meios de comunicação. A mídia no país foi construída e moldada, tornando-se uma “mídia extremamente concentrada e historicamente antidemocrática” (BORGES, 2009, p. 56).

O período da ditadura militar foi marcado pela promoção da segurança e do desenvolvimento nacional através dos meios de comunicação. O regime precisava disseminar, persuadir e impor as ideias de uma nova ordem e os meios de comunicação passaram a ser o canal necessário para tais finalidades (MATTOS, 2000, p. 35-44). A promoção era para uma cultura mais disciplinada, de acordo com a ideologia da ditadura militar.

Mattos (2000) divide o desenvolvimento da televisão no país em fases, do qual é possível visualizar o direcionamento da programação televisiva. A fase elitista (1950-1964), por exemplo, pode ser analisada por duas vertentes: a existência de poucos aparelhos de TV pertencentes a membros da elite, “um brinquedo de luxo das elites do país” (MATTOS, 2000, p. 96). Poucos dispunham de recursos para adquirir o novo veículo, uma vez que o custo chegava próximo ao valor de um automóvel; e a inexistência de recursos, tampouco pessoal qualificado, em uma fase marcada pelo imprevisto. (MATTOS, 2000, p. 92).

Capparelli e Lima (2004, p. 67) sinalizam esta fase com pouco alcance popular, sem publicidade e com programas produzidos de forma econômica. Para Mattos (2000, p. 93-94), os destaques eram balé, música clássica e os teatros. Com a necessidade de aumentar a audiência e, sucessivamente, a conquista de anunciantes, principal fonte de renda da televisão, os programas culturais foram excluídos da programação em 1958.

No ano de 1951, a primeira telenovela brasileira é veiculada. Em 1952, vai ao ar o Repórter Esso, uma adaptação do programa de sucesso do rádio, mesmo

período em que a quantidade de aparelhos televisores passou de 200 unidades, em 1950, para 11.000 em 1952 (MATTOS, 2000, p. 93-94). Com o aumento de televisores, cerca de 598.000 nos anos 60, as emissoras passaram a buscar programas menos elitistas. Capparelli e Lima (2004, p. 67) associam o encerramento dos programas voltados à elite “quando a televisão passa a contar com um maior número de domicílios equipados com televisores, atingindo diversas classes sociais e não apenas uma elite”.

Através do videoteipe, na década de sessenta, foi possível a implantação de programação horizontal, a veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana. O telespectador passou a assistir televisão de forma rotineira. No mesmo período, a televisão direcionou a grade para uma programação considerada popular, como programas musicais e festivais voltados à música da TV Record, no período considerado de ouro na emissora. Em 1963, um ano que antecedeu o golpe militar, é regulamentada a transmissão ao vivo. (MATTOS, 2000, p. 100).

Dentre as décadas de 60 e 70, havia um debate internacional sobre a utilização dos meios de comunicação em prol da educação. No Brasil, ocorriam experiências em tele-educação, principalmente por iniciativa dos governos militares, a fim de instalar suas emissoras educativas e buscar meios legais de veiculação desses programas. Por meio da portaria interministerial nº 408, de 29 de julho de 1970, do MEC e do MINICOM, as redes comerciais começaram a veicular conteúdos educativos em um período de tempo obrigatório, sem custo. A duração era de 5 horas semanais, 30 minutos diários, de 2ª a 6ª feira e 75 minutos aos sábados e domingos, entre 7 e 17 horas (OLIVEIRA, 2011, p.1).

Na fase populista (1964-1975), a política influenciou o desenvolvimento da televisão. Em contrapartida, a televisão era difusora da ideologia do regime militar. Em 1968, o número de telespectadores aumentou devido à política de crédito introduzida pelo governo. Foi um período de dependência da televisão com anunciantes estrangeiros, baixo nível de produção local. Metade da programação, nos seis primeiros anos da ditadura, eram enlatados estrangeiros que além, de serem mais baratos, passavam livremente pela censura. A Rede Globo, em 1968, criou a programação-sanduíche, tendo a apresentação do telejornal entre duas novelas. (GARCIA, 2011, p. 4). As telenovelas foram fundamentais pela conquista de grandes massas para a TV (MATTOS, 2000, p. 118).

Os vinte e um anos de regime militar foram o de maior restrição governamental. A censura do período foi marcada pela repressão e pela disciplina, direcionando o modelo televisivo dentro da ideologia do regime militar. Nos governos de Emílio Garrastazú Médici - 1969-1974 e Ernesto Geisel - 1974-1979, ocorreu a desaprovação dos programas com direcionamento à violência e à ausência cultural. No governo Médici, a pressão era grande sobre as emissoras, seja através de multas ou suspensões. No intuito de desenvolver a cultura nacional, as emissoras substituíram os programas enlatados estrangeiros por programas produzidos no país. A televisão investiu em programas com sofisticação técnica. Os pontos positivos

foram a profissionalização do setor, uma ruptura à fase do improvisado, melhoramento do padrão e qualidade técnica dos programas (MATTOS, 2000, p. 102-110).

A programação da TV Globo era voltada para as camadas mais baixas da população até 1973 – período de consolidação do gênero telenovela, programas de concursos e filmes importados. A emissora cria em 1971 um departamento de pesquisa e análise, no qual foi possível planejar a publicidade, adaptando a programação a fim de conquistar maior audiência. “Durante a segunda metade da década de sessenta, a programação das televisões era basicamente assentada na tríade: novelas, ‘enlatados’, e shows de auditório.” (MATTOS, 2000, p. 111).

A fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985) é marcada pelas telenovelas e a conquista de grandes massas. A programação televisiva é padronizada, e é solidificado o conceito de rede de televisão. Mattos (2000, p. 118) posiciona a televisão como uma forma de compensar a população pós-censura vivenciada durante o regime militar. Foi uma fase com a diminuição de programas importados, menos dependência econômica e tecnológica dos produtores americanos, e os enlatados eram utilizados apenas para preencher horários vagos. Outro fator determinante no período é que, segundo o censo nacional, 55% das residências do país já possuíam aparelhos de TV em 1980. Através do IBOPE realizado no mesmo ano, os programas preferidos dos homens eram telejornais e o segundo, programas esportivos. Para as mulheres entrevistadas, o programa preferido são as telenovelas e, em segundo lugar, telejornais. (MATTOS, 2000, p. 119-132).

Capparelli e Lima (2004, p.16-17) avaliam que a conquista de audiência na década de 80 pode ser dividida em dois momentos: mudanças no gênero da época por shows de variedades e a competição no mercado entre as emissoras, que tornou possível a (re) apropriação da telenovela. Os destaques da fase da transição e da expansão comercial (1985-1990) são a competitividade entre as redes, sendo a programação a peça fundamental na competição entre as emissoras televisivas, a maturidade técnica e empresarial das emissoras. Nota-se a TV Globo avançando sentido mercado internacional e a promulgação da Constituição Federal de 1988, um marco do setor, contendo o texto do capítulo V voltado integralmente para a comunicação social. O artigo 221, por exemplo, fixa normas de produção e programação da televisão e rádio, que devem seguir aos princípios:

I- preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II- promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III- regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV- respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Um exemplo de programa instrucional presente no final da década de 70 foi o Telecurso 2º Grau, um programa de educação a distância veiculado pela Rede Globo e por TVs Educativas, cujo objetivo era a educação

de adultos sem oportunidade de acesso à escola. A proposta básica era formar para o trabalho e contribuir para a inserção e participação do telespectador para uma atuação profissional (WENDORFF, 2004, p.2-3). O programa deixou de ser exibido na Rede Globo em novembro de 2014, após 35 anos.

Em meio a essas experiências, uma novidade surge na televisão brasileira. No ano de 1978, é criado o Telecurso 2º Grau, uma iniciativa da FRM e da FPA, visando a atender a população que não tinha completado o 2º Grau, atual ensino médio. O projeto promovia a produção e veiculação de teleaulas, transmitidas pela TV Globo, TV Cultura e por outras emissoras educativas espalhadas pelo país, além de serem retransmitidas em versões radiofônicas, utilizando a estrutura do Projeto Minerva do então Ministério da Educação e Cultura (OLIVEIRA, 2011, p. 65)

Na fase da globalização e TV paga (1990-2000), inicia-se o direcionamento ao desenvolvimento global, base para a televisão por assinatura, que teve papel decisivo para a mudança no perfil da programação. Foi o início da programação voltada à interatividade, como o programa *Você Decide*, da TV Globo, o qual o público interferia no desfecho das histórias. Em 1998, há queda de audiência e rebaixamento quanto à qualidade da programação. “A vulgaridade continuou sendo usada, na tentativa de manter os mesmos índices de audiência, para compensar a perda da audiência das classes A e B, que estavam migrando para a TV por assinatura.” (MATTOS, 2000, p. 153).

No período de integração nacional e econômico, mais precisamente no final do século XX, é o início da conquista de audiência. “As grades de programação se transformam, sendo organizadas mais em torno de gêneros do que em programas individuais” (CAPARELLI; LIMA, 2004, p. 96), assumindo o papel no processo comunicativo e buscando conquistar mais audiência. A produção e a programação relacionam-se diretamente com objetivo de atingir maior audiência. A televisão inserida no sistema capitalista atende à acumulação.

Como a televisão foi direcionada a fins comerciais, era necessário participar do mercado concorrendo pelo faturamento publicitário. Conquistar anúncios significava planejar e direcionar os programas televisivos a fim de reter maior audiência. A publicidade passa então a ser a principal fonte de renda das emissoras televisivas (MATTOS, 2000, p. 33- 34). Com base na importância da publicidade, principal fonte de receitas da TV aberta privada, ocorre a inserção de espaços para comerciais na organização da grade de programação. O valor dos espaços é determinado pela audiência, por isso, as grades são elaboradas com a meta de atingir mais público. Se por um lado existe a necessidade de aumentar a audiência, por outro surge a necessidade de investimento em estações afiliadas, para atingir os públicos locais e regionais.

Klipp (2003, p.1-2) nomeia os programas como produtos oferecidos aos telespectadores através de um cardápio: a grade de programação idealizada pelas emissoras. Uma vez que a grade de programação é apresentada como cardápio, o telespectador é tratado como consumidor e não, cidadão com direitos. A programação ou organização da grade de programas veiculados diariamente na emissora de televisão

objetiva, neste relacionamento de interesses, conquistar maior audiência e maior procura por espaços pagos por anunciantes.

Um levantamento elaborado pela Agência Nacional do Cinema, através de dados disponíveis no Projeto Inter-Meios dos anos de 2005 até 2013, aponta a concentração do bolo publicitário no segmento de radiodifusão, uma demonstração do quanto importante é a publicidade para a TV aberta no Brasil. A média de percentual de investimento publicitário em televisão referente com base nos 9 anos é de 61,7%. (ANCINE, 2015, p. 27).

A questão principal do relacionamento entre programação televisiva, audiência e anunciante é o modelo de negócio da indústria televisiva de comercialização do intervalo entre a programação para, assim, lucrar com a audiência. A precificação dos espaços se dá através da audiência: quanto maior audiência, maior rentabilidade. O sistema televisivo comercial, por meio de pesquisas de preferência, busca dar ao público o que ele quer ou de acordo com gostos e vontades que foram construídos, a fim de atender interesses econômicos, políticos e ideológicos de anunciantes. “Este sistema busca incessantemente delinear, seduzir e aprisionar audiências, cujo poder aquisitivo possa ser ‘vendido’ a anunciantes de produtos, serviços e idéias. Simples assim.” (JAMBEIRO, 2008, p. 85-104)

Embora o artigo 223 da Constituição Federal de 1998 defina os critérios referentes às emissoras de radiodifusão como orientação na programação e produção sem realizar distinção entre sistemas privado, público e estatal (LIMA, 2011, p.95), pouco tem sido observado de forma eficiente, na prática, nas últimas quatro décadas pós-promulgação, principalmente relacionado ao direcionamento à preferência por programação de finalidade educativa – uma programação de responsabilidade de todas as emissoras de televisão.

2- Panorama da programação da TV aberta privada: Análise do público e ranking das programações com maior audiência

O Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 2016 (BRASIL, 2016), realizado pelo IBOPE inteligência, através de amostra de 15.050 pessoas distribuídas nas regiões do país, apurou que o meio de comunicação mais utilizado para receber informação é a televisão, com 63%. Sobre a periodicidade de assistir televisão, 77% dos entrevistados alegam assistir diariamente, o que representa três quartos dos entrevistados. As emissoras abertas mais assistidas são: Globo, com o percentual de 56%; SBT, com 11%; Record, com 12%; e Band, com 3%.

Em análise realizada através dos dados disponíveis no site do Kantar Ibope Média, que revela a cada semana o ranking dos 10 programas com maior audiência no Brasil², o programa mais visitado no período entre 28 de maio e 01 de julho de 2018 na emissora Band foi o *Master Chef*; na Globo, a novela *Segundo Sol*; na Rede TV, o programa *Encrenca*; no SBT, foram as novelas *Carinha de Anjo* e *As Aventuras de Poliana*; e na Record, as novelas *Os Dez Mandamentos* e *Apocalipse*.

Outros programas de destaque no ranking são *Jornal da Band*, *Brasil Urgente*, *Agora é com Datena*, *Justiça Implacável* e novela *Amor Proibido*, da Band; *Jornal Nacional*, *Fantástico*, *Globo Repórter*, *Praça TV 2ª*

Edição, novelas Deus Salve o Rei e Orgulho e Paixão, além da cobertura da Copa do Mundo, da Globo; Domingo Espetacular, Hora do Faro, série bíblica Rei Davi, Jornal da Record e Jornal da Record especial, Domingo Show e Cidade Alerta e Cidade Alerta especial, da Record; João Kléber Show, Superpop, A tarde é sua, Luciana by night, Sensacional Not, O céu é o limite e TV Fama, da Rede TV; Programa Silvio Santos, novela Chiquititas, Pião da casa própria, Roda a Roda Jequiti, Tele Sena, Programa do Ratinho, A Praça é Nossa e a novela Coração Indomável, do SBT.

Na lógica de competição pela audiência, a preferência das emissoras é para a categoria voltada ao entretenimento, destaque para o gênero novelas, que chega ao topo do ranking das emissoras Globo, SBT e Record, garantindo a audiência e os melhores espaços oferecidos aos anunciantes. Emissoras como Band, Record e Rede TV apostam no gênero religioso, da categoria “Outros”, conforme pesquisa divulgada no Informe Anual da TV aberta de 2016. Embora não apareça no ranking de audiência, a Band reservou em 2016 o percentual de 16,24% do espaço ao gênero religioso, ocupando o terceiro lugar, sendo o primeiro lugar destinado ao gênero telejornal (25,63% - categoria Informação) e o segundo, ao gênero esportivo (18,20% -

categoria entretenimento); a Record reservou 22,89% do tempo, ocupando o segundo lugar, abaixo de Telejornal (35,85% - categoria informação); a Rede TV! destinou 43,72% do tempo também ao gênero religioso, ocupando o primeiro lugar na distribuição. (ANCINE, 2017, p. 25-35).

2.1- Distribuição da programação das emissoras SBT, Globo, Band, Rede TV e Record

De acordo com o Informe Anual da TV aberta de 2016, o percentual relacionado à origem do conteúdo Educação disponível nas emissoras de TV aberta corresponde a 96,4% de origem nacional. Em relação ao percentual de horas de programação das emissoras de TV aberta divididas pelas categorias Entretenimento, Informação, Publicidade, Educação e Outros (religioso, eventos, especial), a categoria entretenimento detém maior percentual de participação - 48,6%, seguidos por outros - 21,60%, publicidade - 6,2%. A categoria Educação possui apenas o percentual de 2,7%, demonstrando-se ausente nas grades de programação da Record e do SBT e possui menos de 1% na programação das emissoras Band e Rede TV!. A Globo totalizou o percentual de 2,4% voltado à programação na categoria Educação (ANCINE, 2017, p. 17-18).

Tabela 1

Quantitativo e Percentual de Horas de Programação das Emissoras de TV Aberta por Categoria (2016)

Fonte: Informe Anual TV Aberta 2016. ANCINE. BRASIL – OCA, 2017

Categorias	SBT	Globo	Band	RedeTV!	Record
Entretenimento	6895:10:00	6160:49:00	4258:10:00	3579:51:00	3535:43:00
%	78,5%	70,3%	48,5%	40,8%	40,3%
Outros	36:30:00	122:49:00	1476:01:00	3864:00:00	2031:25:00
%	0,4%	1,4%	16,8%	44%	23,1%
Informação	1824:50:00	2255:04:00	2715:19:00	839:02:00	3201:37:00
%	20,8%	25,7%	30,9%	9,6%	36,4%
Publicidade	24:15:00	15:15:00	309:55:00	486:07:00	15:15:00
%	0,3%	0,2%	3,5%	5,5%	0,2%
Educação	-	212:43:00	24:35:00	15:00:00	-
%	-	2,4%	0,3%	0,2%	-

Em 2016, os gêneros com mais representatividade na categoria Entretenimento foram: Band, 18,20% destinados ao gênero esportivo e 13,67% à série; Globo, 19,18% destinados a filme, 15,80% à novela, 9,31% a auditório; Record, 9,72% destinados a variedades, 9,39% à novela, 5,55% a auditório; Rede TV 9,53% destinados à revista, 7,56% a colunismo social e 6,77% a auditório e a mesma proporção a variedades; SBT, 15,85% é destinado à novela, 14,08% a infantil, 12,81% a auditório, 10,62% à série.

Em análise da série temporal, de 2011 até 2016, na programação da emissora Band há predominância da

categoria Entretenimento, com auge em 2013 (66,46%), porém, nos últimos dois anos, a categoria, antes presente em mais da metade do tempo da programação, reduziu consideravelmente. Em contrapartida, houve um aumento na categoria informação de 19% em 2011 para 30,91% em 2016. A categoria Educação tem pouca representatividade em comparação. Na programação da Band, predominam programas da categoria Entretenimento, com média de 56,13% nos 6 anos pesquisados, seguindo a categoria Informação (média de 22,54%) e Outros (média de 17,04%). A média do percentual voltado à Educação é praticamente nula.

Tabela 2

Série temporal (2011-2016) das categorias da emissora Band

Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)

BAND	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educação	-	2:00:00	66:15:00	3:00:00	3:30:00	24:35:00
%	-	0,02%	0,76%	0,00%	0,0%	0,28%
Entretenimento	4989:50:00	5500:50:00	5822:07:00	4788:09:00	4164:05:00	4258:10:00
%	57,00%	62,62%	66,46%	54,70%	47,54%	48,48%
Informação	1664:55:00	1266:35:00	1180:10:00	2201:09:00	2832:55:00	2715:19:00
%	19,00%	14,42%	13,47%	25,10%	32,34%	30,91%
Outros	1629:05:00	1537:42:00	1411:49:00	1426:42:00	1479:10:00	1476:01:00
%	18,60%	17,51%	16,12%	16,30%	16,89%	16,80%
Publicidade	475:25:00	476:53:00	279:39:00	341:00:00	280:20:00	309:55:00
%	5,40%	5,43%	3,19%	3,90%	3,20%	3,53%

A Rede Globo possui um patamar elevado de programação voltada ao Entretenimento, com média no período pesquisado de 71,06%. Posteriormente, segue Informação com média de 21,35%. Das emissoras pesquisadas, a Globo é a que possui

grade com maior representação de programação Educativa, média de 4,60%, tendo o maior patamar em 2012, 8,73%. As categorias Outros (média 1,34%) e Publicidade (média 0,33%) possuem poucos percentuais de participação.

Tabela 3

Série temporal (2011-2016) das categorias da emissora Rede Globo

Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)

Rede Globo	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educação	706:02:00	762:26:00	739:19:00	493:07:00	199:11:00	212:43:00
%	0,081%	8,73%	8,47%	5,60%	2,3%	2,43%
Entretenimento	6392:24:00	6223:07:00	6233:54:00	6122:06:00	6102:58:00	6160:49:00
%	73,60%	71,26%	71,40%	70,00%	69,79%	70,28%
Informação	1504:01:00	1569:02:00	1610:05:00	1941:09:00	2315:37:00	2255:04:00
%	17,30%	17,97%	18,44%	22,20%	26,48%	25,72%
Outros	78:00:00	128:10:00	138:08:00	110:58:00	118:43:00	122:49:00
%	0,90%	1,47%	1,58%	1,30%	1,36%	1,40%
Publicidade	6:20:00	50:50:00	8:55:00	80:25:00	8:40:00	15:15:00
%	0,10%	0,58%	0,10%	0,90%	0,10%	0,17%

Na emissora Rede TV!, a categoria Outros superou a categoria Entretenimento nos anos de 2014 e 2016, observando que fazem parte da categoria Outros os gêneros Religioso, Eventos e Especial. No caso da emissora, no ano de

2016 o gênero Religioso ocupa 43,72% da programação. Na sequência, o percentual é destinado à Informação, categoria que teve redução significativa após 2011, Publicidade (média 4,61%) e Educação (média 0,58%).

Tabela 4

Série temporal (2011-2016) das categorias da emissora Rede TV!

Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)

Rede TV	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educação	67:30:00	109:55:00	58:30:00	72:55:00	56:00:00	15:00:00
%	0,008	1,25%	0,67%	0,80%	0,6%	0,17%
Entretenimento	4196:10:00	4239:00:00	3941:53:00	3755:41:00	3837:41:00	3579:51:00
%	47,90%	48,26%	45,00%	42,90%	43,81%	40,75%
Informação	2504:25:00	673:10:00	472:14:00	463:01:00	584:10:00	839:02:00
%	28,60%	7,66%	5,39%	5,30%	6,67%	9,55%
Outros	1985:35:00	3355:25:00	3797:15:00	3897:23:00	3819:10:00	3864:00:00
%	22,70%	38,20%	43,35%	44,50%	43,60%	43,99%
Publicidade	6:20:00	406:30:00	490:08:00	571:00:00	462:59:00	486:07:00
%	0,10%	4,63%	5,60%	6,50%	5,29%	5,53%

A programação da Record também segue com mais participação da categoria Entretenimento (média 42,50%), seguidos de Informação (média 33,82%), Outros (média 23,24%) e Publicidade (média 0,32%). Com base nos anos

apresentados, a emissora não disponibilizou programas com conteúdos voltados à Educação nos anos de 2012, 2014, 2015 e 2016. No período, é possível constatar diminuição na categoria entretenimento e aumento na categoria informação.

Tabela 5
Série temporal (2011-2016) das categorias da emissora Record
Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)

Record	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educação	67:30:00	-	2:30:00	-	-	-
%	0,008	-	0,03%	-	-	-
Entretenimento	4196:10:00	4171:05:00	3517:00:00	3460:55:00	3479:20:00	3535:43:00
%	47,90%	47,49%	40,15%	39,50%	39,72%	40,25%
Informação	2504:25:00	2508:10:00	3111:00:00	3105:12:00	3353:20:00	3201:37:00
%	28,60%	28,55%	35,51%	35,50%	38,28%	36,45%
Outros	1985:35:00	2053:55:00	2122:15:00	2109:53:00	1918:40:00	2031:25:00
%	22,70%	23,38%	24,23%	24,10%	21,90%	23,13%
Publicidade	6:20:00	50:50:00	7:15:00	79:15:00	8:40:00	15:15:00
%	0,10%	0,58%	0,08%	0,90%	0,10%	0,17%

O SBT manteve os percentuais de programação voltada ao Entretenimento acima de 65% nos últimos 6 anos (média de 79,71%). No ano de 2016, houve a redução

de aproximadamente 3% na categoria na percentual Entretenimento, mesmo percentual de aumento na categoria Informação.

Tabela 6
Série temporal (2011-2016) das categorias da emissora SBT
Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)

SBT	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educação	-	24:30:00	0:30:00	-	-	-
%	-	0,28%	0,01%	-	-	-
Entretenimento	7288:50:00	7012:50:00	6751:51:00	6623:50:00	7124:40:00	6895:10:00
%	85,70%	79,87%	77,22%	75,60%	81,36%	78,53%
Informação	1207:55:00	1621:45:00	1945:20:00	2008:20:00	1572:55:00	1824:50:00
%	14,20%	18,47%	22,25%	22,90%	17,96%	20,78%
Outros	4:00:00	64:30:00	26:44:00	31:15:00	38:15:00	36:30:00
%	0,00%	0,73%	0,31%	0,40%	0,44%	0,42%
Publicidade	9:15:00	57:10:00	19:35:00	96:35:00	21:40:00	24:15:00
%	0,10%	0,65%	0,22%	1,10%	0,25%	0,28%

Vale ressaltar que a pesquisa, realizada através de captura de dados disponíveis das principais emissoras, avalia a categoria disponível na grade de programação das emissoras, sem aprofundamento do conteúdo. Exemplificando, na categoria Entretenimento, composta pelos gêneros programas de auditório ou telenovelas, pode conter publicidade.

2.2 Comparativo entre o espaço destinado as categorias Entretenimento e Educação

O Informe de Acompanhamento do Mercado de TV aberta, estudo realizado pela ANCINE, aponta que a programação na TV aberta no Brasil é destinada majoritariamente ao conteúdo de entretenimento. Por meio do resultado do monitoramento da programação das

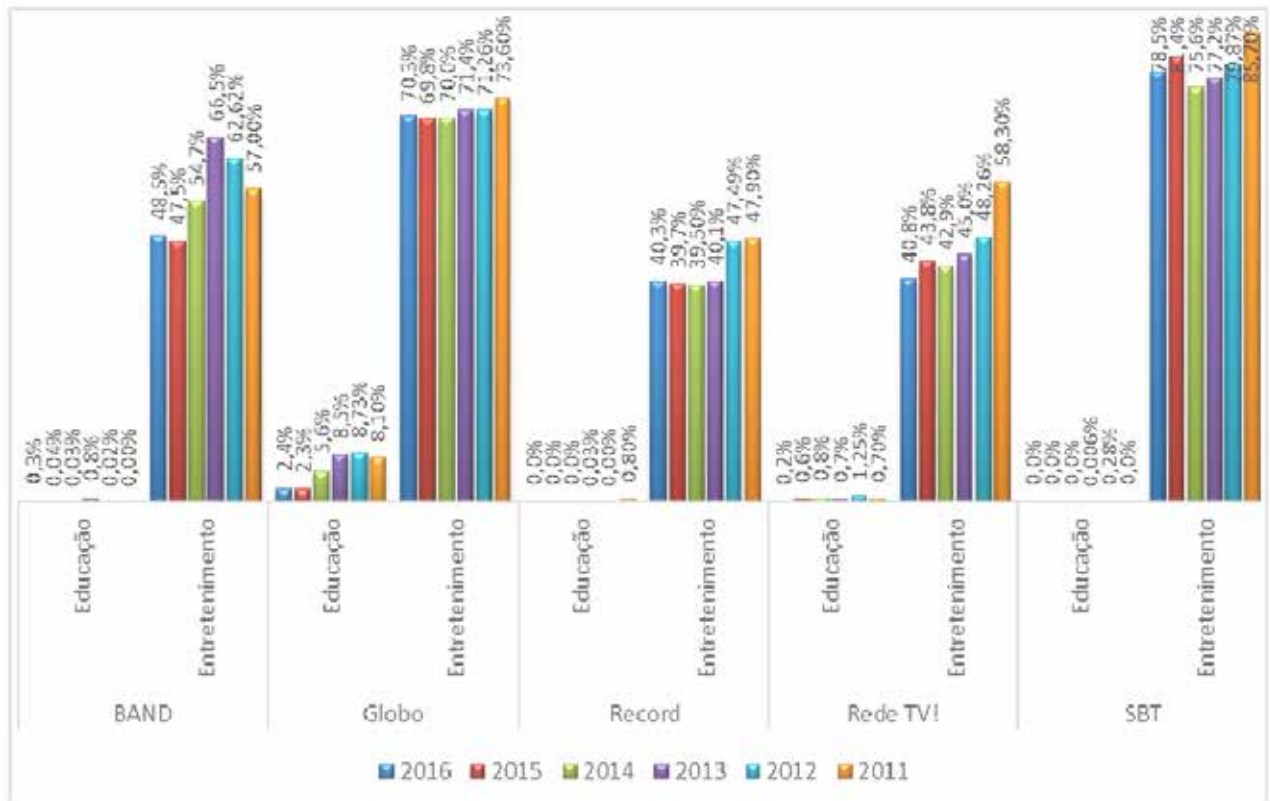
redes de televisão Band, Globo, Record e RedeTV!, SBT, dos anos de 2011 até 2016, é possível identificar pouca ou nenhuma representatividade na categoria Educação nas cinco emissoras com maior ranking nacional, conforme demonstrado no gráfico 1

Os anos com maiores percentuais destinados à veiculação da categoria Educação das emissoras foram: 2014 na Band, 2015 na Globo, Rede TV! e SBT, 2016 na Record. Relacionado a Entretenimento, foram em 2014 na Band, 2016 nas emissoras Globo, Record, Rede TV e SBT. De todas as emissoras, considerando os seis anos de análise, a emissora com maior veiculação de programas voltados à Educação foi a Globo e as com menor veiculação foram o SBT e a Record.

Gráfico 1

Percentual de horas de veiculação das categorias educação e entretenimento na grade de programação por emissora dos anos de 2011 até 2016

Fonte: Elaboração própria. Dados: ANCINE (2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016)



Na pesquisa, um programa é considerado voltado a categoria Educação caso ofereça informação e conhecimento com objetivos educacionais claros, destinados a faixas etárias e a formação técnica ou profissional. Os gêneros pertencentes a categoria são: educativo no estilo teleaula ou aula, com linguagem televisiva. A produção visa auxiliar o sistema regular de ensino; e o instrutivo, com linguagem claramente educacional, tem o objetivo de instruir o telespectador no exercício de uma atividade, de profissão e/ou aumentar o conhecimento em determinada área. (ANCINE, 2017, p. 64)

Para o programa ser considerado entretenimento, precisa ter um direcionamento recreativo. Os objetivos são distrair, divertir, informar e incentivar participação efetiva do telespectador. Os gêneros de programas pertencentes ao entretenimento são: animação voltado ao público infantil, auditório, colunismo social, culinário, docudrama (dramatização de fatos), esportivo cobertura, filme, game show (competição ao vivo, ou de perguntas e respostas), humorístico, interativo programa (participação ativa de telespectadores, medida a partir de telefonemas, e-mail, mensagens de texto), minissérie/série, musical programa, novela, quiz show, reality show, revista, sitcom (elenco fixo, mesmos cenários, apresenta-se na forma de enquetes satirizando hábitos e costumes

dos cidadãos programa), talk show e variedades. (ANCINE, 2017, p. 65-67)

3- O poder da comunicação

O cenário de concentração dos meios de comunicação impede o cumprimento da função social e gera uma forma de “oligopólio dos meios e monopólio de discurso” (COCCO, 2011, p. 77), refletido na restrição do acesso da população e, conseqüentemente, na ascensão do bloqueio do pluralismo necessário ao desenvolvimento da democracia. Os meios de comunicação social estão a serviço dos interesses particulares e políticos, distante dos interesses públicos, e isso provoca a exclusão da diversidade, além de fazer com que a comunicação seja produzida seguindo uma lógica do capital e do lucro, no ritmo do mercado.

De acordo com Singer (2001, p.60), “a democracia de massa no Brasil está sendo *modelada* – e não apenas mudada – pela mídia”. Segundo o autor, para a devida existência da democracia nos meios de comunicação social, é necessária a participação ativa dos cidadãos, algo distante do cenário atual. O poder, o capital e os interesses particulares superam os interesses públicos, conseqüentemente o veículo torna-se um espaço de fundamentos ideológicos e totalitários, excluindo a democracia e a oportunidade de uma sociedade mais justa.

Guareschi e Biz (2005, p. 7-8) acreditam na mídia como formadora do senso comum e da opinião pública, além de deter o poder, no sentido de escolher o que vai ser transformado em notícia ou não, um poder centralizado nas mãos de poucos que reflete diretamente a seleção do que será informado. Valente (2013, p. 9-10) também reconhece o forte poder da influência da mídia sobre o que é lido, visto ou escutado. A presença intensa dos meios de comunicação na vida da população produz poder e isso não é feito de forma automática, tampouco neutra. Essa influência pode ser identificada através de comentários em conversas cotidianas sobre acontecimentos noticiados na TV, porém o autor não descarta o aprendizado do indivíduo por meio de experiências próprias.

As distorções ocorridas historicamente entre o poder e a mídia distanciam o papel da radiodifusão na proteção dos interesses do cidadão. É notável a consolidação de grupos no poder confundindo interesses privados com interesses públicos. A radiodifusão é utilizada para o benefício do Estado e/ou interesses privados, contrários à Constituição Federal (LIMA, 2011, p. 76-77).

Keil e Baquero (2007) acreditam que a educação informal, ou seja, a acrescida pelo conjunto social ao qual o indivíduo está inserido, é influenciada e realizada pela televisão. Por esse motivo, o veículo é um espaço de aprendizado “e suas considerações sobre o espaço social, cultural, econômico e político, ou o que ela quer mostrar a respeito desses espaços, estão carregadas de ideologias” (KEIL; BAQUERO, 2007, p.3).

O sistema televisivo é uma ferramenta de educação. A questão é direcionar os recursos existentes a finalidades educativas, sem necessariamente trazer o universo da sala de aula para a programação. Guareschi e Biz (2005, p. 92-93) sugerem atividades educativas sem precisar ter o formato de ensino formal, mas sim com programas de qualidade, com promoção da cultura, proliferação de

artistas independentes.

4- Considerações Finais

Televisão é ferramenta de educação e detentora do poder de formação da sociedade. A programação e produção televisiva das emissoras pesquisadas seguem, por décadas, uma grade de programação com maior representatividade na categoria entretenimento, como uma receita repetida para garantir o prato principal. O papel educativo da TV na sociedade brasileira é inexistente e a responsabilidade de direcionamento para tal finalidade fica a cargo das TVs educativas.

Na história da programação, é possível notar mudanças em prol de uma ordem da necessidade de mercado, acompanhando as mudanças dos hábitos e poder aquisitivo da massa. Quanto mais a televisão se popularizava, maior era a programação voltada ao entretenimento. Se por um lado em determinado momento ocorreu a interferência do Estado e/ou a ideologia dos empresários na programação, por outro, o relacionamento firmado entre a televisão e a publicidade impactou também a grade de programação oferecida ao telespectador. As interferências distanciam a prioridade voltada à função social, cultural e educativa da TV.

A programação educativa, inserida no contexto do desenvolvimento da televisão no Brasil, nunca alcançou um espaço privilegiado na grade de programação, um reflexo do modelo televisivo em torno das emissoras comerciais. A questão é que o mesmo sistema televisivo, com percentuais elevados do tempo destinados a conteúdos com objetivo de entreter o público, tem ou deveria ter um papel importante na arte de educar. Essa problemática deve ser encarada e tratada principalmente ao reconhecer o serviço público da TV como concessão pública e não uma propriedade particular.

Recebido em 18/08/2018
Aprovado em 23/11/2018

Notas

²Com base nas médias referentes as regiões de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Brasília, Goiânia, Manaus, Fortaleza, Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, Belém, Vitória e Campinas

Referências bibliográficas

- ANCINE. Brasil. **TV aberta no Brasil: aspectos econômicos e culturais** – 2015. Rio de Janeiro: OCA, 2015.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2011. Rio de Janeiro: OCA, 2012.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2012. Rio de Janeiro: OCA, 2013.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2013. Rio de Janeiro: OCA, 2014.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2014. Rio de Janeiro: OCA, 2015.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2015. Rio de Janeiro: OCA, 2016.
- _____ – Informe Anual TV Aberta 2016. Rio de Janeiro: OCA, 2017.
- _____ – TV Aberta Mapeamento. Rio de Janeiro: OCA, 2010.
- BORGES, Altamiro. **A ditadura da mídia**. São Paulo: Anita Garibaldi/ Associação vermelho, 2009.
- BRASIL. **Constituição**, 1988. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Senado Federal, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 14 jul. 2018.
- _____. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social (Secom). **Pesquisa brasileira de mídia 2016: Relatório Final**. Brasília: Secom, 2016. Disponível em: Acesso em 20 de jul. 2018.
- CAPARELLI, Sérgio, LIMA, Venício A. de. **Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.
- cocco, ricardo. Filosofia e mídia: uma discussão sobre o monopólio da comunicação social no brasil e a perspectiva da comunicação comunitária. **R. de Ciências Humanas Frederico Westphalen** v. 12 n. 18 p. 77 - 102 Jun. 2011. ISSN 1981-9250. Disponível em: < <http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadech/article/view/189/366>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- GARCIA, Santiago Naliato. **A nossa telinha: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais**, 2011. Disponível em: < <https://celacom.fclar.unesp.br/pdfs/80.pdf>> . Acesso em: 03 jul. 2018.
- GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania: tudo que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- JAMBEIRO, Othon. **A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?** Estudos de Sociologia, Ano 12, n. 24, 1º semestre 2008, p. 85-104. Disponível em: < <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/867>>. Acesso em: 06 jul. 2018.
- KIEL, Ivete Manetzeder; BAQUEIRO, Rute Vivian, 2007. Ensinando política: uma análise do telecurso 2000. **Revistas debates**, 1 (1): 83-98. Disponível em:< <http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/2474/1288>. Acesso em: 09 jul. 2018.
- KLIPP, Suzana. Programas televisivos. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, nº 10, nov. 2003, semestral, FAMECOS / PUCRS. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/800/609>>. Acesso em: 13 jul. 2017.
- LIMA, Venício Arthur de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.
- MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história**. Salvador: Pas, 2000.
- OLIVEIRA, Wellington Amarante. **As Imagens Que Ensinam: O Telecurso 2º Grau Da Fundação Roberto Marinho**. Londrina: UEL, 2011.
- SINGER, André. **Mídia e Democracia no Brasil**. Revista USP, 48. 2001.
- WENDORFF, Tatiana da Silva. **Ensinando a ser trabalhador: um estudo das representações no Telecurso 2000**. Tese (Mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2004. Disponível em: < <http://27reuniao.anped.org.br/gt09/t0917.pdf>>. Acesso em: 20 jul 2018.