

O ACESSO A CULTURA ATRAVÉS DA TELEVISÃO, BENEFÍCIOS E MALEFÍCIOS

Autor (1) Rizzardo Roderico P. Q. de R. Góis; Co-autor (1) Izabelly Marize Nogueira de Lima; Co-autor (2) Elson Araújo da Nóbrega; Co-autor (3) Giane Mara Martins dos Santos; Orientador (4) Marilson Donizetti Silvino

IFRN-rizzardo21@yahoo.com.br

Resumo: Este trabalho tem como objetivo demonstrar os benefícios e malefícios do acesso cultural através televisão, bem como as características psicossociais e culturais do público alvo que obtém o acesso à cultura prioritariamente pela televisão. A metodologia empregada será de pesquisa exploratória na premissa de possibilitar uma melhor familiarização ao objeto de estudo, que estará referenciada em Bourdieu (1996), Carvalho (2013), Bauman (2009), entre outros. A população brasileira é culturalmente variada, possuindo diferenças acentuadas de acordo com a classe social, região do país, idade, nível de escolaridade, religião e etc. A desigualdade social é quem mais acentua a variedade cultural nesse país e a diversidade de costumes, que vai desde a qualidade de moradia, meio de transporte, alimentação, chegando a interferir no uso coloquial da língua portuguesa. A televisão é um meio de acesso à cultura, mas não é um recurso que pode ser controlado pelo professor, ou pelos telespectadores, pois estes estão passivos a assistir uma programação pré-estabelecida. Assim, partindo da premissa que a televisão nas últimas décadas tenha sido um meio de propagação da cultura do espetáculo, bem como do aculturação social da grande maioria da população que não tem ou não quer ter acesso a outro meio de cultura, este estudo coloca em cheque o uso da televisão na educação dos neófitos e na formação de um senso crítico adequado nos adultos.

Palavras-chave: Benefícios. Cultura. Desigualdade. Televisão.

INTRODUÇÃO

Ligar a televisão para assistir filmes, programas de fins de semana, aquele jogo de futebol ou na hora das refeições é um hábito cultural do povo brasileiro que desde a década de 50 vem existindo. Entretanto, não podemos ignorar a existência de interesses paralelos ao lúdico, outrora tão privilegiado, mas que nas últimas décadas vem dando lugar a programas que tem o objetivo de inserir modelos de vida padronizados pela cultura capitalista, moldados em acordo a classe social dominante, atuando na formação de valores sociais e culturais.

Estes programas são diversificados, específicos, lúdicos e envolventes, possuem uma linguagem que é a mais simples possível, no intuito de facilitar a comunicação em massa. Esta mídia se desdobra para manter a atenção dos telespectadores, podendo utilizar artifícios que não são éticos devido a atual banalização da imagem, levando ao público cenas sensacionalistas com imagens de violência, promiscuidade e ostentação.

A televisão através de suas programações difunde modelos de vida que estão ligados aos diversos mimos que o dinheiro permite comprar, além de transmitir noticiários, documentários, séries e outros programas. Devemos especificar que existe a programação aberta e fechada, a primeira gratuita, e a segunda obtida por assinatura mediante contrato pelo telespectador.

Nosso objeto de estudo está ligado à TV aberta, pois é a programação que a maior parcela da população assiste e que rege a formação cultural das camadas sociais mais pobres. O cargo chefe é a rede Globo, seguida de SBT e Rede Record. Este trabalho não tratará a respeito de programações específicas de nenhuma rede de televisão, mas irá expor de uma maneira geral, o que de fato é transmitido ao povo brasileiro, revelando os benefícios e malefícios da programação e do uso da televisão como único meio de acesso à cultura.

A importância de explorar as consequências do acesso massivo a televisão, está relacionada com necessidade de familiarização e conhecimento dos resultados que esta exposição cultural poderá causar na população. Investigar as causas que levam o público alvo a buscar na televisão o acesso cultural e os resultados que esta exposição traz, permite realizar reflexões acerca da formação escolar, necessidade de uma programação que atue na preparação civil do telespectador, no estímulo a pesquisa científica no assunto e na ética que deve ser observada e respeitada.

No intuito de iniciar nossa discussão, partimos para reflexões acerca da cultura transmitida, e da cultura que as classes pobres carecem. Neste contexto, estarão presentes o carnaval, futebol, novelas, noticiários, filmes, séries e publicidade, ou seja, a programação preferida pela maioria dos telespectadores, em contrapartida a ausência de inserção da reflexão crítica pelos programas de televisão. Observaremos o que vem a ser o capital cultural e a cultura do espetáculo para compreender o que faz a televisão ser tão importante e prioritária na abordagem em epígrafe.

METODOLOGIA

A metodologia empregada será de pesquisa exploratória na premissa de possibilitar uma melhor familiarização ao objeto de estudo, que estará referenciada em Bourdieu (1996), Carvalho (2013), Bauman (2009), entre outros. A população brasileira é culturalmente variada, possuindo diferenças acentuadas de acordo com a classe social, região do país, idade, nível de escolaridade, religião e etc. Amparado nas discussões, o presente trabalho irá realizar uma nova abordagem sobre o assunto.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No sentido de esclarecer a abordagem em estudo, é necessário nos atentarmos que desde a queda da URSS vivemos em meio a hegemonia do modelo capitalista. A aceleração do processo de globalização foi um fruto dessa hegemonia e trouxe a criação de vínculos em espaços transnacionais, revalorização de culturas locais. A globalização mexeu de fato com o homem e sua inserção no espaço, Bauman (2007), chama de fluidez o modo como as coisas são modificadas e os comportamentos e escolhas adaptados ao mercado de consumo com uma velocidade maior que o tempo de criação.

A passagem da fase "sólida" da modernidade para a "líquida" - ou seja, para uma condição em que as organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam (Bauman, 2007, p. 7).

A publicidade é sem dúvida um conteúdo presente em todas emissoras de televisão, e foi a partir da década de 30 com o surgimento da mídia até os anos 80, que houve um período que podemos chamar de florescimento, permitindo a televisão assumir um lugar de destaque como maior meio de comunicação de massa. Após este período a publicidade se propagou em seus programas, até assumir o formato que conhecemos atualmente de extrema importância na programação da televisão aberta como meio massivo, associativo e eficaz de divulgação de produtos, bens e serviços.

Imagens simbólicas na propaganda tentam criar uma associação entre os produtos oferecidos e certas características socialmente desejáveis e significativas, afim de produzir a impressão de que é possível vir a ser certo tipo de pessoa (por exemplo, um "homem de verdade") comprando aquele produto, no caso, os cigarros Marlboro [...] Kellner, (1995, p.318).

Segundo Dantas (1996), enquanto que em 1980, apenas 12% dos domicílios possuíam telefone, 55% possuíam TV. Atualmente no Brasil o número de domicílios que possuem televisão chegou aos 90,5%. (Segundo dados IBGE, disponível em http://www.ibge.com.br/brasil_em_sintese/default.htm). Ianni (2000) afirma que não devemos considerar a televisão meramente como uma observadora ou repórter de eventos, pois de fato ela se coexiste dentro destes eventos, se fazendo parte daquela realidade que transmite e transformando a realidade.

Um meio de comunicação, informação e propaganda presente e ativo no cotidiano de uns e outros, indivíduos e coletividades, em todo mundo. Registra e interpreta, seleciona e enfatiza, esquece e sataniza o que poderia ser a realidade e o imaginário. Muitas vezes transforma realidade, seja em algo encantado, seja em algo escatológico, em geral virtualizando a realidade em tal escala que o real aparece como forma espúria do virtual. (Ianni, 2000: p.150).

A programação da televisão não é algo fiel a realidade dos acontecimentos, seus conteúdos sofrem modificações e são editados para buscar atingir um público maior. A existência da televisão é coesa com o pós-moderno, fundamentada nos princípios capitalistas, sempre levando ao público o que de melhor eles precisam ver e ouvir, de modo que a escolha da programação não parte do dono da emissora, nem do telespectador, mas das necessidades capitalistas e sociais. Um programa pode até ter uma necessidade social, mas se não for rentável, não será transmitido, e um programa para ser rentável precisa ser popular, ou seja, ter a aceitação social.

No Brasil a aceitação social dos programas está atrelada a cultura, que no geral envolve o carnaval, as novelas e o futebol, todos enraizados na televisão brasileira, moldando costumes, criando hábitos, e viabilizando a aceitação social de novos conceitos sobre família, sexualidade, política, criminalidade, educação e polícia. A cultura do espetáculo possui seu lado bom ao permitir que uma grande massa possa vivenciar culturas, hábitos, variantes linguísticas, expressões artísticas e o usufruto de bens.

O povo gosta de pão e circo, a televisão faz o segundo papel

Assistir um jogo de futebol é algo prazeroso para milhões de brasileiros, o país praticamente para assistir os jogos da seleção brasileira. O carnaval é parte da cultura desse país, e o desfile das escolas de samba, a preparação, as festas que envolvem esse contexto são transmitidas há décadas pela televisão. As novelas são a programação do público feminino, mas também atraem uma boa parcela do público masculino. Os jornais transmitem a interpretação da mídia sobre os acontecimentos do dia a dia e das notícias.

Um bom programa de televisão atrai qualquer um, pois para todo telespectador existe um programa preferido, que para muitos poderá ser uma simples transmissão da partida de futebol do time de coração, mas para alguns um documentário sobre astronomia, contudo, o papel da televisão se cumpre e permite um intercâmbio cultural nos mais variados níveis. Os níveis culturais e sociais serão responsáveis por definir as preferências de programação, que normalmente ocorrem nos horários adequados as demandas. De acordo com Bourdieu existe o “*habitus*” que “*são princípios geradores de práticas distintas e distintivas*”.

Os “*habitus*” são princípios geradores de práticas distintas e distintivas, o que o operário come, e, sobretudo, sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondente do empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e divisão e gostos diferentes. Eles estabelecem as diferenças entre o que é bom e mau, entre o bem e o mal, entre o que é distinto e o que é vulgar etc., mas elas não são as mesmas. Assim, por exemplo, o mesmo comportamento ou o mesmo bem pode parecer distinto para um, pretencioso ou ostentatório para outro e vulgar para um terceiro. (BOURDIEU, 1996, p.22)

Portanto, sendo coerente ao modelo cultural das classes sociais brasileiras, bem como as práticas diferenciadas que cada classe social possui, a televisão é de fato o circo que o povo tanto gosta. Assistir documentários, programas científicos, entrevistas de críticos sociais e outros programas considerados eruditos, não faz parte do que a maioria aprende ao longo de sua vida.

Por mais que alguns intelectuais como Olavo de Carvalho (2013), afirmem que a mídia é responsável pelo acultramento social que envolve e atrai o povo brasileiro, ou se tratar de um método capitalista de expor bens, produtos, costumes e conceitos, a televisão ainda tem o papel lúdico de divertir e dar alegria ao povo brasileiro, fazendo que muitos se esqueçam da desigualdade social, das suas contas, dos problemas e das falcatruas políticas, levando-os à outras realidades mais atrativas aos seus gostos.

A televisão nos permite viver sem nos preocupar em ser contemporâneos, nos leva ao encontro da maioria, mostra um consenso que faz do irreal a verdade, de uma ficção uma realidade e cria mitos onde há homens e mulheres comuns que se diferenciam dos normais por simplesmente não aceitarem ser o que são e servirem ao modelo capitalista como modelos para o consumismo. Essa é a mídia que faz as horas parrarem mais rápido, dá alegria as tardes de sábado e domingo.

A televisão nos distrai apenas para nos distrair mais, argumentava MacNeil, “para fazer o tempo passar sem dor”. Daí os paralelos com o soma, como ele observa. A habilidade para focalizar a nossa atenção é “o mais precioso de todos os dons humanos”, e a televisão o “usurpa” (CASHMORE, 1998, p.49).

Assim, a mídia tem força podendo modificar hábitos, criar e destruir imagens individuais e coletivas, mas a força da mídia vem do público que está na frente das telas de TV. A busca pela audiência molda as programações, ou seja, por mais que uma classe dominante possa interferir na mídia, ela deverá atender os anseios culturais das grandes massas. Entretanto, existem consequências para a anestesia que a distração provoca na audiência, pois esta sensação de acordo com Cashmore (1998) acaba prejudicando as faculdades básicas dos indivíduos.

[...] o efeito da televisão em sua audiência é uma sensação temporária de elação e bem-estar, mas ela promove o abuso e efeitos destrutivos a longo prazo, que erodem as faculdades básicas, incluindo a capacidade de pensar independente e criticamente (CASHMORE, 1998, p.37).

As programações são atrativas, pois a mídia possui uma grande capacidade de associar seus programas as necessidades da audiência, como no caso das novelas, programas esportivos, propagandas e noticiários. Tudo isso, pela necessidade de atrair o maior número possível de telespectadores, não podemos negar sua capacidade de instruir em diversos sentidos, mas não podemos afirmar que a mídia é um meio de educação confiável, pois como podemos confiar em algo que nos torna desatentos e corrói nossa atenção da realidade que vivemos.

Adolescentes e crianças não possuem na maioria dos casos o discernimento para a consciência de uma programação ser adequada a sua faixa etária ou não, cabendo aos pais essa missão de fiscalizar o uso da televisão e orientar sobre a importância e o uso adequado da televisão. Aos professores, cabe a tarefa de buscar perceber a realidade cultural dos alunos no tocante ao uso adequado ou não da mídia, para se necessário reforçar as orientações dos pais, ou até mesmo em alguns casos utilizar a coordenação pedagógica para orientar os pais.

CONCLUSÃO

Terminando as discussões, realizando questionamentos sobre os aspectos positivos associados a televisão, percebemos que os intelectuais referenciados não apontaram benefícios e resultados proveitosos que não fossem o bem-estar e a relação. Contudo, o bem-estar para muitos é algo relevante e prioritário, portanto, como não dizer que não existem benefícios, se o bem-estar é um benefício dos mais relevantes para uma boa qualidade de vida.

Todavia, existem programações inadequadas para algumas faixas etárias, propagandas tendenciosas, cultura do espetáculo, mas isso não retira a potencialidade cultural e lúdica da TV, mas nos demonstra que necessitamos ter cautela na sua utilização, para não perdermos nosso senso crítico e acabar nos tornando mais um produto ofertado pela televisão, com nossas faculdades corroídas pelo uso excessivo e inadequado.

Afirmar que toda programação é boa, é uma mentira mesmo para os fãs mais assíduos, pois sempre haverá algum programa que desagradará a um grupo de telespectadores ou outro, mas em se tratando do que deve ser coerente e que agregue algum conhecimento útil e proveitoso para a sociedade, existem determinados programas que exibem promiscuidades e ostentação, atraindo a audiência para divulgar produtos, marcas, movimentos sociais, padrões de vida ostentatórios e notavelmente repugnantes.

Assim, cabe uma reflexão e não a afirmação que a televisão seja má ou boa, pois nem tudo aquilo que fazemos ou escrevemos é bom, isso é fato. Então, porque tudo que a televisão transmite deveria ser bom? Portanto, cabe a cada um optar pelo que vai assistir, ser livre e consciente para julgar o que assistiu, sem, contudo, deixar de cumprir seu papel de pai e/ou mãe, bem como de educador no que tange a orientação das crianças e adolescentes em relação a escolha e respeito a faixa etária dos programas de televisão.

REFERÊNCIAS:

BAUMAN, Zigmunt. **Vida Líquida**; tradução Carlos Alberto Medeiros. – 2. ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. (2004), **Modernidad Líquida**. Editorial Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação**: Tradução: Mariza Correa - Campinas, SP: Papiрус. 1996.

CARVALHO, Olavo de. **O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota**. Record, 2013.

CASHMORE, Ellis. **E a televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998.

DANTAS, Marcos. A lógica do capital-informação: A fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicação globais. Rio de Janeiro: Contraponto: 1996. p.103-110.

IANNI, Otávio. **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p.140-166.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. 10 ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. **Globalização comunicacional e transformação cultural** In: MORAES, Dênis de. (org) Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia H.S.; FILHO, João Freire. **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008. p. 9 – 32.