

FACULDADES EST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA

THIAGO JONATAS FERREIRA CAMARA

TELEVISÃO E EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NA AMAZÔNIA

São Leopoldo

2024

THIAGO JONATAS FERREIRA CAMARA

TELEVISÃO E EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NA AMAZÔNIA

Tese de Doutorado
Para a obtenção do grau de
Doutor em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Área de Concentração: Teologia Prática
Linha de Pesquisa: Fenômeno Religioso e
Práxis Educativa na América Latina

Pessoa Orientadora: Iuri Andreas Reblin

São Leopoldo

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C172t____Camara, Thiago Jonatas Ferreira

Televisão e educação teológica na Amazônia /

Thiago Jonatas Ferreira Camara; orientador Iuri Andréas Reblin. – São Leopoldo: EST/PPG, 2024.

171 p. ; 31 cm

Tese (Doutorado) – Faculdades EST. Programa de Pós-Graduação. Mestrado em Teologia. São Leopoldo, 2024.

1. Teologia – estudo e ensino. 2. Televisão - Amazônia. 3. Indústria cultural. I. Reblin, Iuri Andréas, orientador. II. Título.

Ficha elaborada pela Biblioteca da EST

THIAGO JONATAS FERREIRA CAMARA

TELEVISÃO E EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NA AMAZÔNIA

Tese de Doutorado
Para a obtenção do grau de Doutor em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Área de Concentração: Teologia, Religião e
Linguagens

Data de Aprovação: 26 de junho de 2024

PROF. DR. IURI ANDRÉAS REBLIN (PRESIDENTE)
Assinado digitalmente

PROF. DR. RUBEN MARCELINO BENTO DA SILVA (EST)
Assinado digitalmente

PROF. DR. CHARLES KLEMZ (EST)
Assinado digitalmente

PROF. DR. DAVID MESQUIATI DE OLIVEIRA (FUV)
Docente visitante

PROF. DR. LUCAS MERLO NASCIMENTO (FTSA)
Docente visitante

Assinado
digitalmente por:
Iuri Andréas Reblin
Data: 28/06/2024
10:13:11 -03:00



Assinado
digitalmente por:
Ruben Marcelino
Bento da Silva
Data: 28/06/2024
15:12:55 -03:00



Assinado
digitalmente por:
Charles Klemz
Data: 29/06/2024
16:35:17 -03:00



AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus todo poderoso pela oportunidade de concluir esse projeto tão maravilhoso, oportunidade ímpar para mim. Me sinto honrado com essa importante conquista; sem Ele não conseguiria resistir.

À minha amada esposa Siméia, pelo amor, pelas orações, compreensão e incentivo todo tempo; expresso toda a minha gratidão. Te amo.

Às minhas amadas filhas Annabel e Aimée pelo amor, carinho e incentivo em tudo. Amo vocês.

À minha amada família, vocês foram a base firme que sustentou não apenas a minha jornada, mas também a de meus pais ao longo deste doutorado. Em cada momento desafiador, encontrei em vocês o apoio, o amor e a compreensão que me fortaleceram para continuar. Cada um que com sua alegria e carinho, trouxeram luz e inspiração durante todo este período, meu sincero agradecimento.

À minha mãe, Ana Lúcia, e ao meu pai Jonatas, pelo companheirismo e amor incondicional para a realização desta conquista. Nós três, mamãe, o papai e eu, enfrentamos juntos os desafios dessa caminhada acadêmica, culminando nos doutorados de todos nós. Nossa jornada foi de apoio mútuo, onde fomos conforto e segurança uns para os outros. Obrigado por tudo.

Agradeço de forma especial à Assembleia de Deus de Manaus, pelo apoio e incentivo constantes durante minha caminhada acadêmica e espiritual. Esta comunidade foi crucial para o meu crescimento, proporcionando-me um ambiente de fé e reflexão que alimentou minha busca pelo conhecimento teológico.

Aos pastores e líderes da igreja, cuja sabedoria e dedicação inspiraram e guiaram meu trabalho, deixo meu mais profundo agradecimento.

A todos os membros da igreja, que sempre me acolheram com carinho e oração, expresso minha sincera gratidão. Esta conquista é compartilhada com todos vocês.

À equipe da Rede Boas Novas de Comunicação, agradeço ao companheirismo, as orações, ao incentivo e apoio. Vocês fazem parte dessa conquista.

Que Deus continue abençoando esta amada igreja e todas as suas missões que tanto tem contribuído para o avanço do Reino de Deus e para o crescimento espiritual de seus membros.

O meio é a mensagem.

Marshall McLuhan (1911-1980)

RESUMO

A Amazônia, região de rica biodiversidade e diversidade cultural, enfrenta desafios sociais e educacionais, incluindo o acesso limitado à educação teológica formal. A televisão, um meio de comunicação de massa com grande alcance na região, surge como uma ferramenta promissora para suprir essa lacuna e promover a educação teológica. Esta é fundamental para o desenvolvimento de líderes religiosos, a formação de comunidades de fé e o fortalecimento da vida espiritual dos indivíduos. No entanto, o acesso à educação teológica formal na Amazônia é limitado, especialmente em áreas remotas e de difícil acesso. A televisão, com seu amplo alcance e capacidade de transmitir informações e conteúdos diversos, apresenta-se como um instrumental adequado para a educação teológica na Amazônia. Através da televisão, é possível ampliar o acesso à educação teológica, ela permite que pessoas em áreas remotas e de difícil acesso tenham acesso a conteúdos teológicos de qualidade, sem precisar se deslocar para grandes centros urbanos. Nesse sentido, o objetivo da presente pesquisa é analisar a televisão como meio para a educação teológica na assim chamada Amazônia Legal, o que inclui 80% da Região Norte do Brasil. Através da televisão, é possível ampliar o acesso à educação teológica, democratizar o conhecimento teológico e promover a diversidade de perspectivas teológicas, a despeito de a televisão estar sofrendo certo desgaste diante das novas tecnologias da informação impulsionadas pela Rede Mundial de Computadores, a Internet. A metodologia usada na pesquisa é a bibliográfica e a interpretação interdisciplinar das ciências sociais e humanas que analisam a geografia humana e a comunicação na Amazônia, bem como a história e sociologia dos meios de comunicação de massa no século XX. Os resultados da pesquisa são derivados da compreensão analítica das fontes científicas interdisciplinarmente, tomando-se como discussão necessária a problemática a respeito da educação teológica, principalmente no seio do pentecostalismo em sua região nascedoura, a saber, a Região Norte do Brasil, caracterizada pela mobilidade limitada e cobertura comunicativa nem sempre contemporânea aos recursos tecnológicos. A conclusão da pesquisa apresenta a televisão como tecnologia da informação e da comunicação resiliente diante dos avanços promovidos por constantes inovações tecnológicas capaz de promover a educação teológica em regiões de difícil acesso e mobilidade humana.

Palavras-chave: Educação Teológica. Televisão. Amazônia. Convergência Midiática. Indústria Cultural.

ABSTRACT

The Amazon, a region of rich biodiversity and cultural diversity, faces social and educational challenges, including limited access to formal theological education. Television, a mass media with a wide reach in the region, emerges as a promising tool to fill this gap and promote theological education. This is essential for the development of religious leaders, the formation of faith communities and the strengthening of the spiritual life of individuals. However, access to formal theological education in the Amazon is limited, especially in remote and hard-to-reach areas. Television, with its wide reach and capacity to transmit diverse information and content, presents itself as an appropriate tool for theological education in the Amazon. Through television, it is possible to expand access to theological education, allowing people in remote and hard-to-reach areas to have access to quality theological content, without having to travel to large urban centers. In this sense, the objective of this research is to analyze television as a means for theological education in the so-called Legal Amazon, which includes 80% of the Northern Region of Brazil. Through television, it is possible to expand access to theological education, democratize theological knowledge, and promote diversity of theological perspectives, despite the fact that television is suffering some wear and tear in the face of new information technologies driven by the World Wide Web, the Internet. The methodology used in the research is bibliographic and interdisciplinary interpretation of the social and human sciences that analyze human geography and communication in the Amazon, as well as the history and sociology of mass media in the 20th century. The results of the research are derived from the analytical understanding of scientific sources in an interdisciplinary manner, taking as a necessary discussion the problems regarding theological education, mainly within Pentecostalism in its birth region, namely, the Northern Region of Brazil, characterized by limited mobility and communicative coverage that is not always contemporary with technological resources. The conclusion of the research presents television as an information and communication technology that is resilient in the face of advances promoted by constant technological innovations, capable of promoting theological education in regions with difficult access and human mobility.

Keywords: Theological Education. Television. Amazon. Media Convergence. Cultural Industry.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	A CULTURA DE MASSA E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XX E XXI	23
2.1	A CULTURA DE MASSA	24
2.2	CULTURA DE MASSA E EDUCAÇÃO	35
2.3	EDUCAÇÃO TEOLÓGICA E CULTURA DE MASSA	56
2.3.1	Educação Teológica	56
2.3.2	Educação Teológica via TV	61
2.3.3	Os usos da televisão na educação teológica	64
2.4	SÍNTESE	65
3	A REVOLUÇÃO TRAZIDA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XX E XXI	67
3.1	A HISTÓRIA DA TV	67
3.2	A TV NO BRASIL	76
3.3	A TV: O MAIS NOVO INTEGRANTE DA FAMÍLIA	84
3.4	O SISTEMA TELEVISIVO NO BRASIL	87
3.5	A TV E O CONCEITO DE UTOPIA	91
3.6	TV E O CONCEITO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA.....	96
3.7	SÍNTESE	102
4	A TELEVISÃO COMO TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E A EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NO AMAZONAS.....	105
4.1	O CONTEXTO AMAZÔNICO DO NORTE DO BRASIL COMO CENÁRIO DA EDUCAÇÃO TEOLÓGICA A DISTÂNCIA.....	105
4.2	TELEVISÃO E EDUCAÇÃO TEOLÓGICA A DISTÂNCIA NO NORTE DO BRASIL: UMA RELAÇÃO NECESSÁRIA	120
4.3	IMPACTO DA EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NO AMAZONAS	130
4.4	CONTEÚDO TEOLÓGICO E APRENDIZADO	135
4.5	PROPOSTA DE EDUCAÇÃO TEOLÓGICA: HISTÓRIA, BÍBLIA E SISTEMÁTICA.....	144
4.5	SÍNTESE	148
5	CONCLUSÃO	151
	REFERÊNCIAS.....	155

1 INTRODUÇÃO

O principal meio de comunicação criado no século XX foi a televisão. Tal afirmação é decorrente da amplitude de seu consumo pelas mais variadas classes sociais. A televisão está em todas as casas. O seu lugar é de destaque. Ela ocupa um dos espaços centrais nas salas de estar, no quarto, na cozinha. Ela se faz presente nas salas de espera de consultórios, postos de saúde, nos trens e ônibus. É possível acessar através do telefone celular, e, assim, é possível levá-la a qualquer lugar. Ela, a TV, como um espectro, está em todos os lugares.

Expressões usadas nos meios televisivos tornam-se usuais no cotidiano da população. Alguns jargões bem conhecidos do tipo: “não é brincado, não”, e “fala Lombardi” são exemplos dessa influência. Isso demonstra a grande audiência que a TV possui. O aparelho que conseguiu juntar som e imagem mudou o mundo, influenciou e influencia diariamente comportamentos. Ela, a TV, marcou épocas e hoje é um dos meios de comunicação com maior penetração e importância na história da humanidade. Isso tem se mantido mesmo com o avanço e popularização da Internet. A televisão tem se mantido como a mais influente tecnologia da informação elaborada no século XX. Muitas especulações a seu respeito têm delineado seu ocaso diante das revoluções digitais, no entanto, ela segue sendo renovada. As convergências midiáticas a tem mantido em constante reelaboração e inovações corroboram a força do vídeo em situações de restrita mobilidade e comunicação, como é o caso da Região Norte do Brasil, sobre a qual nos debruçamos nesta pesquisa.

No Brasil, a televisão virou um fenômeno desde que a primeira transmissão foi feita no ano de 1950. No ano de 2008, de acordo com o IBOPE, 93% das residências do país possuíam aparelho de televisão, já o número de casas com Internet não passava de 23% da população.¹ A relação com os ouvintes e telespectadores mudou no decorrer dos últimos anos. O indivíduo não quer apenas ficar sentado em frente ao aparelho, quer interagir. Com os avanços na área da comunicação, como a internet e o aplicativo de conversas, como o “WhatsApp” ou “Telegram”, cria-se uma relação com os programas e seus apresentadores. Os

¹ CAMARGO, Camila. História da Televisão. **Tecmundo**, 09 jul. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/projetor/2397-historia-da-televisao.htm>>. Acesso em: 07 out. 2023.

programas televisivos, inclusive de jornalismo, buscam essa interatividade com o público. Os e as espectadoras gostam de se sentir do lado daquelas pessoas que podem ser seus ídolos. Além disso, há um certo prestígio em ser identificado em programas de TV e rádio.

Sugerida pelo francês Constantin Perskyi (1854-1906), a palavra televisão surgiu pela junção do termo latino *visio*, derivada do verbo *videre*, que significa “ver”, e pelo termo oriundo do advérbio grego *têle* (“longe”), de raiz no indo-europeia, que significa “longe, ao longe, de longe”,² dando a semântica da palavra que passou a significar desde o início do século XX, a possibilidade de ver ao longe por meio de imagens. A televisão está presente nos mais distintos modos de tecnologias da informação. A televisão enquanto um conceito sociológico e tecnológico agrega noções híbridas, pois se juntam na televisão inúmeros outros conceitos para formar a noção que se possui atualmente da televisão. Essa tecnologia evoluiu junto com as descobertas científicas do século XX e XXI. O conceito de televisão está presente em todas as mídias e espaços eletrônicos. Os celulares possuem imagens, os aplicativos dependem de imagens, as plataformas digitais dependem mais ainda de imagens, a segurança também não existe sem a produção de imagens, nem mesmo a educação é feita hoje sem a produção de imagens.

As igrejas pentecostais passaram a utilizar a televisão como instrumento para a evangelização. Por conta disso, o seu uso para a educação acabou sendo algo natural. Seu sucesso e influência na sociedade atual é derivado desta adaptação do discurso missionário às novas tecnologias da informação. Depois do rádio, a televisão se mostrou muito eficaz, pois além de poderem ouvir, os telespectadores agora podiam a atuação dos pastores, músicos e missionários. Mais ainda, eles podiam participar, em muitos casos, serem citados em pedidos de oração ou mesmo aparecer diante de uma multidão, testemunhado sua fé.

Considerando a relevância da televisão para a atividade missionária das igrejas pentecostais, o presente estudo procura considerar sua importância para a comunicação do Evangelho naquilo que se refere à educação teológica a distância, como modo de produzir a formação de seus quadros. O objetivo desta pesquisa é

² FERREIRA, Rosângela Gomes. Uma abordagem morfossemântica das formações TELE-X no português brasileiro. **Linguagem: teoria, análise e aplicações**, (6), 2011. Disponível em: <http://www.pgletras.uerj.br/linguistica/textos/livro06/LTAA06_a04.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

verificar o que é e como se dá a educação teológica através da televisão, um veículo com poder de influenciar os indivíduos em suas decisões. A tese defendida, segundo esta perspectiva, é a de que a televisão, apesar de todo o desenvolvimento ininterrupto do aparato tecnológico das mídias digitais de comunicação, continua ainda a ser um meio de interação com as pessoas, seja por viverem em locais de difícil acesso, como na Região Norte e na Amazônia Legal,³ seja por se tratar do aparelho que está mais presente nas casas das pessoas. Como se verá, a televisão ainda é um meio mais eficaz de comunicação, mesmo diante da ascensão da Internet, uma vez que sua constante renovação se opera por sucessivas convergências midiáticas cujo centro opera a vinculação do vídeo aos novos formatos tecnológicos. Isso operacionaliza as novas tecnologias da informação às condições do país com índices de desenvolvimento humano de países em fase de superação dos dilemas mais básicos, como saneamento básico e saúde para todos. Além do que, as novas televisões incluem, atualmente, tecnologia interativa tal qual os demais equipamentos, como computadores, laptops e smartphones. A televisão pode ser acessada por aparelhos outros que não necessariamente o tradicional aparelho de TV.

A pesquisa é bibliográfica, a partir da fundamentação de conceitos, como cultura de massas, indústria cultural, novas tecnologias da comunicação, bem como o de convergência midiática e utopia, enquanto pautas formadoras de opinião e construtoras de percepções sociais. A educação por meio da televisão tem a sua eficiência enquanto meio de alcance das chamadas massas. Por isso, há que se considerar a ética como fundamental na condução deste instrumento de comunicação e educação teológica. A educação teológica, também chamada de educação cristã, embora distintas em muitos aspectos, na sua execução através da televisão, pressupõe a condução de programas de formação que promovam a integração humana e progressão dos valores acerca cidadania, o que inclui

³ A Amazônia Legal é uma delimitação político-administrativa brasileira, criada em 1953, que compreende cerca de 59% da Amazônia biogeográfica e 58,9% do território nacional. A Amazônia Legal não abrange todo o território da Amazônia biogeográfica, que se estende por nove países da América do Sul. O que está dentro da Amazônia Legal: nove estados brasileiros: Acre, Amazonas, Amapá, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins e parte do Maranhão (oeste do meridiano de 44°W); 20% do bioma Cerrado: áreas do Cerrado que se integram à Amazônia Legal em alguns estados; parte do Pantanal Mato-Grossense: uma pequena porção no estado do Mato Grosso. IBGE: Amazônia Legal. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/cartas-e-mapas/mapas-regionais/15819-amazonia-legal.html>>. Acesso em: 26 mar. 2024.

aspectos fundamentais da ética cristã que consubstanciam perspectivas fundamentais da dignidade humana, declaradas na Carta Constitucional de 1988.

A televisão se mostra como um importante meio de comunicação presente nos lares das pessoas. As igrejas no Norte do país, com seus projetos educacionais, utilizam deste meio de comunicação principalmente porque as distâncias são muito grandes e não proporcionam um contato direto com seus membros. Por isso, a televisão, já utilizada para outros fins por elas, vem também auxiliar em projetos educacionais teológicos. Assim, a presente pesquisa está dividida em quatro capítulos. Em um primeiro momento, analisamos a cultura de massa e suas implicações para a educação. Em seguida, realizamos a análise das novas tecnologias da informação no século XX, a função que os meios de comunicação, dos quais a televisão fez e faz parte. Por isso, é feita uma abordagem acerca da revolução trazida pelas novas tecnologias da informação no bojo da revolução industrial. Neste aspecto, é feita uma abordagem relativa à história desse meio de comunicação predominante, a televisão. Como ela surgiu? Como foram os primeiros anos da história da televisão? Como chegou e se desenvolveu em nosso país? Após isso, consideramos a relação entre a educação teológica e a necessidade da televisão para sua consecução. É apresentada a televisão como uma nova integrante do desenvolvimento das denominações religiosas. De fato, como se verá, ela se constituiu em um importante elemento da própria articulação de muitas denominações religiosas no Brasil na segunda metade do século XX e nas primeiras duas décadas do século XXI. Por fim, refletimos sobre a importância da televisão para o desenvolvimento da atividade educativa teológica no Norte, e na Amazonia Legal, historicamente mais isolada do processo de povoamento e de desenvolvimento no Brasil. As distâncias – nestas regiões – se transformam em verdadeiras barreiras de integração, sendo a EaD via televisão uma forma eficaz de superar a educação presencial ou semipresencial.

Parte-se de que no Brasil, a televisão é de suma importância nos mais variados campos. A sociedade é “guiada”, de certa forma, por pensamentos e ideologias que perpassam programas, telejornais, novelas e filmes. Mas a televisão não exerce influência pura e diretamente sobre cabeças que não pensam, a televisão articula discursos presentes na sociedade, ela não simplesmente os inventa, elas os veiculam e potencializam, sim. A televisão é, em certa medida, a

expressão de práticas sociais, sejam elas massificadoras, sejam elas críticas, de alguma maneira. Porém, sempre expressando ideias concretas e mudando conforme a sociedade vai experimentando suas mutações ao longo do tempo. A televisão continua a influenciar e a ser uma importante tecnologia da informação para a educação teológica a distância.

2 A CULTURA DE MASSA E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XX E XXI

Avaliamos neste capítulo as contribuições teóricas que melhor ajudam a compreender os fenômenos de massa ligados às tecnologias de comunicação desenvolvidas com a industrialização, com atenção para a TV, enquanto objeto de nossa reflexão. Sem dúvida alguma, é a TV, ou televisão, a maior influenciadora dentro deste contexto. Mesmo com o avanço da Internet e de mídias alternativas, o grande consumo de massa ainda é dirigido e guiado pela televisão. Isso é comprovado pelo imenso investimento que é feito nesta área, principalmente em determinadas regiões do país, como a Região Norte.

A TV é um termo que indica a empresa da comunicação que faz uso de imagens, com mais especificidade, enquanto o termo televisão indica a tecnologia envolvida na comunicação, a saber, um sistema de transmissão de imagens e som à distância através de ondas hertzianas. No caso da televisão por cabo, a transmissão é feita através de uma rede especializada. A televisão recebeu esse nome porque o aparelho possibilitava a transmissão de imagens (e posteriormente sons) pelo ar, através de ondas magnéticas, de um local até outro local, assim, sendo um aparelho de visão à distância. Sua popularização não tardou, tornando-se ao longo do século XX uma nova tecnologia da informação de alcance massivo e de influência poderosíssima, chegando hoje a ser a mais influente.⁴

Junto à análise acerca da televisão, analisamos no presente capítulo, as implicações do conceito de cultura de massa e de indústria cultural para o desenvolvimento destas novas tecnologias. O capítulo é dividido em três tópicos nos quais são discutidos conceitos, abordagens e problematizações acerca daquilo que ficou conhecido massificação da cultura, segundo as análises da assim chamada Escola de Frankfurt,⁵ com destaque para a análise de Theodor Wiesengrund-Adorno

⁴ BECKER, B. **A construção audiovisual da realidade**: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2022.

⁵ “A Escola de Frankfurt foi o embrião de um grupo de teóricos europeus que se dedicou a elaborar uma teoria crítica sobre a sociedade”. MOGENDORFF, Janine Regina. A Escola de Frankfurt e seu legado. **Verso e Reverso**, XXVI, (63), p. 152-159, set-dez. 2012. Disponível em: <<https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2012.26.63.05/1178>>. Acesso em: 23 ago. 2023. A Escola de Frankfurt foi assim chamada porque funcionava na Universidade de Frankfurt, sob o mecenato inicial de Felix Weil (1898-1975). O termo faz referência a uma linha de pesquisa e não a uma instituição no sentido pleno da palavra, a saber, ciências sociais, que passou a existir na década de 1930, na Alemanha.

(1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), e sua análise da capacidade da indústria capitalista atingir também os bens culturais, destituindo-os de sua originalidade e os oferecendo em linhas de produção fordista.

2.1 A CULTURA DE MASSA

Os meios de comunicação exercem um papel fundamental na vida da sociedade atual. A influência que exercem as novas tecnologias da informação e da comunicação não são facilmente medidas, desde a transmissão da informação e de denúncias e alertas aos governantes, até a formação de opiniões, divulgação da cultura e do entretenimento, bem como de momentos de espiritualidade, e mesmo de manipulação da opinião pública em favor de produtos a serem vendidos em massa, entre tantas outras funções, as possibilidades dos meios de comunicação não podem ser aferidas sem complexidade. No início dos anos 2000, a Internet estabeleceu novos parâmetros de alcance para a comunicação em massa.⁶ Hoje podemos sentir sua influência em todos os momentos da vida, seja da pessoa mais abastada até a pessoa mais humilde, todos estão imersos na comunicação, ora pela inserção na Rede Mundial por meio de computadores e *laptops*, ora por meio de simples aplicativos de smartphones, que são computadores de bolso, em sua definição técnica. Ou seja, a revolução digital tornou e tem tornado, a interação humana cada vez mais rápida e intuitiva através de mecanismos mais e menores e funcionais. Essa influência é expressa nas opiniões, nas formas de encarar a vida e no enfrentamento das dificuldades que ela venha a apresentar. Somos, de certa forma, o que consumimos através dos meios de comunicação.

Tradicionalmente se tem dito que “os meios de comunicação social possuem três funções: informar, entreter e educar. Segundo esta concepção, informar se refere à comunicação dos fatos que ocorrem no contexto social; educar, a capacidade que tem o homem para enfrentar-se com este contexto e entreter é transportar mentalmente o espectador para longe do seu contexto, objetivando-lhe proporcionar descanso”.⁷

⁶ FERRARI, Fábio. O impacto da Internet nas mídias de massa, na publicidade, nas vendas e nos conteúdos digitais. **LinkedIn**, 28 abr. 2016. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/o-impacto-da-internet-nas-m%C3%ADdias-de-massa-na-vendas-e-fabio-ferrari>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

⁷ FERREIRA, Diana. **Meios de Comunicação Social**. Educação moral e religiosa e Católica. Disponível em: <<https://prezi.com/s2nxe3-b-whi/funcao-social-dos-meios-de-comunicacao/>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

A ênfase que é dada aos meios de comunicação depende da sociedade onde eles estão inseridos. Em uma sociedade de cunho capitalista o objetivo é fazer com que esses meios possam auxiliar no processo de obtenção de lucros e de incremento das demandas sociais próprias de sociedades, via de regra, democráticas, mas não é algo próprio apenas de sociedades democráticas, governos autoritários e mesmo ditaduras fazem uso dos meios de comunicação a seu intento e objetivo.⁸ Neste sentido, investe-se em propaganda por meio dos meios de comunicação para fazer tornar uma soma ainda maior do que a que foi gasta com campanhas publicitárias, por exemplo.

No caso de avaliarmos os meios de comunicação em meio a uma sociedade regida por um sistema ditatorial, a função vem a ser outra, ainda que existam similaridades, já que a dinâmica do capitalismo opera sempre em direção às crises devidas ao monopólio e à irracionalidade da acumulação, como bem demonstrou Weber ao descrever tal situação do capitalismo moderno como uma “jaula de aço”.⁹ Nestas sociedades, os meios de comunicação de massa são instrumentos de propaganda do regime que está no poder. Cumprem uma função ideológica bem clara, o que também acontece no sistema capitalista, só que de forma mais dissimulada.¹⁰ As amarras ao sistema dominante são engendradas em formas virtuais e aquela “jaula de aço” se torna ainda mais poderosa. Uma vez que:

[...] O espírito do capitalismo descrito por Weber vai paulatinamente assumindo o “[...] caráter de uma máxima de vida eticamente coroada” (Weber), de modo que o trabalhar torna-se um fim em si mesmo. Não há a perspectiva de trabalhar para atingir uma vida mais confortável, para adquirir mais posses materiais ou para satisfazer necessidades – sejam elas da mente ou do corpo –, o ethos em questão, esse modo de ver o mundo e conduzir a vida visa apenas o trabalhar pelo trabalhar. Daí aquilo que havia começado como uma prática religiosa combina-se com o sistema

⁸ SARLET, Ingo Wolfgang; SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Tecno-autoritarismo, tecno-fascismo societal, democracia e proteção de dados. **Revista Consultor Jurídico**, 13 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2022-nov-13/direitos-fundamentais-tecno-autoritarismo-tecno-fascismo-societal-protecao-dados>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

⁹ Weber designou por “jaulas de aço” aquelas organizações rigidamente burocratizadas, dominantes no seio da sociedade industrial, da administração pública, das famílias, escolas, empresas, e igrejas, etc. WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução José Marcos Mariani de Macedo; revisão técnica, edição de texto, apresentação, glossário, correspondência vocabular e índice remissivo Antônio Flávio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. p. 165.

¹⁰ ALVES, Soraia. Relatório mostra que a liberdade na internet continua a diminuir no mundo todo. **Social Media, Tech**, 1 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/98881/relatorio-mostra-que-a-liberdade-na-internet-continua-diminuindo-no-mundo-todo/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

capitalista de forma indissociável, transformando o leve manto da ascese puritana nessa “jaula de aço” do trabalho capitalista.¹¹

As expressões culturais são, em grande parte, “criadas” a partir da influência desses meios de comunicação. Hoje, por exemplo, todo jovem sabe o nome dos cantores de sucesso e do que é “moda” em termos de música ou vestimenta no momento. Fenômenos musicais ou do mundo dos esportes só são possíveis devido ao uso dos meios de comunicação e da informação. A importância desses meios é tamanha que o volume de dinheiro que agregam é algo espantoso.¹² Esportistas possuem em seu contrato uma cláusula chamada “Direito de imagem”,¹³ que, por vezes, rende ao atleta mais do que o salário que percebe junto ao clube em que atua.¹⁴

No campo musical vive-se na atualidade, principalmente em grandes centros, enormes ondas de produção musical em série, isto é, a reprodução à exaustão de uma forma específica que acaba por fazer “sucesso”, sendo reproduzidas centenas e centenas de grupos musicais que seguem aquele grupo musical que fez sucesso. Isso pode ser verificado com a onda o *K-pop*, por exemplo, o assim chamado *pop music* sul-coreano.¹⁵ Milhares de jovens dançam e cantam músicas desses grupos, influenciados, também, pelos meios de comunicação.¹⁶ Conhecer as músicas, a forma de dançar é sentir-se no “mundo” que está em sua

¹¹ CARVALHO LIMA, Bruna Della Torre de. Resenha de: MICHAEL LÖWY. A jaula de aço: Max Weber e o marxismo weberiano. São Paulo: Boitempo, 2014. **Crítica Marxista**, n. 43, p. 167-169, 2016. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/resen%20a2017_06_09_18_37_20.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹² Futebol de bilhões: quanto o mercado da bola movimenta por ano no Brasil. **Portal NE45**, 17 nov. 2022. Disponível em: <[¹³ RODRIGUES, Francisco Xavier Freire; FONSECA, Christiany Regina. Análise sobre o direito de imagem do jogador de futebol. **Motrivivência**, Ano XXIII, n. 37, p. 134-155, dez., 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2011v23n37p134>>. Acesso em: 11 out. 2023.](https://ne45.com.br/2022/11/17/futebol-de-bilhoes-quanto-o-mercado-da-bola-movimenta-por-ano-no-brasil/#:~:text=Um%20estudo%20realizado%20pela%20Confedera%C3%A7%C3%A3o,Produto%20Interno%20Bruto%20(PIB).>. Acesso em: 10 out. 2023.</p>
</div>
<div data-bbox=)

¹⁴ SOARES, Jorge Miguel Acosta. **Direito de imagem e direito de arena no contrato de trabalho do atleta profissional**: análise após as modificações incluídas pela Lei n. 13.155/2015. 3. ed. São Paulo: LTr, 2018. p. 85.

¹⁵ BERNARDO, Fernanda Clarissa da Silva; LIMA, Mariane Bastos de. K-POP: A CULTURA POPULAR COREANA INFLUENCIANDO O BRASIL. XVENECULT Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 01 a 03 de agosto de 2019, Salvador, Bahia. Disponível em: <<http://www.xvenecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/112160.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2023.

¹⁶ RÉGO, João. K-pop é fenômeno em ascensão no Ocidente. **UOL**, 03 jun. 2019. Disponível em: <<https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2019/06/03/k-pop-e-fenomeno-em-ascensao-no-ocidente-380196.php>>. Acesso em: 06 out. 2023.

volta. A cultura de massa é eficaz devido ao apelo ao pertencimento, que é tão forte nestas produções.¹⁷

Dentro desta perspectiva, a de que se faz parte do mundo em sua volta na medida em que se reproduz ou se está inteirado do que se passa nos meios de comunicação, deve-se entender que muitas famílias que não possuem condições financeiras adequadas concedem parte do pouco que arrecadam para ter uma TV em sua residência ou banda livre de Internet. Essas pessoas possuem a possibilidade de poder falar com as demais se acompanham o que a maioria está acompanhando no momento, no caso, as grandes mídias. Poder dialogar com o outro é estar no mundo. Como bem diz Hall, a comunicação é um fenômeno que exige o compartilhamento de perspectivas, e para tanto é necessário criá-las. E nada mais eficaz do que a comunicação em massa operada pelas novas tecnologias da informação ao longo do século XX e XXI.¹⁸

O conceito de cultura de massas passou a ser mais difundido a partir da publicação do livro de Theodor Adorno e Max Horkheimer, em 1947, chamado *Dialética do Esclarecimento*,¹⁹ no qual ficou consagrado o termo Indústria Cultural que designa uma forma de se dirigir aos meios de comunicação de massa e aos produtos, em suas formas e conteúdos, por eles veiculados. Adorno e Horkheimer analisam aquilo que chamaram de Indústria Cultural como a derrocada da autonomia da arte burguesa. Os autores dizem que a arte burguesa não deveria sofrer mudanças em série no intuito de serem comercializadas a um público massivo, pois, neste sentido, ao simplificar com as alterações os produtos do engenho humano individual, haveria implicações em sua forma e conteúdo, reduzindo seu significado para que uma massa de consumidores pudesse ser capaz de entender e gostar, isto é, consumir, aquilo que estaria sendo transmitido pelos meios de comunicação de massa. Adorno e Horkheimer inauguraram, embora não fossem os primeiros, uma análise que juntava a tradição do marxismo, da psicanálise e do estruturalismo sob a perspectiva de considerar as implicações da indústria calcada no iluminismo da Europa na Idade Moderna. Eles dizem nesta obra clássica que a razão se fez mais instrumental e menos emancipadora.

¹⁷ HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016. p. 38-40.

¹⁸ HALL, 2016, p. 17-23.

¹⁹ ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2006.

A cultura de massa deu contorno a uma forma de investigação que ficou conhecida como Escola de Frankfurt, um grupo de pensadores e intelectuais ligados ao instituto de pesquisa social da Universidade de Frankfurt, na Alemanha, que após a Segunda Guerra Mundial continuou os estudos acerca das massas sob a égide da indústria capitalista. Eles desenvolveram o conceito de “cultura de massa” como uma forma de analisar a cultura e os meios de comunicação na sociedade industrializada moderna. A cultura de massa, conforme concebida por esta escola de pesquisa, tem várias características e implicações. Podemos dizer que a cultura de massa possui uma padronização e homogeneização, a cultura de massa envolve a produção em massa de bens culturais, como filmes, música, literatura, programas de televisão e outros produtos de consumo.²⁰ Esses produtos culturais tendem a ser padronizados e homogeneizados para atingir o maior público possível. Isso resulta em uma cultura que muitas vezes carece de singularidade e diversidade. Ela também é dada ao consumo passivo, sendo que os membros da sociedade consomem essa cultura de maneira passiva, absorvendo o que é oferecido sem uma participação ativa ou crítica. Isso pode levar a uma alienação do público em relação à cultura, pois eles se tornam meros receptores de mensagens e ideias. Isso formata aquilo que eles designaram por indústria cultural. Adorno considera que:

O traço característico desta época é que nenhum ser humano, sem exceção, é capaz de determinar sua vida num sentido até certo ponto transparente, tal como se dava antigamente na avaliação das relações de mercado. Em princípio, todos são objetos, mesmo os mais poderosos.²¹

Esse conceito descreve a produção em massa de cultura como um produto industrializado. Argumenta-se que a cultura se tornou um negócio, com interesses comerciais moldando o que é produzido e consumido. Isso levanta questões sobre as consequências e a qualidade da cultura de massa, pois essa produção responde aos processos de ideologia e dominação segundo a qual a cultura de massa funciona como uma ferramenta de dominação e controle social. Adorno chama a esse “mundo administrado” como que vivendo na ideologia, isto é, uma forma administrativa das formas de produção que opera uma “coisificação do mundo”.²² A

²⁰ HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. p. 169-214. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

²¹ ADORNO, Theodor W. **Minima Moralia**. São Paulo: Ática, 1992. p. 31.

²² ADORNO, 1992, p. 33.

cultura de massa muitas vezes perpetua ideologias que servem aos interesses das elites e do capitalismo, reforçando estruturas de poder existentes, contribuindo para a alienação e a anomia, com as pessoas se sentindo desconectadas de suas próprias experiências e valores. Ela pode criar um senso de conformidade e conformismo em vez de pensamento crítico e inovador. Sobre isso, Adorno e Horkheimer dizem:

A tese sociológica de que a perda de apoio na religião objetiva, a dissolução dos últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização, deram lugar a um caos cultural é cotidianamente desmentida pelos fatos. A civilização atual a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si. As manifestações estéticas, mesmo a dos antagonistas políticos, celebram da mesma forma o elogio do ritmo do aço. As sedes decorativas das administrações e das amostras industriais são pouco diferentes nos países autoritários e nos outros. Os palácios colossais que surgem de todas as partes representam a pura racionalidade sem sentido dos grandes cartéis internacionais a que já tendia a livre iniciativa desenfreada, que tem, no entanto, os seus monumentos nos sombrios edifícios circundantes - de moradia ou de negócios - das cidades desoladas. Por sua vez, as casas mais velhas em torno ao centro de cimento armado têm o aspecto de *slums* (favelas), enquanto os novos bangalôs às margens das cidades cantam (como as frágeis construções das feiras internacionais) louvores ao progresso técnico, convidando a liquidá-las, após um rápido uso, como latas de conserva. Mas os projetos urbanísticos que deveriam perpetuar, em pequenas habitações higiênicas, o indivíduo como ser independente, o submetem ainda mais radicalmente à sua antítese, o poder total do capital. Como os habitantes afluem aos centros em busca de trabalho e de diversão, como produtores e consumidores, as unidades de construção se cristalizam sem solução de continuidade em complexos bem organizados. A unidade visível de macrocosmo e de microcosmo mostra aos homens o esquema da sua civilização: a falsa identidade do universal e do particular. Toda a civilização de massa em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela, começa a delinear-se. Os dirigentes não estão mais tão interessados em escondê-la; a sua autoridade se reforça quanto mais brutalmente é reconhecida. Filme e rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte.²³

A Escola de Frankfurt denuncia a concentração estética dos objetivos, a saber, a massificação de toda e qualquer habilidade artística sob o viés da mercadoria. Tudo que era sólido e respeitável, desmancha-se no ar na era da industrialização do gosto e das preferências individuais.

Há um poder simbólico por trás dos discursos nos meios de comunicação. O poder da palavra nas mãos de poucos tem sido um forte instrumento de formação de opinião e na perpetuação de “verdades” tidas como inquestionáveis. Por um lado,

²³ HORKHEIMER; ADORNO, 2002, p. 169.

compreender esse “poder” da televisão sobre os telespectadores, a sua capacidade de formação de opinião e de “conduzir” as massas. Por outro lado, reflete sobre como a televisão pode vir a ser uma ferramenta para a educação, no limiar ético entre se manter fiel aos pressupostos cristãos, para uma educação cristã. A televisão se mostra como um importante meio de comunicação presente nos lares das pessoas. A televisão é um instrumento preferencial na cultura de massa, pois ela é eficaz na comunicação.

Na sociedade de comunicação em massa e de pleno consumo, a propagação de valores morais manipulados se dá nos mais diversos âmbitos da vida cotidiana e a necessidade de sobrevivência suplanta completamente a possibilidade de resistência de uma subjetividade enfraquecida. E um dos maiores perigos ocasionados por tal esvaziamento do sujeito, por sua incapacidade de análise crítica, está no potencial político que a penetração estética e propagandística da cultura aceita sem reservas não apenas pode provocar como realmente, para tristeza e vergonha da humanidade, provocou, como Adorno recorda adequadamente ao descrever como o nazismo se valeu de estruturas publicitárias, de uma estética que lhe era própria e de meios de comunicação em massa para instaurar na sociedade alemã a histeria coletiva do estado totalitário, ou seja, a dominação através da ignorância e de uma falsa aura de estabilidade e felicidade social.²⁴

Um importante aspecto da ideologia é seu elemento psicológico,²⁵ pois a produção para as massas não se limita apenas a desempenhar um papel econômico. A função ideológica das mercadorias culturais atua como um meio de apaziguar e obscurecer a mente, esvaziando a subjetividade de seus receptores e consumidores. “Em muitas pessoas já é um descaramento dizerem Eu”.²⁶ A distribuição enganosa da satisfação catártica, no pior sentido, dos desejos e necessidades da massa, que não podem ser efetivamente satisfeitas, revela a ideologia subjacente ao esforço de criar uma falsa consciência. “A distribuição ilusória da satisfação catártica, no pior sentido, dos desejos e necessidades da massa e que não podem ser satisfeitos efetivamente, denotam a ideologia por trás do esforço de produção de uma falsa consciência”.²⁷ Os indivíduos nunca podem se sentir satisfeitos. Isso não é próprio da cultura de massa. A satisfação é incompatível com a indústria cultural. A satisfação é apenas um instante entre a compra de um

²⁴ FIANCO, Francisco. Adorno: Ideologia, cultura de massa e crise da subjetividade. **Revista Estudos Filosóficos**, DFIME – UFSJ - São João del-Rei-MG, eletrônica, n. 4, p. 128-142, 2010. p. 7. Disponível em: <<https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistaestudosfilosoficos/art8-rev4.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2023.

²⁵ HORKHEIMER, Max (Org.). **Temas básicos da sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1973. p. 201.

²⁶ ADORNO, 1992, p. 42.

²⁷ FIANCO, 2010, p. 140.

produto e outro. O seguinte extrato de Adorno e Horkheimer, embora longo, mas necessário ao entendimento da questão, demonstra claramente a percepção acerca de como a indústria coloca sob seu domínio a cultura:

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena. Automóveis, bombas e filmes mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a própria injustiça a que servia. Por hora a técnica da indústria cultural só chegou à standardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social. Mas isso não vai imputado a uma lei de desenvolvimento da técnica enquanto tal, mas à sua função na atual sociedade econômica. A necessidade, que talvez pudesse fugir ao controle central, já está reprimida pela necessidade da consciência individual. A passagem do telefone ao rádio dividiu de maneira justa as partes. Aquele, liberal, deixava ainda ao usuário a parte de sujeito. Este, democrático, torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los, autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações. Não se desenvolveu qualquer sistema de réplica e as transmissões privadas são mantidas na clandestinidade. Estas se limitam ao mundo excêntrico dos amadores, que, ainda por cima, são organizados do alto. Mas qualquer traço de espontaneidade do público no âmbito da rádio oficial é guiado e absorvido, em uma seleção de tipo especial, por caçadores de talento, competições diante do microfone, manifestações domesticadas de todo o gênero. Os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente. A constituição do público, que teoricamente e de fato favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não o desculpa. Quando um ramo artístico procede segundo a receita de outro, sendo eles muito diferentes pelo conteúdo e pelos meios de expressão, quando o elo dramático da *soap opera* no rádio se transforma numa ilustração pedagógica do mundo por meio do qual se resolvem dificuldades técnicas, dominadas como *jam* nos pontos culminantes da vida do jazz, ou quando a “adaptação” experimental de uma frase de Beethoven se faz segundo o mesmo esquema da de um romance de Tolstoi em um filme, o recurso aos desejos espontâneos do público torna-se um pretexto inconsistente. Mais próxima à realidade é a explicação baseada no próprio peso, na força da inércia do aparato técnico e pessoal, que deve ser considerado, em cada detalhe, como parte integrante do mecanismo econômico de seleção. Junta-se a isso o acordo, ou, ao menos, a determinação comum aos chefes executivos de não produzir ou admitir nada que não se assemelhe às suas tábuas da lei, ao seu conceito de consumidor, e, sobretudo, que se afaste de seu auto-retrato. [...].²⁸

A cultura de massa é servida por uma indústria que não permite a democratização das possibilidades de indústria. A indústria arrasta tudo sob a racionalidade da mercadoria. O que era para ser algo inovador e, portanto, potencial libertação das amarras da pura necessidade, transforma-se sob a indústria cultural em armadilha ideológica, tudo é mascarado sob a standardização, tudo é homogeneizado. Não há espaço para as individualidades criativas, mas impera a dominância de um ramo sobre outro até que um outro ganhe a preponderância.

²⁸ HORKHEIMER; ADORNO, 2002, p. 130.

Tudo é pasteurizado para ser vendido. A venda se transforma no primeiro e mais importante motivo de uma atividade artística. É nesse sentido que a noção de indústria cultural se torna clara, pois promove a ideia falsa de que a cultura popular pode ser semelhante a uma fábrica e produzir bens culturais padronizados, por exemplo, filmes, rádio, revistas. Ela é usada para manipular a sociedade de massa de várias maneiras. Essa indústria apresenta aos indivíduos uma impressionante unidade do microcosmo e do macrocosmo como se fossem uma coisa só, ela apresenta aos seres humanos um modelo de cultura sob a falsa identidade do geral e do particular unidos. Adorno e Horkheimer argumentam que a filosofia do Iluminismo foi tornada um mecanismo dominado por um cientificismo racional que carece de reflexão crítica. O racionalismo e a ciência tornaram-se uma metodologia administrativa que simplesmente atende às necessidades, estas irracionais, do capital global. Aqui os autores vinculam compreensões da tradição marxista com a perspectiva weberiana segundo a qual o capitalismo é conduzido por necessidades de mercado que não têm fundo de aderência às realidades locais, todos são unificados sob a necessidade da venda e do comércio de produtos que passam a ser apresentados como se possuíssem razão de ser na vida cotidiana de cada pessoa em qualquer lugar e tempo. “A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la”.²⁹ Segundo Marx, o valor usado de uma mercadoria, por exemplo, a madeira e o carvão usados como materiais para gerar calor a partir de sua queima, não se constitui seu valor real enquanto calor, mas sua capacidade de troca por outro produto. Seu valor real, assim como percebido pelas pessoas, é o seu valor de troca, a sua capacidade de ser negociada por outras mercadorias. Isso significa que a plena consciência do valor de um produto acabaria por embargar as trocas. Daí a necessidade de haver a plena fetichização da mercadoria, isto é, o consumidor não pode se atentar para o real valor de um produto. Isso delineia a perspectiva de Marx acerca do capitalismo, que é uma relação social. Então, ao alienar o indivíduo das relações efetivas de produção de mercadoria como uma relação social, a produção é tida como alienada do indivíduo, é algo como se não pertencesse a sua força de trabalho produzir determinada coisa. Esse processo permite aos condutores do capital baixar os

²⁹ ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p.151

valores pagos aos trabalhadores argumentando que eles são apenas peças do processo de produção, que podem ser trocadas a qualquer instante, e não os que de fato colocam em funcionamento a produção.

O valor de uso seria tão-somente a utilidade ou propriedade material que um produto possui para satisfazer as necessidades humanas: o objeto externo da mercadoria. O valor de troca, por sua vez, seria uma relação quantitativa de troca de valores de usos diferentes que abstrai esses valores. Abstração essa que ocasiona uma camuflagem no modo operacional das relações de produção, pois se vê menos a complexidade do que a simplificação do processo de produção e de consumo das mercadorias. A esse caráter de predominância do valor de troca, pela qual se opera a exploração do trabalho alienado e desse modo a obtenção do lucro por parte do capitalista, sobre o valor de uso e, consequentemente, a ocultação do mediato pelo imediato, Marx chama de fetichismo. Termo esse que tem uma similitude ao processo religioso - “suas sutilezas e manhas teológicas” - que faz da mercadoria um ente de vida própria, comandando o modo de produção, embora os processos de sua produção e consumo sejam feitos pelo homem.³⁰

Deste conceito de Marx acerca da exploração do trabalho, de fetichismo da mercadoria, Adorno e Horkheimer passam para o fetichismo da mercadoria cultural. Eles adotam o fetichismo da mercadoria cujo delineamento significa que não se pode ter plena consciência da lógica da troca ou ela perde a sua eficácia. Isso invariavelmente descamba para a alienação dos indivíduos que passam a se relacionar com o mundo de forma apenas frutiva, e não crítica. Esse é um elemento fundamental da sociedade da mercadoria. Fetichizamos a mercadoria ao acreditar que a capacidade de uma coisa ser trocada não se deve às relações entre as pessoas na sociedade, mas a uma propriedade da própria coisa: o dinheiro tem realmente alguma qualidade especial que o torna trocável, mistificando assim as relações sociais que realmente determinar a troca.

Tal denominação [Indústria Cultural] evoca a ideia, intencionalmente polêmica, de que a cultura deixou de ser uma decorrência espontânea da condição humana, na qual se expressaram tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções mais recônditos, para se tornar mais um campo de exploração econômica, administrado de cima para baixo e

³⁰ SILVA, Fábio César da. O conceito de fetichismo da mercadoria cultural de T. W. Adorno e M. Horkheimer: uma ampliação do fetichismo marxiano. **Kínesis**, v. II, n. 03, p. 375 – 384, Abr, 2010. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Kinesis/FabioCesardaSilva.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2023.

voltado apenas para os objetivos supramencionados de produzir lucros e de garantir adesão ao sistema capitalista por parte do público.³¹

A indústria cultural se caracteriza pela noção de aplicar ao local a lógica do global. Por exemplo, os estúdios de Hollywood não se constituem em uma indústria de indivíduos sem qualquer talento, mas uma indústria que tem seu funcionamento no controle absoluto e harmonioso do que pode ou não ser vendido, é um microcosmo do macrocosmo capitalista. Adorno e Horkheimer afirmam que os horrores da Alemanha nazista foram antecipados nos filmes do período da República de Weimar, pois a lógica da linha de montagem mecanizada da indústria cultural é a mesma lógica em funcionamento na Alemanha nazista, onde os seus fins absurdos e malignos são levados a cabo com cuidadosa eficiência, como bem mostrou Arendt no caso Eichmann em Jerusalém,³² no qual um indivíduo subiu na carreira administrativa por sua capacidade operativa e dedicada à burocracia dos campos de concentração. Arendt chamou essa incapacidade ao pensamento crítico e entrega à burocracia de Banalidade do Mal,³³ isto é, a reiterada e programada vontade de subir na carreira industrial sem se preocupar com questões éticas. A autora argumenta em sua obra “Origens do totalitarismo”, desde o conceito kantiano de mal radical, que os indivíduos entregues a essa forma de atividade que não se responsabiliza por suas ações, tornam-se indivíduos supérfluos fabricados nos campos de concentração. Tal indivíduo, fruto de um domínio total, é fabricado no sentido de ter destruída a sua individualidade e espontaneidade, pois para a autora, ali era “[...] morta a individualidade, nada resta senão horríveis marionetes com rostos de homens”.³⁴ O mal radical operava nos campos de concentração e

³¹ DUARTE, Rodrigo A. de Paiva. **Mímesis e Racionalidade**: A Concepção de Domínio da Natureza em Theodor W. Adorno. São Paulo: Loyola, 1993. p. 9.

³² ARENDT, Hannah. **Eichmann em Jerusalém**: um relato sobre a banalidade do mal. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

³³ Arendt analisa o julgamento de um ex-funcionário do regime do nacional-socialismo chamado Eichmann incapaz de se responsabilizar pelos crimes perpetrados nos campos de concentração. Eichmann foi responsável pela chamada “solução final”, conduzir todos os prisioneiros de origem judaica para campos de concentração na Alemanha e em outras regiões próximas para serem mortos em câmaras de gás. Arendt observa que Eichmann entrou no Partido Nacional-Socialista simplesmente no intuito de fazer parte de um grupo. Ela argumenta que não houve um envolvimento dele com a questão identitária do programa nazifascista. Sua tese é a de que Eichmann se comportou como um indivíduo de massa, pronto para agir, mas sem mesmo se atentar para a ação que está cometendo. Sua atividade se configurou de forma automatizada. Ele se negou a pensar, argumentando que obedecia a ordens, simplesmente, e portanto, não tinha responsabilidade alguma sobre as atrocidades cometidas pelos soldados nos campos de concentração. Arendt chamou esse comportamento de banalidade do mal, isto é, a insistência em pensar responsabilmente de qualquer modo. ARENDT, 2004, p. 44.

³⁴ ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das letras, 2012. p. 603.

continuam sempre que um indivíduo se coloca em uma posição pura e simples de obediência cega e acrítica de ordens administrativas. A autora argumenta que:

[...] Esse mal radical surgiu em relação a um sistema no qual todos os homens se tornaram igualmente supérfluos. Os que manipulam esse sistema acreditam na própria superfluidade tanto quanto na de todos os outros, e os assassinos totalitários são os mais perigosos porque não se importam se eles próprios estão vivos ou mortos, se jamais viveram ou se nunca nasceram.³⁵

Podemos perceber que aqui a crítica de Arendt se aglutina à posição da Escola de Frankfurt, vendo em certa racionalidade inspirada pelo Iluminismo uma forma de atividade tecnicista, sem reflexão crítica, que serve simplesmente às necessidades administrativas do capital e se torna dedicada à “eficiência”, independentemente dos fins. Da mesma forma, a “Indústria Cultural” é uma máquina terrivelmente eficiente onde a arte não fica fora deste processo de massificação, nada escapa à indústria cultural, pois ela é feita por uma linha de montagem de especialistas e profissionais tendo como objetivo final produtos trocáveis e comercializáveis, que isto é, uma indústria que serve inteiramente os interesses do capital global. Assim, o local e sua vida orgânica acaba sendo submetido à racionalidade do interesse do capital globalizado.

2.2 CULTURA DE MASSA E EDUCAÇÃO

As tecnologias relacionadas à comunicação e à informação foram atingidas pela revolução tecnológica que surgiu com o desenvolvimento de novas ideias no campo da indústria e seguiu com transformações históricas, como a Internet, até chegar ao cenário atual em que se fala de uma Internet das coisas, isto é, da chamada Inteligência artificial que conecta tudo por meio de nuvens, facilitando a interação do indivíduo com as tecnologias a seu dispor.³⁶ Hoje, o mundo experimenta mudanças constantes e cada vez mais rápidas com tecnologias que alteram o modo de consumo, a forma de se comunicar com o público e de conduzir as operações das empresas e instituições, sejam elas governamentais, sejam elas da sociedade civil ou do mundo corporativo. Tudo é alcançado pelas novas

³⁵ ARENDT, 2012, p. 609.

³⁶ CARVALHO, Cristiana. Internet das coisas: entenda o que é e como funciona. **Tecmundo**, 29 dez. 2021. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/312/pdf>>. Acesso em: 09 out. 2023.

tecnologias e suas evoluções constantes. Elas parecem continuar a produzir aquele efeito de massificação descrito e analisado pela Escola de Frankfurt, e cada vez mais percebemos o efeito de alienação a que milhares de indivíduos se dispõem a experimentar quase que voluntariamente, a saber, entregues à pura inatividade crítica diante das informações veiculadas pela Internet e pelos meios de comunicação. No entanto, em meio ao processo massificador de informação e de mercantilização da vida, muitas são as alternativas e apropriações das novas oportunidades tecnológicas. E a educação – com certeza – é uma destas oportunidades, ainda que passemos por um processo de sucateamento e banalização da formação acadêmica, a educação a distância, por exemplo, é uma realidade e possui grandes chances de aos poucos se efetivar de maneira a oferecer uma educação mais sólida e eficaz.

No contexto social, as revoluções tecnológicas trazem avanços em diferentes áreas e se expandem para todo o tecido da sociedade. Todas as mudanças tecnológicas que a modernidade experimentou e que vem contemporaneamente experimentando são passos civilizatórios, pois trazem consigo novas formas de perceber e de interagir com a realidade. E a educação a distância passa justamente por aquele processo de individualização que fala Adorno e Horkheimer, aquela forma de reprodução do lucro e por isso tentam “alcançar o máximo de pessoas, perdendo a complexidade e destruindo culturas locais, já que essas não teriam muito alcance e, portanto, não gerariam lucro para as empresas”.³⁷ Assim é que hoje os alunos se estabelecem diante do aprendizado em casa ou em algum lugar no qual eles experimentam o global isolados e aprendendo atividades descoladas de suas realidades mais regionais. É bem verdade que a educação sempre se caracterizou, geralmente, por parâmetros supostamente universais e ignorou as formas regionais de cultura e sociedade, bem como suas características específicas, como bem teorizou Freire ainda nos anos de 1960, sendo os estudantes meros receptáculos de um conhecimento depositado em suas mentes.³⁸ O fato, todavia, é que a educação a distância parece ser um passo civilizatório de uma outra

³⁷ DIAS, Júlio César Soares; PEREIRA JUNIOR, Lucimar da Silva. Indústria cultural e seu impacto na educação. **Revista Educação Pública**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, 8 fev. 2022. Disponível em: <<https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/22/5/industria-cultural-e-seu-impacto-na-educacao>>. Acesso em: 09 out. 2023.

³⁸ Freire chamou essa forma de aprendizado de “educação bancária”, cujo educando é um mero produtor de ideias e conceitos decorados e não vivenciados. FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 43. ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 2006.

etapa da educação. Podemos acreditar que é um caminho que perdurará, mesmo que em um futuro distante esse modelo seja revisado. A educação a distância é fruto direto da evolução das novas tecnologias da informação, mesmo que ela já existisse em alguns formatos.³⁹ No entanto, é inegável que a Internet a tornou uma ferramenta no processo de aprendizado muito mais eficaz.

Na década de 60, difundiu-se o que se pode chamar de análise crítica das mídias, o que é considerado como sendo uma forma de resistência. Em meados dos anos de 1970 surgiu a ideia, com Francisco Gutierrez, da “[...] escola se abrir para as novas formas de produção da cultura, diante da crescente emergência de novos meios de comunicação social”.⁴⁰ Já na década de 1980, transferiu-se a atenção para as “estratégias de manipulação e massificação atribuídas à indústria cultural para os modos como as camadas populares percebem e se apropriam das mensagens midiáticas, inaugurando um diálogo com os estudos culturais em outros países”.⁴¹ Na década de 1990, criou-se o termo educomunicação, “[...] para incluir a gestão da comunicação nos espaços educativos às abordagens de leitura crítica e produção midiática pelos jovens”.⁴² Tudo para estimular uma leitura crítica das mídias.

Seja qual for o meio, ou o produto, há que se estabelecer as diferenças e mostrar os distintos modos de narrar e apresentar para que não se caia na afirmação de que tudo é cultura. É nesse momento que entra o trabalho pedagógico, para compreender tais linguagens, sobre os produtos e sobre as emoções e sentimentos que cada uma das narrativas suscita no espectador.

“Desmanchar” os materiais televisivos, através de um trabalho pedagógico sério e criativo, significa operar sobre a mídia e a publicidade, dois dos setores que mais crescem na sociedade contemporânea; ou seja, significa trazer professores, crianças, adolescentes e jovens para uma tarefa de leitura criteriosa da esfera cultural [...].⁴³

³⁹ Exemplos de educação a distância no Brasil foram o Telecurso 2º Grau, vinculado a TV Globo, e Instituto Universal Brasileiro, que oferecia cursos profissionalizantes desde 1941. HERMIDA, Jorge Fernando; BONFIM, Cláudia Ramos de Souza. A Educação a Distância: história, concepções e perspectivas. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, n. especial, p. 166–181, ago., 2006. p. 173. Disponível em: <https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/4919/art11_22e.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁴⁰ GIRARDELLO; OROFINO, 2012, p. 76

⁴¹ GIRARDELLO; OROFINO, 2012, p. 76-77.

⁴² GIRARDELLO; OROFINO, 2012, p. 77.

⁴³ FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão e educação**: fruir e pensar a TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. p. 30.

Os desafios são grandes nessa área. Há que se “[...] fortalecer as iniciativas de formação de professores para a mídia-educação rumo a uma ‘repolitização da escola’ e num sentido de revalorização das culturas de grupos hoje silenciados”.⁴⁴ As autoras apontam que nos últimos anos houve uma preocupação com:

[...] um processo de reformulação curricular induzido pelo Ministério da Educação nos cursos de graduação em Pedagogia, e um grande esforço dos professores preocupados com esse tema em fazer com que ele constasse de algum modo das grades curriculares de seus cursos.⁴⁵

A falha na interrelação entre a pesquisa acadêmica e o cotidiano das redes de ensino é outro empecilho. O Ministério da Educação (MEC) recomenda nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) que a escola incentive saber utilizar diferentes fontes de informação e recursos tecnológicos para adquirir e construir conhecimentos e a interpretar e usufruir das produções culturais atendendo a diferentes intenções e situações de comunicação.⁴⁶ Porém, a prática é diferente. Até por causa de outro desafio, a saber, como podemos integrar as propostas de mídia-educação escolar no Brasil à valorização das culturas populares? Para o Brasil requerem-se ainda mais esforços e reflexões na área teórico-metodológica, com as tantas especificidades culturais de um país tão diverso.

A escola é um local para interpretar e usufruir das produções culturais atendendo a diferentes intenções e situações de comunicação. O Brasil tem muitos desafios nessa área. A diversidade cultural é um deles, no sentido de conciliar o local com o universal, pois ambos podem ser complementares, não excludentes.

A formação dos professores é precária nesse sentido. Por outro lado, o governo, no caso, o MEC, pede que a escola incentive na utilização das diferentes fontes de informação e tecnologia para adquirir e construir conhecimentos e a

⁴⁴ GIRARDELLO; OROFINO, 2012, p. 79. Aqui a ideia é o desenvolvimento de uma compreensão do sentido correto da ideia de política, a saber, a administração da *polis*, nos termos da filosofia da democracia expressa na antiguidade grega clássica. Repolitizar é tornar a escola lugar de preocupação pela cidadania e pela administração dos interesses dos cidadãos e cidadãs. Isso nada tem a ver com discussões simplórias acerca das visões ideológicas de temas que não cumram com as exigências legais e constitucionais.

⁴⁵ GIRARDELLO; OROFINO, 2012, p. 81.

⁴⁶ BRASIL. Ministério da educação. **Publicações**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/conaes-comissao-nacional-de-avaliacao-da-educacao-superior/195-secretarias-112877938/seb-educacao-basica-2007048997/12598-publicacoes-sp-265002211>>. Acesso em: 09 out. 2023.

interpretar e usufruir das produções culturais.⁴⁷ No entanto, geralmente não fornece meios satisfatórios para isso.

No que tange à mídia, a atenção se volta especificamente à televisão enquanto meio de comunicação, cujo aparelho se encontra na quase totalidade dos lares brasileiros. Isso, no entanto, não transforma a educação oferecida em uma educação de qualidade, é preciso que existam as condições básicas estruturais para que o aprendizado seja eficaz. Os meios de comunicação se tornam veículos da vida transportada em parte para o ambiente virtual. Isso quer dizer que a vida social é levada ao ambiente virtual? Não, “pelo contrário, significa que a esfera pública refluíu e também que estar na companhia dos outros parece ter perdido força, ficamos cada vez mais ‘privados’ de ver e ouvir profundamente os outros, prisioneiros que somos de nossas subjetividades”.⁴⁸ A massificação ocorre de forma complexa, pois estar sozinho não significa experimentar a pura subjetividade, mas significa experimentar coletivamente a mesma situação oferecida a todo usuário das tecnologias da informação que se caracterizam pela extrema individualização geográfica do indivíduo, porém, levando-o a se situar diante de um mundo repleto de pessoas e possibilidades, mas caracterizado pela ideia de solidão. Em suma, poderíamos falar em uma solidão massificadamente produzida. Há uma redução da vida interior promovida pelos meios de comunicação, fazendo o ser humano imaginar-se como outro, em situações de sonho. Por isso, Fischer conclama que pais e educadores, e todos nós, “[...] recuperemos a preciosidade da insubstituível e genuína experiência que podemos viver conosco mesmos, com os outros e até com a própria televisão, na medida em que a usemos simultaneamente como matéria de fruição e pensamento”.⁴⁹ A televisão vista como complemento às relações sociais é algo que pode ser muito positivo, para além de seu caráter alienante.

Neste sentido, a compreensão de massificação é necessária para que o maior número de pessoas tenha acesso à educação. Para tanto, uma concepção educação que se queira massificada, isto é, tornada acessível ao maior número possível de pessoas, trata as mídias como um fundamental canal de conteúdo para

⁴⁷ BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais**: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/ttransversais.pdf>>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁴⁸ FISCHER, 2003, p. 37-38

⁴⁹ FISCHER, 2003, p. 40.

se chegar à população, elas se tornam um instrumento para a ampliação da educação da população. Foi nesse sentido que as mídias públicas foram pensadas, uma vez que “as mídias públicas massificariam a educação, apoiariam os processos educacionais e permitiriam atingir, com relativa facilidade, as populações que estavam excluídas dos círculos sociais da educação”.⁵⁰

Desta forma, a comunicação pela televisão deve ser investigada a fim de verificar como ela se dá na sua linguagem e no seu meio. Esse meio e essa linguagem ditarão os rumos da educação através da televisão, que acaba sendo usada na forma de Educação a Distância (EaD). Isso significa compreender a televisão e a sua linguagem, e a própria televisão como meio sendo linguagem.⁵¹ A própria forma da mensagem traz algo em si novo, isto é, a forma de educação por meio da televisão significa um tempo novo das tecnologias da informação, pois agora ela é oferecida por meio daquele instrumento de entretenimento e propaganda. É o uso estratégico de um canal já consolidado de comunicação. Como bem analisou McLuhan, a partir de sua provocativa expressão “o meio é a mensagem”⁵² no intuito de “sublinhar que os meios de comunicação, geralmente pensados apenas como canais de passagem do conteúdo ou mero veículo de transmissão da mensagem, são na realidade um elemento determinante na comunicação”.⁵³ Essa ideia de meio como a própria mensagem é profícua, pois:

O discurso pode ser construído de tal forma a influir nas diversas dimensões da sociedade, sejam elas a política, cultural, econômica ou religiosa. A televisão⁵⁴ tem um papel importante na sociedade ao deter o poder sobre discursos e sobre a divulgação dos mesmos. A televisão pode fazer a sua análise dos discursos e dos fatos. A interpretação do discurso e a sua consequente edição levam a refletir sobre a televisão, sobre como ela analisa, interpreta e edita o sujeito e a história.⁵⁵

⁵⁰ VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: INTERVOZES. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência em doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervozes, 2009. Coleção Comunicação. p. 30.

⁵¹ MCLUHAN, Marshall. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Ubu, 2018.

⁵² COHN, Gabriel. “O meio é a mensagem: análise de McLuhan”. p. 363-371. In: **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo, TA-Queiroz, 1987.

⁵³ CAMARGO, Cláudio. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In: MARTINS, Ana Luiza e LUCA, Tania Regina de (Org.). 2. ed. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 180.

⁵⁴ Compreende-se aqui que, ao falar que a televisão detém o poder, diz-se daqueles que a dirigem, que determinam a sua linha editorial, ou seja, sua linha ideológica.

⁵⁵ CÂMARA, Thiago Jônatas Ferreira. **A televisão a serviço da evangelização da Igreja Evangélica Assembleia de Deus no Amazonas**. São Leopoldo, RS, 2016. 66 p. Dissertação (Mestrado Profissional) - Faculdades EST, Programa de Pós-Graduação, São Leopoldo, 2016

É importante considerar, ainda, o uso da televisão para a educação para regiões aonde a tecnologia das mídias virtuais ainda não chegou, como na região compreendida como “Amazônia Legal”, ou encontram resistência no seu manuseio. Lobato⁵⁶ percorreu os estados da federação que compõe a Amazônia Legal⁵⁷ para identificar os canais de transmissão e retransmissão. Salienta que há uma legislação específica para a televisão nesta região, que permite a proliferação de miniemissoras de TV aberta, desafiando a ideia de monopólio.⁵⁸

Assim, ao se considerar o meio (televisão), a mensagem (discurso), pretende-se refletir acerca de uma forma de Educação Cristã a Distância (ECaD) que contemple a experiência particular do contexto da Amazônia Legal, principalmente do estado do Amazonas.⁵⁹ Para tanto, utiliza-se Larrosa-Bondía, que destaca o confronto entre tecnólogos e os críticos, entre os partidários da educação como ciência aplicada e os partidários da educação como práxis política, mas sugere outra possibilidade de pensar a educação, a partir da experiência.⁶⁰ No entanto, a experiência é cada vez mais rara. Primeiro pelo excesso de informação, e informação não significa experiência. Trata-se de um saber da informação, e não da sabedoria. Em segundo, pelo excesso de opinião. Com a informação, todos têm alguma opinião. Trata-se de um sujeito informado que opina, “Quer dizer, um sujeito fabricado e manipulado pelos aparatos da informação e da opinião, um sujeito incapaz de experiência”.⁶¹ Terceiro, pela falta de tempo, pois “[...] a velocidade e o

Disponível em: <http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/779/1/c%a2mara_tjf_tmp491.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023. p. 37.

⁵⁶ LOBATO, Elvira. **Antenas da Floresta**: as sagas das TVs da Amazônia. São Paulo: Objetiva, 2017.

⁵⁷ São nove estados: Acre, Amazonas, Amapá, Rondônia, Roraima, Mato Grosso, Pará, Maranhão e Tocantins. Correspondem a 59% do território brasileiro. LOBATO, 2017, p. 18.

⁵⁸ Lobato refletiu sobre a disputa entre igrejas para obter a concessão de canais de televisão na Amazônia. LOBATO, Elvira. **TV's da Amazônia. Agência Pública**: Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo, São Paulo, Casa da Cultura Digital, 2016. Disponível em: <<http://www.apublica.org/tvsdaamazonia/lei-da-selva-na-disputa-entre-igrejas/>>. Acesso em 30 out. 2016.

⁵⁹ A definição de Amazônia legal se distingue da noção de Amazônia Internacional, sendo esta a parte implicada da floresta pertencente a outros países e o Brasil, enquanto aquela se define por ser a parte pertencente apenas ao território brasileiro, o que inclui os seguintes estados: Acre, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins e parte do Estado do Maranhão (a oeste do meridiano de 44°W), perfazendo 5,0 milhões de km². O que é? Amazônia Legal. IPEA. Desafios do desenvolvimento. Ano 5. Edição 44 – 08 jun. 2008. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2154:catid=28#:~:text=Ama z%C3%B4nia%20Legal&text=A%20Amaz%C3%B4nia%20Legal%20%C3%A9%20uma,5%20C0%20milh%C3%B5es%20de%20km%C2%B2.>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁶⁰ LARROSA, Jorge. Experiência e paixão. p. 151-165. In: **Linguagem e educação depois de Babel**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

⁶¹ LARROSA, 2004, p. 156.

que ela acarreta, a falta de silêncio e de memória, são também inimigas da experiência”.⁶² Importante o que o autor destaca em relação à escola: “E na escola o currículo se organiza em pacotes cada vez mais numerosos e curtos. Com o quê, também em educação, estamos sempre acelerados e nada nos acontece”.⁶³ Quarto, pelo excesso de trabalho. Às vezes trabalho se confunde com experiência. Porém, experiência é:

[...] a possibilidade de que algo nos passe ou aconteça ou nos toque, requer um gesto de interrupção, um gesto que é quase impossível nos tempos que correm: requer parar para pensar, para olhar, parar para escutar, pensar mais devagar [...], ter paciência e dar-se tempo e espaço.⁶⁴

Nesse sentido, “[...] o sujeito da experiência se define não tanto por sua atividade, como por sua passividade, por sua receptividade, por sua disponibilidade, por sua abertura”.⁶⁵ Assim, a experiência é um encontro ou uma relação com algo que se experimenta, e que se prova. Larrosa cita Heidegger para definir experiência como algo que nos acontece, nos alcança e que se apodera de nós, que nos tomba e nos transforma. Significa sofrer e padecer e ser transformado por tais experiências. Por fim, Larrosa define a experiência como uma paixão. Na paixão há “[...] um assumir os padecimentos, como um viver, ou experimentar, ou suportar, ou aceitar, [...]”.⁶⁶ A paixão refere-se à responsabilidade em relação ao outro. Refere-se à experiência do amor-paixão: “[...] na paixão, o sujeito apaixonado não possui o objeto amado, mas é possuído por ele. Por isso, o sujeito passional [...] está fora de si, dominado pelo outro, cativado pelo alheio [...]”.⁶⁷

Todas estas caracterizações que envolvem os indivíduos no processo de massificação diante da televisão são potenciais para a emancipação via educação, pois elas abrem oportunidades de saber e de ser diante de um mundo que muda com velocidade impressionante. A massificação dos processos de educação se deve à industrialização moderna que passou a necessitar de operários e funcionários que pudessem ler instruções e se identificar sem prejuízo a seus direitos. Hoje ninguém recusaria os benefícios da industrialização e suas

⁶² LARROSA, 2004, p. 157.

⁶³ LARROSA, 2004, p. 158.

⁶⁴ LARROSA, 2004, p. 160.

⁶⁵ LARROSA, 2004, p. 161.

⁶⁶ LARROSA, 2004, p. 164.

⁶⁷ LARROSA, 2004, p. 164-165.

consequências para o processo civilizatório. Para tanto, a massificação também é exigida no quesito educação, como bem sinaliza Birgin, “A massificação do ensino refere-se à expansão quantitativa da escolarização em cada nível do sistema educativo (que era para poucos e passa a ser para muitos)”.⁶⁸ Há que se fazer uma leve distinção entre massificação e universalização. É possível que em certos termos a massificação signifique o processo de universalização e acesso à educação por aquelas camadas da sociedade historicamente excluídas. No entanto, nem sempre isso signifique um simples sinônimo de um pelo outro.

Diversos estudos mostram que, em termos gerais, as políticas públicas de **massificação** têm promovido mudanças no dispositivo escolar para a recepção dos novos adolescentes e jovens, ao mesmo tempo em que produziram um deslocamento da responsabilidade do estado em direção aos indivíduos: conforma-se assim um processo de responsabilização e/ou culpabilização de cada docente pelos resultados escolares de seus alunas/os. Apesar da mudança nas fronteiras entre as escolas e seu entorno, as formas institucionais pareceram permanecer imóveis frente aos novos rostos e aos desafios que eles apresentam ao formato escolar. Porém, com a massificação, as condições do ensino se alteram profundamente, já que se incorporam à escola não apenas adolescentes, mas aqueles que, por diferentes formas de exclusão cultural, social e econômica, provêm de âmbitos alheios à escola secundária, com outras necessidades e potencialidades. Produz-se assim uma complexificação pedagógica indiscutível, reforçada ainda pelo conjunto das transformações contemporâneas. Essa complexificação tem tido um forte impacto na organização do trabalho docente e suas condições, tanto em termos pedagógicos como em termos de emprego.⁶⁹

A massificação da educação traz consigo os dilemas e complexidades do mundo do trabalho e da constante tentativa de diferenciação dos grupos sociais. A massificação da educação, nos termos das reivindicações dos trabalhadores, pode de fato ser incluída no processo de universalização dos direitos, pois isso significou a inclusão de uma massa gigantesca de pessoas no processo civilizatório nos marcos das democracias e também de governos autoritários, como pode ser citado o caso dos países da antiga União Soviética, que ainda hoje apresentam índices muito altos de trabalhadores com formação superior, como é o caso da federação

⁶⁸ BIRGIN, Alejandra. **Massificação do ensino**. Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho Docente – GESTRADO, UFMG, 2022. Disponível em: <[⁶⁹ BIRGIN, 2022.](https://gestrado.net.br/verbetes/massificacao-do-ensino/#:~:text=A%20massifica%C3%A7%C3%A3o%20do%20ensino%20refere,passa%20a%20ser%20para%20muitos).>”. Acesso em: 30 out. 2023.</p></div><div data-bbox=)

Russa.⁷⁰ Isso não significou necessariamente que a massificação da educação fosse entendida como a universalização pura e simples das formas mais efetivas de inclusão social, mas foi – evidentemente – um passo decisivo no enfrentamento dos problemas que haviam sido gerados pela emergência dos nacionalismos e que conduziram às duas grandes guerras, e após o Segundo Grande Conflito Mundial, a educação se constituiu como uma forma de estabelecer as diretrizes expostas na Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948, contornando assim as diferenças quanto à dignidade humana.

De fato, a aceleração da democratização das oportunidades educacionais em todo o mundo correspondeu aos anos que se seguiram ao final da Segunda Grande Guerra. Para tanto, concorreram fatores tão díspares como a necessidade de reconstrução das nações envolvidas no conflito, a centralidade do conhecimento científico na distribuição do poder entre as nações e a necessidade de reforçar a associação entre educação e democracia para prevenir uma eventual emergência de novas modalidades de totalitarismo. Neste período, assiste-se a uma espetacular elevação das oportunidades quantitativas de inclusão na instituição escolar, ao surgimento de organismos internacionais destinados às questões educacionais e ao crescimento de um corpo de funcionários dedicados exclusivamente à gestão da educação no âmbito dos estados nacionais.⁷¹

A educação e sua massificação significaram a universalização da tentativa de constituir diretrizes internacionais de implementação dos princípios da Declaração e de seus objetivos por meio de pactos entre os estados nacionais. Vê-se assim que a universalização é consequente ao processo de massificação de determinadas pautas civilizatórias, como é o caso da educação, um direito humano. Neste sentido, houve inúmeras iniciativas no âmbito do direito e da política internacional na tentativa de levar a cabo esse intento, pois neste sentido:

[...] a educação é convocada, talvez prioritariamente, para expressar uma relação entre desenvolvimento e democracia, como um dos fatores que podem contribuir para associar o crescimento econômico à melhoria da qualidade de vida e à consolidação dos valores democráticos.⁷²

⁷⁰ LUCAS, Adriano S. Top 10 países com maiores índices de formados em ensino superior. **Top10+**, 10 jul. 2017. Disponível em: <<https://top10mais.org/top-10-paises-com-maiores-indices-de-formados-em-ensino-superior/>>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷¹ MAGRONE, Eduardo. O Impacto do Processo de Massificação do Ensino sobre a Autoridade Docente: uma tentativa de interpretação. **27ª Reunião Anual da ANPEd, 2004**. GT14 - Sociologia da Educação. Disponível em: <<https://www.anped.org.br/biblioteca/item/o-impacto-do-processo-de-massificacao-do-ensino-sobre-autoridade-docente-uma>>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷² MELLO, Guiomar Namó. **Cidadania e competitividade**: desafios educacionais do terceiro milênio. São Paulo: Cortez, 1994.

Nas últimas décadas, esses desafios foram apresentados não somente ao Brasil, mas também a diversos Estados em todo o mundo. Isso ocorreu por meio de uma agenda internacional liderada pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), uma organização que desempenhou um papel crucial nas discussões globais sobre educação e promoção de parcerias permitidas. A UNESCO tem mantido sua posição proeminente ao longo dos anos, sendo a principal impulsionadora de ações no prol da educação em escala global.

Neste sentido sugerido, foi que em 1990, a UNESCO especificou a Conferência Mundial sobre Educação para Todos em Jomtien, Tailândia. Durante esse evento, foi estabelecido o conceito de “Educação para Todos” (World Declaration on Education for All - EFA),⁷³ que se refere ao direito à educação para todos, uma tradução do termo inglês, pois se tratou de um princípio do Direito Internacional.⁷⁴ Esse termo já indica a ideia implícita de massificação da educação, pois pretende a universalização da educação sem discriminações ou privilégios.⁷⁵ Aqui, massificação esvazia-se daquele sentido alienante ao qual se referira Adorno, o que não significa que eventualmente tais processos não enveredem por caminhos de massificação alienante, como bem ele avaliou em uma entrevista ao falar sobre a televisão como novidade em sua época:

Pelo prisma do veículo de comunicação de massa a tarefa que se coloca seria encontrar conteúdos e produzir programas apropriados em seu conteúdo para este veículo, e não impostos ao mesmo a partir de seu exterior. Esta talvez seja a grande contribuição de nosso debate: tudo o que elaboramos positivamente — o significado do elemento informativo e documentário, a importância da montagem e do distanciamento frente ao realismo, a importância de uma interação entre pesquisa e produção, o rompimento de toda a esfera íntima da escola e por fim a interação entre programas especiais e programação geral —, que são inovações que parecem estar em conformidade com a configuração social e tecnológica específica deste veículo de comunicação de massa, e que todos parecem se opor a tentativas de copiar ou divulgar em sua forma ou em seu

⁷³ UNESCO. **World Declaration on Education for All and Framework for Action to Meet Basic Learning Needs**. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127583>>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷⁴ BERTUOL, Patrícia de Oliveira Assumpção. **Tratados Internacionais e as políticas públicas educacionais no Brasil**. Dissertação. 92 f. (Mestrado em Educação escolar) - Programa de Pós-graduação em Educação Escolar, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita, UNESP, Araraquara, 2020. p. 45. Disponível em: <https://agendapos.fclar.unesp.br/agendapos/educacao_escolar/5291.pdf>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷⁵ ALVES, Andréia Vicência Vitor; GIMENES, Pamela Caetano. Acordos internacionais e sua influência na gestão e no planejamento educacional do Brasil e do Paraguai. **Série-Estudos**, Campo Grande, MS, v. 28, n. 62, p. 215-236, jan./abr. 2023. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/sest/v28n62/1414-5138-sest-28-62-0215.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2023.

conteúdo quaisquer bens culturais tradicionais por meio da televisão. Nestes termos apresentaria uma espécie de cânone ou linha de orientação para o que deveria ser o rumo da televisão, para que ela represente um avanço e não um retrocesso do conceito de formação cultural.⁷⁶

O fato, porém, é que se estabeleceu um objetivo internacionalizado ao qual os governos vinculados por tratados e declarações conjuntas se comprometem a possibilitar a estrutura necessária para a implementação de níveis educacionais amplos e acessíveis, e ao que tudo parece, a televisão é uma ferramenta tecnológica para a formação e informação definitiva.

No Brasil, a partir da promulgação da Constituição de 1988, foi reconhecida e projetada uma concepção de que crianças e adolescentes possuem direitos que podem ser exercidos em relação à família, à sociedade e ao Estado, conforme previsto no artigo 227.⁷⁷ Essa perspectiva foi reforçada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA),⁷⁸ que modifica os Sistemas de Garantias, e ampliada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN).⁷⁹ Além disso, o direito à educação é considerado irrenunciável e inalienável para esses sujeitos. Com o ECA, cristalizou-se a ideia segundo a qual a educação de crianças e adolescentes cumpre função civilizatória, não sendo mais possível que sejam decididas o acolhimento de crianças e adolescentes em estabelecimentos escolares segundo o arbítrio dos pais ou responsáveis, é questão obrigatória, sob risco de estes serem responsabilizados juridicamente. Também o Estado Brasileiro está implicado em punições no caso de não possibilitar tal acesso.

O direito à educação no Brasil é um direito social garantido, como salientado, pela Constituição e por normas infraconstitucionais, sendo dever e responsabilidade do Estado provê-la para os brasileiros. O direito à educação básica é obrigatório e indispensável e se dá sob diferentes

⁷⁶ ADORNO, Theodor. Televisão e Formação. p. 169-186. In: **Educação e Emancipação**. Entrevista concedida a Hellmut Becker e Gerd Kadelbach para a Divisão de Educação e Cultura da Rádio do Estado de Hessen. p. 43. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179825/mod_resource/content/1/EDUCA%C3%87%C3%83O%20E%20EMANCIPA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁷⁷ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷⁸ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁷⁹ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 8.069, de 13 de Julho de 1990**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

concepções, como direito natural, direito fundamental, direito humano, direito público subjetivo, etc.⁸⁰

Isso significa que o direito à educação é um processo histórico e administrativo que vai sendo implementado pelos sucessivos governos em todas as esferas. Esses direitos adquiridos e declarados como certos “[...] vão sendo construídos conforme a evolução da sociedade, podendo ser ampliados, mas jamais restringidos, havendo uma vedação ao retrocesso”.⁸¹ O direito à educação passa por todas as medidas de sua efetivação. O ECA dedica um capítulo específico à educação, que inclui diversos artigos relacionados à proteção e promoção dos direitos educacionais das crianças e dos adolescentes no Brasil. Alguns dos principais aspectos abordados pela ECA relacionados à educação incluem: direito à educação (Artigo 53), assegurar o direito fundamental de toda criança e adolescente à educação, garantindo o acesso e a permanência na escola. A obrigatoriedade e gratuidade (Artigo 54), estabelecendo que a educação é obrigatória dos 4 aos 17 anos, sendo fornecida pelo Estado de forma gratuita em estabelecimentos oficiais. Atendimento Escolar (Artigo 55), exigindo que as escolas garantam um atendimento educacional que leve em atenção as lesões de cada aluno, incluindo aqueles com deficiência. Prioridade (Artigo 4º), a garantia dos direitos da criança e do adolescente é uma prioridade absoluta na formulação de políticas públicas, incluindo as políticas educacionais. Além disso, a proibição de discriminação (Artigo 56) de qualquer forma no acesso à escola ou na qualidade do ensino oferecido com base em características como raça, gênero, religião, condição social, etc; bem como a participação (Artigo 53, § 2º) das crianças e dos adolescentes na formulação e avaliação das políticas e práticas educacionais que lhes dizem respeito, e o acompanhamento dos pais ou responsáveis (Artigo 129), uma vez que estes são responsáveis por acompanhar a frequência e o desempenho escolar dos filhos. Também a evasão Escolar (Artigo 245) é um ponto fundamental do ECA, pois se entendeu que a evasão escolar é um fato que deve ser apurado pelas autoridades competentes, e as medidas devem ser tomadas para evitar que isso ocorra. E não menos relevante, a valorização dos profissionais da educação (Artigo 206), sendo determinado pelo ECA que a formação dos profissionais da educação deve garantir a qualidade no processo pedagógico e na gestão escolar. Os objetivos do ECA

⁸⁰ BERTUOL, 2020, p. 41.

⁸¹ BERTUOL, 2020, p. 41.

estão em sintonia com a promoção do acesso à educação de qualidade, com base nos princípios de igualdade, não discriminação e prioridade absoluta aos direitos da criança e do adolescente, conforme estabeleceram as sucessivas conferências de educação promovidas pela UNESCO na segunda metade do século XX. A exemplo da Conferência de Jomtien que foi um passo significativo no esforço global para melhorar o acesso à educação de qualidade.⁸² Posteriormente, em 2000, a Declaração de Dakar – Educação para todos, outra conferência, conhecida como a Cúpula Mundial sobre Educação,⁸³ reafirmou o compromisso com as metas de Educação para Todos e prazos distribuídos para alcançar esses objetivos. As discussões e compromissos originados na conferência continuam a influenciar as políticas educacionais em todo o mundo.

Para alcançar os objetivos de uma educação universalizada e de qualidade foram usadas as várias formas de comunicação e disseminação da informação. Neste sentido, a educação passou a ser também a distância, pois nem sempre a educação presencial foi possível. A educação a distância (EaD) foi uma forma de enfrentar as barreiras do distanciamento gerado por variados fatores, e ela passou por diversas fases de desenvolvimento ao longo da história. No Brasil, a EaD é definida pelas diretrizes políticas da seguinte forma:

Educação a Distância é uma forma de ensino que possibilita a auto-aprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos meios de comunicação (Decreto 2.494, de 10.02.1998).⁸⁴

A EaD é caracterizada pelos seguintes elementos:

1) *A separação temporal e espacial entre: professores – alunos, e ensino-aprendizagem.* A educação é dividida a partir da ideia do princípio da distância física e temporal, sendo, portanto, três níveis de atividade educacional, a educação presencial, a semipresencial (parte presencial/parte virtual ou a distância) e a

⁸² LIBÂNEO, J. C. Políticas educacionais no Brasil: desfiguramento da escola e do conhecimento escolar. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 46, n. 159, 2013.

⁸³ ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA [UNESCO]. Declaração de Dakar: o marco de ação de Dakar educação para todos. Dakar: UNESCO, 2000. Disponível em: <https://www.mprj.mp.br/documents/20184/1330730/2000_declaracaosobreeducacaoparatodosocompromissodedakar.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁸⁴ BRASIL. Ministério da Educação. **Decreto no 2.494, de 10 de fevereiro de 1998**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2023.

educação a distância (ou virtual). A educação presencial, muitas vezes chamada de educação tradicional ou ensino presencial, é um modelo de ensino no qual alunos e professores se reúnem fisicamente em um local, como uma sala de aula, para participar de aulas e atividades educacionais.⁸⁵ Voigt afirma que:

Essa opção permite usufruir da eficácia e das vantagens das duas modalidades. A supremacia deste modelo está na mistura e na junção dos benefícios. Em termos de contexto, mantém-se relativa flexibilidade. Embora haja necessidade de deslocamento para momentos presenciais, não há um deslocamento diário. A quantidade e a duração de momentos presenciais devem ser definidas de acordo com disposições legais e com objetivos a serem alcançados. Em vez de encontros semanais, pode-se, por exemplo, optar por intervalos maiores, como encontros mensais de maior duração. A flexibilidade no processo de aprendizagem – ritmo e profundidade – também é resguardada.⁸⁶

Esse modelo de ensino é constituído por várias características específicas:

a) *local físico*: as aulas e atividades educacionais ocorrem em um local físico, como uma escola, universidade, instituição de ensino ou sala de aula. Alunos e professores estão presentes no mesmo local; b) *interação face a face*: na educação presencial, a interação entre alunos e professores ocorre presencialmente e face a face. Os alunos têm a oportunidade de fazer perguntas, participar de discussões em sala de aula e interagir diretamente com seus colegas e instrutores; c) *programação regular*: as aulas presenciais normalmente seguem um cronograma fixo, com dados e horários regulares para aulas, palestras e outras atividades educacionais; d) *material didático impresso*. Geralmente, os materiais didáticos, como livros didáticos e apostilas, são usados como recursos de aprendizagem em aulas presenciais; e) *avaliações no local*: os testes, provas e avaliações costumam ser realizados em um ambiente físico na escola ou universidade; interação social: além do aprendizado acadêmico, a educação presencial oferece oportunidades para o desenvolvimento de habilidades sociais e a interação pessoal com colegas; f) *acompanhamento pessoal*: os alunos podem receber feedback imediato dos professores, dúvidas claras e buscar apoio personalizado; g) *participação em atividades extracurriculares*: a educação presencial muitas vezes inclui atividades extracurriculares, como clubes,

⁸⁵ QUARTIERO, Elisa Maria; CATAPAN, Araci Hack; GOMES, Nilza Godoy; CERNY, Roseli Zen. **Introdução à Educação a Distância**. Florianópolis: UFSC/EAD/CED/CFM, 2005.

⁸⁶ VOIGT, Emílio. A ponte sobre o abismo: educação semipresencial como desafio dos novos tempos. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 47, n. 2, 2007. p. 54. Disponível em: <https://www3.est.edu.br/publicacoes/estudos_teologicos/vol4702_2007/ET2007-2c_evoigt.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

equipes esportivas e eventos sociais, que enriquecem a experiência educacional. O modelo de educação presencial é amplamente utilizado em escolas primárias e secundárias, bem como em instituições de ensino superior, mas também é aplicado em contextos de treinamento corporativo e educacional.

É importante notar que, embora a educação presencial seja o modelo tradicional, a EaD e o ensino *online* têm ganhado destaque nos últimos anos devido ao avanço da tecnologia e das necessidades educacionais em constante evolução. Esses métodos educacionais oferecem flexibilidade e acesso a uma variedade de recursos, complementando a abordagem presencial. A pandemia do Covid-19 definitivamente fez a EaD se cristalizar como uma das formas mais acessadas de ensino da atualidade.⁸⁷ Atualmente, as matrículas na EaD superam as presenciais, conforme o Censo da Educação Superior de 2020.⁸⁸

Tão importante quanto, a educação também pode ser semipresencial, parte presencial e parte virtual ou a distância. A educação semipresencial, também conhecida como educação híbrida, é um modelo de ensino que combina elementos da educação presencial com a EaD. Nesse modelo, os alunos participam de aulas e atividades educacionais tanto em um ambiente físico, como uma sala de aula, quanto em um ambiente virtual, utilizando tecnologia digital e recursos *online*. A educação semipresencial busca aproveitar as vantagens de ambos os métodos, comodidade aos alunos e ao mesmo tempo promovendo a interação e o envolvimento na sala de aula.⁸⁹ Assim, podemos elencar algumas características típicas da educação semipresencial, que são as seguintes:

1. **Combinação de Aulas Presenciais e Online:** os alunos frequentam aulas presenciais em um local físico, mas também participam de atividades online, como discussão em fóruns, visualização de materiais de curso online e conclusão de tarefas virtuais.

⁸⁷ Ensino a distância cresce 474% em uma década. **Gov.br**, Assessoria de Comunicação Social do Inep, 04 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-cresce-474-em-uma-decada>>. Acesso em: 30 out. 2023.

⁸⁸ Cristaldo, Heloisa. Censo: matrículas em cursos superiores de EAD superam presenciais. **Agência Brasil**, 18 fev. 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2022-02/censo-matriculas-em-cursos-superiores-de-ead-superam-presenciais>>. Acesso em: 09 out. 2023.

⁸⁹ MORAN, José Manuel. **O que é educação a distância**. [on-line]: Disponível em: <<http://www.virtual.nuca.ie.ufrj.br/infoeducar/artigos/moran2.htm>>. Acesso em: 10 out. 2023.

2. **Flexibilidade de horários:** os alunos podem acessar materiais e recursos online em horários flexíveis, permitindo que ajustem seus estudos à sua agenda.
3. **Tecnologia Educacional:** a tecnologia desempenha um papel importante na educação semipresencial, facilitando o acesso a recursos online, comunicação com instrutores e colegas, e entrega de conteúdo educacional.
4. **Interatividade Online:** os alunos geralmente participam de discussão online, colaboram em projetos, fazem upload de tarefas e interagem com colegas e instrutores por meio de plataformas de ensino a distância.
5. **Avaliações em Ambiente Físico e Online:** as avaliações podem ocorrer tanto na sala de aula quanto online, dependendo da estratégia de ensino do instrutor.
6. **Apoio Docente e Tutoria Online:** os instrutores estão disponíveis tanto em sala de aula quanto online para oferecer suporte acadêmico e esclarecimento de dúvidas.
7. **Combinação de Aprendizado Ativo e Autodirigido:** os alunos são desafiados a se envolverem em suas próprias aprendizagens e aproveitarem as oportunidades de aprendizado autodirigido online.⁹⁰

A educação semipresencial é frequentemente usada em instituições de ensino superior, bem como em programas de treinamento profissional e corporativo, como uma forma de equilibrar as necessidades de flexibilidade e interação. Esse modelo é especialmente valioso para alunos que têm horários ocupados ou outros compromissos, mas interessa participar de aulas presenciais e se beneficiar da interação pessoal com instrutores e colegas.

2) *A mediação comunicativa por meio de novos recursos tecnológicos.* A educação semipresencial, também conhecida como educação híbrida, é um modelo de ensino que combina elementos da educação presencial com a educação a distância.⁹¹ Nesse modelo, os alunos participam de aulas e atividades educacionais tanto em um ambiente físico, como uma sala de aula, quanto em um ambiente virtual, utilizando tecnologia digital e recursos online. A educação semipresencial busca aproveitar as vantagens de ambos os métodos, comodidade aos alunos e ao

⁹⁰ Considerações elaboradas a partir do referencial teórico.

⁹¹ MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a Distância**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

mesmo tempo promovendo a interação e o envolvimento na sala de aula. Esse modelo é especialmente valioso para alunos que têm horários ocupados ou outros compromissos, mas interessa participar de aulas presenciais e se beneficiar da interação pessoal com instrutores e colegas. Suas características mais típicas são as seguintes: i) combinação de aulas presenciais e online. Os alunos frequentam aulas presenciais em um local físico, mas também participam de atividades online, como discussão em fóruns, visualização de materiais de curso online e conclusão de tarefas virtuais. ii) flexibilidade de horários: Os alunos podem acessar materiais e recursos on-line em horários flexíveis, permitindo que ajustem seus estudos à sua agenda. Tecnologia Educacional: A tecnologia desempenha um papel importante na educação semipresencial, facilitando o acesso a recursos *online*, comunicação com instrutores e colegas, e entrega de conteúdo educacional. iii) interatividade *online*: Os alunos geralmente participam de discussão online, colaboram em projetos, fazem upload de tarefas e interagem com colegas e instrutores por meio de plataformas de ensino a distância. iv) avaliações em ambiente físico e *online*: as avaliações podem ocorrer tanto na sala de aula quanto online, dependendo da estratégia de ensino do instrutor. v) apoio docente e tutoria *online*: os instrutores estão disponíveis tanto em sala de aula quanto online para oferecer suporte acadêmico e esclarecimento de dúvidas. vi) combinação de aprendizado ativo e autodirigido: os alunos são desafiados a se envolverem em suas próprias aprendizagens e aproveitarem as oportunidades de aprendizado autodirigido online.

3) *A autonomia do aluno*. A autonomia do aluno na EaD se refere à capacidade e independência do aluno para gerenciar seu próprio processo de aprendizagem. Nesse modelo educacional, os alunos têm um papel ativo no controle e na organização de seus estudos, o que inclui a definição de seus horários de estudo, a seleção de recursos de aprendizagem e a conclusão de tarefas sem a necessidade de supervisão constante de um instrutor. A autonomia do aluno é uma característica fundamental da EaD e é promovida através de várias estratégias e práticas. Aqui estão algumas maneiras de definir a autonomia do aluno na EaD:

- Escolha de horários: os alunos podem escolher quando e onde desejam estudar. Isso permite que adaptem seus estudos a outras responsabilidades, como trabalho e família.

- Seleção de Recursos: os alunos têm a liberdade de escolher os recursos de aprendizado que consideram mais relevantes para atingir seus objetivos educacionais. Isso pode incluir materiais didáticos, vídeos, leituras e outros recursos disponíveis online.
- Autoavaliação: os alunos podem monitorar seu próprio progresso e compreensão do conteúdo. Isso muitas vezes envolve a realização de avaliações formativas e autoavaliações.
- Colaboração: embora o aprendizado independente seja uma característica da EaD, muitos cursos incluem oportunidades de colaboração com outros alunos, seja por meio de fóruns de discussão, grupos de estudo ou projetos em equipe.
- Tutoria e Suporte: apesar da autonomia, os alunos geralmente têm acesso a tutores ou instrutores que podem fornecer orientação e esclarecimento de dúvidas quando necessário.
- Gerenciamento de Tempo: a capacidade de gerenciamento efetivo do tempo é crucial para a autonomia do aluno na EaD. Os alunos precisam planejar seus estudos e cumprir prazos de tarefas de forma independente.
- Aprendizado Autorregulado: isso envolve o desenvolvimento de habilidades de autorregulação, como motivação intrínseca, autodisciplina e perseverança na busca de objetivos educacionais.

A promoção da autonomia do aluno e aluna na EaD tem como objetivo capacitar os alunos e alunas para que se tornem aprendizes independentes e ao mesmo tempo responsáveis pelo seu próprio progresso educacional. Isso é fundamental para o sucesso na EaD, onde a supervisão direta é limitada e os alunos precisam assumir um papel ativo em sua jornada de aprendizado.

A EaD é um processo de longa que está atualmente sendo potencializada pelas novas tecnologias da informação. É possível elencar três fases principais que são frequentemente identificadas, como as que seguem:

Fase da Correspondência (Século XIX): a primeira fase da EaD remonta ao século XIX e envolve a troca de materiais impressos por correspondência. Nesse

modelo, os alunos recebiam materiais de estudo, como livros e apostilas, pelo correio e enviavam suas tarefas e questionários de volta para correção. Essa abordagem permitiu que as pessoas estudassem em seu próprio ritmo, independentemente de sua localização geográfica.

Fase do Ensino por Rádio e Televisão (Início do Século XX): a segunda fase da EaD viu o uso da rádio e da televisão como meios de entrega de conteúdo educacional. Programas de rádio e televisão foram desenvolvidos para transmitir palestras e lições educacionais para um público amplo. Os alunos puderam sintonizar as especificações em horários específicos. Isso expandiu o alcance da EaD, mas ainda era uma forma relativamente passiva de aprendizado.

Fase Digital (Anos 90 até o Presente): a terceira e mais significativa fase da EaD é a era digital. Com o advento da Internet e das tecnologias digitais, a EaD evoluiu drasticamente. Agora, o ensino *online*, o uso de plataformas de aprendizagem, videoaulas, fóruns de discussão e outras ferramentas interativas possibilitam uma experiência de aprendizado mais rica e colaborativa. Os alunos podem acessar materiais e interagir com instrutores e colegas de qualquer lugar do mundo. Essa fase também inclui o surgimento de programas de ensino superior *online*. Além dessas três fases principais, a EaD continua a evoluir à medida que novas tecnologias e abordagens pedagógicas são desenvolvidas. A pandemia de COVID-19, por exemplo, acelerou ainda mais a adoção de métodos de ensino a distância em todo o mundo, destacando a importância da EaD na educação contemporânea.

Moore e Kearsley falam em cinco gerações: 1ª geração - ocorreu quando o meio de comunicação era o texto, e a educação por correspondência; 2ª geração - foi o ensino por meio de rádio e televisão; 3ª geração - refere-se mais a invenção de uma nova modalidade de educação, em universidades abertas; 4ª geração - caracterizou-se pela interação em tempo real a distância, por áudio e videoconferência, transmitidos por telefone. Satélite, cabos e redes de computadores; 5ª geração - envolve o ensino e aprendizagem *online* em ambientes virtuais baseados em tecnologias da internet.⁹² Garrison e Anderson criticam a ideia segundo a qual a classificação das gerações da EaD seja a simples superação de uma fase por outra, conforme as tecnologias envolvidas evoluíam. Eles argumentam

⁹² MOORE; KEARSLEY, 2007.

que elas se acumulam, alguns programas de EaD de primeira e segunda geração, por exemplo, estão beneficiando milhares de estudantes, pois são conhecimentos somados e que ao longo do tempo se mostraram eficazes.⁹³ Eles preferem classificar as gerações da No Brasil, especificamente, Vianney, Torres e Silva colocam as seguintes etapas:

1904 - Mídia impressa + correio = ensino por correspondência;

1923 - Rádio Educativo Comunitário;

1941 - Criação do Instituto Universal Brasileiro;

1965-1970 - Criação das TVs Educativas pelo poder público;

1980 - Oferta de supletivos via tele cursos (televisão e materiais impressos), por fundações sem fins lucrativos;

1985 - Computador *stand alone* ou rede local nas universidades;

1985-1998 - uso de mídias de armazenamento como meios complementares;

1989 - Criação da Rede Nacional de Pesquisa (uso de BBS, Bitnet e e-mail);

1990 - Uso intensivo de teleconferências (cursos via satélite) em programas de capacitação à distância;

1994 - Início da oferta de cursos superiores à distância por mídia impressa;

1995 - Disseminação da Internet nas Instituições de Ensino Superior, via RNP;

1996 - Redes de videoconferência - início da oferta de mestrado a distância, por universidade pública em parceria com empresas privadas;

1997 - Criação de Ambientes Virtuais de Aprendizagem;

1997 - Início da oferta de especialização a distância, via Internet, em universidades públicas e particulares;

⁹³ GARRISON, D. R.; ANDERSON, T. **El e-learning em el siglo XXI**: investigación y práctica. Barcelona: Octaedro, 2005. p. 57.

1999 - 2001 - Criação de redes públicas, privadas e confessionais para cooperação em tecnologia para o uso das NTIC na EAD;

1999 - 2002 - Credenciamento oficial de instituições universitárias para atuar em educação a distância.⁹⁴

A EaD surge, conforme este quadro histórico e social, como uma demanda dentro do âmbito de universalização da educação após a Segunda Guerra Mundial. Aos poucos ela vai se constituindo como um meio a mais para a consecução dos objetivos propostos pelas consecutivas convenções internacionais no sentido de alcançar melhores indicadores de qualidade de vida pelas populações.

2.3 EDUCAÇÃO TEOLÓGICA E CULTURA DE MASSA

A educação teológica, ao se apropriar dos meios da cultura de massa, acaba por se inserir neste contexto. A questão que surge é como esta educação, que é teológica, utiliza tais meios para um público que, hipoteticamente, é diferente.

2.3.1 Educação Teológica

Classifica-se – geralmente – o processo educativo em três níveis, quais sejam, formal, não formal e informal. A educação formal se constitui naquela em que se assumem contornos de disciplina convencional, em instituições de ensino reconhecidas pelas autoridades, a qual é “[...] dada de modo ordeiro, lógico, planejado e sistemático [...]”.⁹⁵ Por sua vez, a educação não-formal – um conceito delineado por Bailyn - constituiria aquilo que ocorreria por meio da socialização dos indivíduos cotidianamente em meio às diferentes dinâmicas dos grupos sociais, valores aprendidos e apreendidos desde os raciocínios morais estabelecidos pela interação social.⁹⁶ Já a educação informal seria aquela derivada da experiência cotidiana do indivíduo, sendo tanto algo positivo quanto negativo. Estes três níveis se alternam no processo educativo de uma pessoa, pois os limites nem sempre se estabelecem formalmente, sendo possível que algum conteúdo ou conceito seja

⁹⁴ VIANNEY, J; TORRES, P. L; SILVA, E. **A Universidade Virtual no Brasil**. Tubarão: Ed. Unisul, 2003. p. 37-38.

⁹⁵ GOOD, Carter V. (Org.). **Dictionary of education**. Nova York: McGraw Hill, 1945. p. 175.

⁹⁶ BAILYN, Bernard. **Education in the forming of American society**. Nova York: W. W. Norton, 1960. p. 14.

apreendido de modo muito mais eficaz por meio da experiência do que formalmente no ambiente de educação formal.

A educação teológica também se estabelece da mesma forma. Existem ambientes distintos de aprendizado. Existem aqueles ambientes de socialização cotidiana nos quais as pessoas aprendem por meio da interação social, família, igreja, escola, etc, e existem aqueles que são formais, como cursos e formações em instituições de ensino teológico. Todos os níveis de interconectam e se interpõem de modo a formar um conceito ético, um conceito civilizatório, isto é, a educação teológica em sua completude tem como objetivo formar pessoas que reflitam as condições da ética cristã, da vivência segundo os valores elaborados pelas variadas tradições do cristianismo.

A educação teológica muitas vezes é confundida com a educação cristã. Embora tenham parâmetros similares, se distinguem por seus objetivos. A educação cristã se caracteriza por ser mais abrangente em seus objetivos e público, a saber, as pessoas que estão imersas no ambiente específico da vivência da fé cristã, como afirma Santos:

Comparada com a educação em geral, a educação cristã é uma forma particular de educar. Ela pode ser simplesmente definida como a instrução formal feita sob a perspectiva do cristianismo, buscando “o desenvolvimento da pessoa e de seus dons naturais à luz da perspectiva cristã da vida, da realidade, do mundo e do homem”. De forma mais específica ela tem sido conceituada como “a tentativa de organizar sistematicamente o pensamento quanto à educação conforme os ensinamentos bíblicos que constituem a fé cristã ortodoxa”. Como disciplina pode se considerar a educação cristã como “o esforço deliberado, sistemático e sustentado, divino e humano, de compartilhar ou adquirir conhecimento, valores, atitudes, habilidades, sensibilidades e comportamentos que compõem ou são compatíveis com a fé cristã”. Subjacente a este entendimento encontra-se a convicção de que qualquer disciplina pode ser abordada e ensinada de uma perspectiva cristã se a análise parte das pressuposições bíblicas sobre o Criador, o homem e a natureza.⁹⁷

A educação cristã é a forma pela qual o cristianismo é reproduzido enquanto processo cultural e social de manutenção de valores políticos e identitários, principalmente a partir do fim do sistema de cristandade cuja aliança entre o poder político e religioso se firmou por séculos no Ocidente. Com a crescente

⁹⁷ SANTOS, Valdeci da Silva. Educação Cristã: Conceituação teórica e implicações práticas. **Fides Reformata**, XIII, n. 2, p. 155-174, 2008. p. 157. Disponível em: <https://cpaj.mackenzie.br/fileadmin/user_upload/7-Educa%C3%A7%C3%A3o-crist%C3%A3-conceitua%C3%A7%C3%A3o-te%C3%B3rica-e-implica%C3%A7%C3%B5es-pr%C3%A1ticas-Valdeci-da-Silva-Santos.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

secularização das sociedades contemporâneas, a educação cristã ganha contornos cada vez mais dramáticos, pois se configuram sociedades nas quais a religião é mais e mais relegada ao mundo privado dos indivíduos. Isso não significa que a educação teológica não componha o conjunto da educação, pelo contrário, ela é um nível mais complexo do processo educacional cristão. “Humanamente falando, o objetivo da educação teológica deve dirigir-se ao tipo de pessoas que esperamos que os estudantes se tornem”.⁹⁸ Porém, a especificidade da educação teológica requer mais dedicação e empenho, uma vez que tal formação exige do indivíduo o aprendizado de disciplinas de caráter científico tais como a exegese bíblica, a hermenêutica, a sociologia, história comparada das religiões, psicologia e filosofia, entre outras. A educação teológica, por estar mais voltada para a formação de lideranças, apresenta uma grade curricular mais robusta e complexa, como afirma Nicodemus Lopes:

Uso a expressão “educação teológica” como sendo o processo de educação e formação de alunos feito por instituições de ensino teológico, visando a instruí-los e prepará-los para o labor teológico e pastoral. É o que se faz em seminários, faculdades de teologia e outras instituições afins.⁹⁹

Os modelos de educação teológica presencial eram até bem pouco tempo feitos no ambiente institucional. Os estudantes e as estudantes deveriam frequentar e se dedicar exclusivamente aos estudos a partir de aulas presenciais com docentes ministrando as aulas e aferindo avaliações periódicas ao longo do ano letivo. A instituição de ensino, por sua vez, deveria dispor de estrutura adequada, como salas de aula, bibliotecas, refeitórios, alojamentos, sala para professores, salão de eventos, capela, etc. O custo para a manutenção patrimonial de tais instituições sempre foi um desafio para as organizações responsáveis por estas operações, quase sempre levadas a cabo por denominações religiosas. Depois do

⁹⁸ VALDECI, S. Santos. Educação Teológica para um Ministério Urbano Multicultural. **Fides Reformata**, XXII, n. 1, p. 63-70, 2017. p. 66. Disponível em: <https://cpaj.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/150-int-ext/cpaj/2021/Fides_Reformatadas/Fides_Reformatada_22_N1/4-Educa%C3%A7%C3%A3o-teol%C3%B3gica-para-um-minist%C3%A9rio-urbano-multicultural-Valdeci-S.-Santos.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

⁹⁹ NICODEMUS LOPES, Augustus. Educação teológica reformada: motivos e desafios. **Fides Reformata**, IX, n. 2, p. 11-27, 2004. p. 12. Disponível em: <https://cpaj.mackenzie.br/fileadmin/user_upload/1-Educa%C3%A7%C3%A3o-teol%C3%B3gica-reformada-motivos-e-desafios-Augustus-Nicodemus-Lopes.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

reconhecimento da teologia como disciplina no âmbito do conhecimento nacional, tornaram-se ainda mais complexas e difíceis a manutenção deste modelo de instituição de ensino.

Além da necessidade de preservar seu patrimônio, esse modelo de ensino exige um investimento substancial em seu corpo docente. Com um currículo tradicionalmente segmentado em diversas disciplinas e especializações, a instituição se vê obrigada, mesmo que conte com um número reduzido de estudantes, a manter um corpo docente relativamente grande e altamente especializado. Essa demanda apresenta dois desafios adicionais: além da escassez de recursos financeiros para manter suas operações, as instituições teológicas enfrentam a carência de docentes capacitados e interessantes em suas diversas áreas de estudo.

A partir das décadas de 1960 e 1970, a educação teológica por extensão passou a ser uma possibilidade viável. Levar a educação teológica até os locais em que viviam os estudantes ou suas igrejas, descentralizando-a dos grandes centros de formação, pareceu ser uma saída diante dos custos de tal empreita. Uma ferramenta útil neste processo foi a televisão, que em situações específicas passou a formar pessoas por meio da EaD. De acordo com esse método, as pessoas podiam aprender por meio de vídeos pré-gravados ou mesmo por sermões e pregações veiculadas pelos canais de emissoras. Estas formações podiam ser complementadas por seminários específicos em determinados períodos da formação. Isso desobrigava a necessidade de grandes prédios de aula, nem os alunos de alojamento, nem da maioria dos professores, apenas os que elaborariam os manuais de instrução, as pregações e os objetivos práticos. O método geralmente usado neste tipo de formação era é o da Instrução Programada.¹⁰⁰

¹⁰⁰ O método de Instrução Programada “[...] é uma ferramenta de trabalho que aplica os princípios de Skinner de comportamento humano. Tem como características: apresentar a informação em seções breves, testar o estudante após cada seção, apresentar feedback imediato para as respostas dos estudantes, repetição. A instrução programada leva o aluno a estudar sem a intervenção direta do professor. A disciplina a ser aprendida é apresentada em pequenas partes; estas são seguidas de uma atividade cujo acerto ou erro é imediatamente verificado. O estudo é individual, mas auxiliado pelo professor, sendo assim o aluno progride em sua própria velocidade”. AGUIAR, Josefa de Abreu; LIMA, Alberto Valença L. de; JÓFILI, Zélia. Instrução Programada versus Texto Dissertativo: uma análise comparativa da aprendizagem. Anais do IV Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade – EDUCON – 22 a 24 de setembro de 2010, Universidade Federal de Sergipe - UFS. p. 5. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10223/64/63.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2023.

As mesmas fundamentações das demais áreas são todas compartilhadas pela educação teológica, pois, em seu âmbito “As pessoas aprendem basicamente realizando atividades (interagindo), apoiadas por conteúdos e ferramentas, com vistas a atingir determinado objetivo”,¹⁰¹ uma vez que os objetivos da educação geralmente são estabelecidos por normativas e diretrizes que delinham que:

Toda educação tem por fim a formação do caráter — alcançar o indivíduo na sua integralidade, com o objetivo de tornar o homem um cidadão útil à sociedade. A educação teológica tem uma proposta ainda mais desafiadora. Além de trabalhar com o indivíduo, com um ser psicossocial, afetivo e cognitivo, trabalha com um ser espiritual. Ela tem a responsabilidade de formar o caráter, não apenas objetivando o padrão social, com os traços que delinham os valores morais de um cidadão consciente, mas também se responsabilizando pela formação do caráter cristão num nível muito mais elevado — “[...] Cristo em vós, a esperança da glória”; “[...] até que Cristo seja formado em vós”; “[...] até que todos cheguemos [...] à perfeita varonilidade, à medida da estatura da plenitude de Cristo” (Cl 1.27; Gl 4.19; Ef. 4.13).¹⁰²

O ensino na modalidade EaD exige uma nova pedagogia que implica numa forma diferenciada do ensino presencial.¹⁰³ Peters aponta para uma “aprendizagem autogovernada e autocontrolada, assim como de aprendizagem comunicativa e em colaboração, orientada para a realidade”.¹⁰⁴ O trabalho pastoral exige mais que habilidades cognitivas. É preciso que o líder de comunidades religiosas adquira uma formação moral, comunitária e espiritual. Portanto, o modelo de EaD na educação teológica deve ser aquele onde a interação entre as pessoas envolvidas no processo de ensino-aprendizagem seja priorizado. Já que os polos realizam uma intermediação importantíssima no processo de ensino-aprendizagem na modalidade a distância,¹⁰⁵ estes, na formação teológica, passam a ter um papel imprescindível.

A educação teológica, como educação superior, deve privilegiar a reflexão crítica, a descoberta e a pesquisa, o que não é caso da educação cristã, necessariamente. Mas de fato, elas precisam estar conectadas. Sua necessidade dependerá das denominações envolvidas em sua oferta. Há denominações que não

¹⁰¹ FILATRO, Andréa. As teorias pedagógicas fundamentais em EAD. In: LITTO, Fredric M; FORMIGA, Marcos (Orgs.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. p. 97.

¹⁰² BEZERRA, Durvalina B. Educação Teológica. **Teologia Brasileira**, n. 99, dez. 2009. Disponível em: <<https://teologiabrasileira.com.br/educacao-teologica/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹⁰³ PALLOF, Rena M.; PRATT, Keith. **Construindo comunidades de aprendizagem no ciberespaço: estratégias eficientes para sala de aula on-line**. Porto Alegre: Artmed, 2002. p. 115.

¹⁰⁴ PETERS, Otto. **Educação a distância em transição**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004. p. 164.

¹⁰⁵ PETERS, Otto. **Didática do ensino a distância**. São Leopoldo: UNISINOS, 2006. p. 41.

exigem a formação rigorosa e acadêmica de suas lideranças, enquanto há aquelas que não prescindem do academicismo, como as tradições mais vinculadas ao protestantismo histórico e as igrejas romana e ortodoxa, por exemplo. Já as denominações do protestantismo pentecostal e neopentecostal são menos afeitas às disciplinas científicas como é comum na formação curricular da teologia moderna. Por um lado, isso facilita que a formação de lideranças seja mais porosa a metodologias da EaD de acordo com a possibilidade dos indivíduos. Comunidades evangélicas distantes dos grandes centros como os interiores da Amazônia Legal são alcançadas por transmissões de TV. As novas tecnologias da informação e da comunicação, como a televisão, ajudam a vincular formação teológica em grandes distâncias. A televisão possibilita o aprendizado por meio do som, imagens e escrita.

2.3.2 Educação Teológica via TV

Como pode ser deduzida até aqui, a importância da televisão na vida do ser humano tem sido enorme, desde sua aparição no cenário do Ocidente. Ferrés afirma que a televisão chega a ocupar o terceiro lugar na atividade cotidiana das pessoas.¹⁰⁶ Depois de trabalhar e dormir, a interação com a televisão é a atividade mais comum. As crianças hoje chegam à escola já habituadas às tecnologias de informação. A interatividade com os meios de comunicação é aprendida muito cedo. Há tecnologias muito intuitivas, há rápido aprendizado.

O aprendizado com a televisão é inegável. Na verdade, as pessoas prestam atenção de modo variável à televisão, dependendo de vários fatores. Um espectador infantil típico de programas infantis, por exemplo, olhará para a tela e para longe dela em torno de 150 vezes durante um episódio.¹⁰⁷ Há um nível interessante de concentração aprendido desde a infância. Para aprender com a televisão, portanto, as crianças precisam de olhar e ouvir nos momentos certos para compreenderem plenamente a narrativa ou a lição. Elas também devem observar o local mais informativo da tela durante cada parte do programa. O processo de aprender a ver televisão se reflete no aumento do consumo de televisão durante a primeira infância. A visualização da televisão aumenta com a idade, à medida que as crianças ganham

¹⁰⁶ FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998. p. 150.

¹⁰⁷ ANDERSON, Daniel R.; LORCH, Elizabeth Pugzles; FIELD, Diane Erickson; SANDERS, Jeanne. The Effects of TV Program Comprehensibility on Preschool Children's Visual Attention to Television. **Child Development**, v. 52, n. 1, Mar., pp. 151-157, 1981.

mais controle sobre a sua capacidade de alocar seletivamente a sua atenção durante os primeiros cinco anos de vida.¹⁰⁸ Também aumenta à medida que as crianças se tornam capazes de compreender o conteúdo televisivo.¹⁰⁹

Deveremos continuar a pensar que a televisão encoraja hábitos de passividade, impede o desenvolvimento da criatividade, tira tempo à leitura e a outras atividades das crianças e está associada a baixos níveis de aproveitamento escolar? Ou que a televisão lobotomiza as pessoas depois de um dia intenso de trabalho? Há inúmeras programações que eventualmente podem retirar dos indivíduos sua capacidade de pensar criticamente, porém, há também muitas programações que elevam as discussões sociais a outros níveis, como séries de TV, novelas, programas educativos, telejornais, documentários, entre outros. Um exemplo interessante pode ser elencado para o exemplo aqui aventado, a novela *Tieta*,¹¹⁰ exibida na década de 1980, período de incontestável domínio de audiência da TV Globo, que se passa na fictícia cidade de Santana do Agreste, supostamente próxima à praia do Mangue Seco, no nordeste brasileiro. *Tieta*, a personagem principal, é uma jovem que é expulsa de casa, um ambiente conservador, e que se muda para São Paulo. Após anos, *Tieta* retorna para se vingar de seus antigos algozes. Ao longo do enredo, *Tieta* performatiza comportamentos mais humanizados e empáticos do que seus familiares, chegando a se opor contra a homofobia declarada dos cidadãos de Santana do Agreste.

Neste sentido exposto, não é possível que uma pessoa, mesmo depois de uma jornada dura de trabalho, ao se deparar com tal enredo, possa se colocar tais questões a pensar? Não é possível que os diálogos, as dramatizações sejam percebidas e refletidas pelos espectadores? Estas e muitas outras questões semelhantes suscitaram, nas últimas décadas, muitas respostas diferentes, por vezes contraditórias, tanto do ponto de vista teórico quanto empírico. A televisão é

¹⁰⁸ RUFF, H. A; CAPOZZOLI, M; WEISSBERG, R. Age, individuality, and context as factors in sustained visual attention during the preschool years. **Developmental Psychology**, 34(3), 454–464, 1998. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/0012-1649.34.3.454>>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹⁰⁹ PEMPEK, T. A; KIRKORIAN, H. L; RICHARDS, J. E; ANDERSON, D. R; LUND, A. F; STEVENS, M. Video comprehensibility and attention in very young children. **Developmental Psychology**, 46(5), 1283–1293, 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/a0020614>>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹¹⁰ *Tieta*. Produção: TV Globo. 197 episódios. Autores: Aguinaldo Silva, Ricardo Linhares e Ana Maria Moretzsohn. Transmissão: De 14 de agosto de 1989 a 31 de março de 1990. Produção: Mariano Gatti. Direção: Paulo Ubiratan; Reynaldo Boury; Luiz Fernando Carvalho e Ricardo Waddington.

uma verdadeira instituição do Ocidente e poderia ser utilizada como meio de divulgação que promove ativamente programas educativos. Baseamos o nosso trabalho no pressuposto de que os telespectadores não são apenas seres passivos, mas antes incorporam conteúdos televisivos de diferentes contextos, especialmente do seu ambiente familiar e escolar. Em cada um destes contextos, família, escola, meios de comunicação, etc., os espectadores estão em contato com aspectos específicos da sua cultura, bem como com outras pessoas, que os ajudam, de diferentes formas, a aproximar-se deles. Segundo Bronfenbrenner, eles se tornam “mediadores culturais”.¹¹¹

Podemos, portanto, afirmar que a televisão favoreceu um novo discurso e estilo de comunicação, baseado principalmente nas propriedades da imagem. Certamente, as imagens também estão presentes nos textos utilizados pelas escolas e, nesse sentido, não são novidade. Porém, com a televisão, o pensamento associativo, primário e não reflexivo tem prioridade sobre o pensamento lógico ou racional, por isso acreditamos que gera um discurso diferente. Na verdade, o esforço intelectual envolvido na leitura de um livro ou mesmo de uma história em quadrinhos é consideravelmente maior do que o exigido para assistir televisão.

Quando nos referimos à televisão como fonte de aprendizagem, levamos em conta três dimensões diferentes: a) os seus conteúdos; b) o próprio meio e c) a linguagem utilizada. Diferentes estudos de investigação neste campo centraram-se em algumas destas dimensões.

Em primeiro lugar, e em relação aos conteúdos televisivos, muitos projetos de investigação demonstraram claramente a influência da televisão como modelo de aprendizagem nas percepções e comportamentos de crianças e adolescentes.¹¹² No entanto, muitos destes trabalhos centram-se no campo da visualização de ações violentas e foram realizados em contextos dos EUA.¹¹³ Nas respectivas conclusões, estes trabalhos enfatizam o aumento ou a tendência ao comportamento violento em

¹¹¹ BRONFENBRENNER, U. Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. **Developmental Psychology**, 22(6), 723–742, 1986. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/0012-1649.22.6.723>>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹¹² SILVA, Wellington Pedro da; LEITE, Ivonaldo Neres. **A influência da mídia televisiva sobre o processo de formação infantil**. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/fiped/2013/Trabalho_Comunicacao_oral_idinscrit_o_1407_a2fa101d1f71a69ad8dce84f753cd57c.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹¹³ CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília Von (org). **A criança e a violência na mídia**. 3. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2007.

indivíduos que habitualmente assistem a cenas de violência na televisão. Mais especificamente e também num contexto dos EUA, Krcmar e Cooke analisaram a relação entre o raciocínio moral¹¹⁴ das crianças e a sua percepção da violência televisiva. Em uma amostra de 184 crianças (caucasianas, afro-americanas, asiáticas e latino-americanas) com idade média de 7,60 anos, os autores acima mencionados encontraram uma relação significativa entre o raciocínio moral das crianças e a sua percepção da violência. De qualquer forma, a idade dos espectadores e os contextos em que a ação ocorre têm-se mostrado altamente relevantes para o estudo da influência das ações violentas nos comportamentos e atitudes de crianças e adolescentes. Dito de outra forma, as crianças conseguem raciocinar moralmente quando se deparam com imagens de violência, ainda que assimilem a possibilidade de violência em casos de necessidade ou desconforto diante de situações de tensionamento. O fato é que a televisão veicula imagens educativas e elas são objetos de raciocínio moral uma vez que as imagens respondem às vivências cotidianas dos espectadores, as imagens veiculadas não falam a indivíduos vazios *à la tabula rasa*. Ou seja, a televisão como canal de educação da população constitui a própria natureza de seus objetivos.

Sabendo que a televisão é um canal eficaz de veicular informações e imagens que buscam informar, a educação teológica se torna uma forma de ser transmitida por meio dela. Comumente, a televisão informa os objetivos dos grupos religiosos por meio de atividades performatizadas por seus apresentadores ou por programas específicos em formatos de matérias e documentários. Há variadas formas de uso da televisão para a educação teológica. No próximo tópico, falaremos mais detalhadamente a respeito.

2.3.3 Os usos da televisão na educação teológica

Na década de 1960, os primeiros programas evangélicos fizeram sua estreia na televisão brasileira. No entanto, esses esforços eram inicialmente limitados a redes locais e tinham curta duração. Os pioneiros na programação televisiva evangélica, da mesma forma que na rádio, foram os adventistas. O primeiro programa pentecostal exibido na televisão ocorreu na TV Tupi, sob a direção do

¹¹⁴ KRCMAR, Marina; COOKE, Mark C. Children's Moral Reasoning and Their Perceptions of Television Violence. **Journal of Communication**, 51, 2, p. 300-316, 2001.

pastor americano MacAlister, membro da Igreja Nova Vida. Até o final dos anos de 1980, a programação televisiva evangélica no Brasil foi em grande parte influenciada pela produção que ocorria nos EUA.¹¹⁵ A presença desses pastores e missionários na TV nacional foi cunhada de Igreja Eletrônica.¹¹⁶ Dentre os programas americanos mais veiculados na época estavam os de Rex Humbard, “Alguém ama você”, e de Pat Robertson, “Clube 700”. É sem dúvida, o programa do pastor Jimmy Swaggart o programa mais popular daquele período. A partir de meados dos anos de 1980, a produção brasileira evangélica para a TV se tornou independente e passou a ocupar espaços em redes nacionais.

Os programas na televisão de denominações religiosas evangélicas e católicas tratam, atualmente, de temáticas variadas e têm diversos perfis, vai desde a transmissão de cultos, programas de entrevistas, programas exclusivamente de mulheres, especificamente apresentado por mulheres, com temáticas voltadas para esse público e com convidadas geralmente do mesmo gênero, transmissão de megaeventos religiosos, transmissão de campanhas de arrecadação das igrejas, programas de aconselhamento, de testemunhos; programas de debates com personalidades do mundo evangélico e católico, passando por programas destinados, na totalidade ou em boa parte do seu tempo, à venda de produtos com demarcadores (grife) evangélica ou católica do tipo: música, vídeo, roupas, livros, revistas e produtos de beleza.

2.4 SÍNTESE

Neste capítulo, pudemos considerar a relevância da indústria cultural para a compreensão do fenômeno da massificação em tempos de universalização da educação. A cultura de massa é um processo que pode ou não implicar em alienação, a depender dos métodos e das propostas de comunicação, em especial, no uso destas tecnologias, como a televisão, para o processo educacional. As teorias acerca da indústria cultural – a despeito de seu caráter crítico – permitem analisar o impacto na cultura dos meios de informação massificados, bem como

¹¹⁵ SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e Mercado: a Mídia Empresa-rial-Religiosa. **Revista de Estudos da Religião** - REVER, n. 1, p. 54-67, 2005. Disponível em: <https://www.pucsp.br/rever/rv1_2005/p_santana.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

¹¹⁶ ASSMANN, Hugo. **A Igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**: convite a um estudo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

suas potencialidades para a ampliação dos direitos à educação, principalmente na segunda metade do século XX e suas consequências para a contemporaneidade. O uso dos meios massivos da comunicação e da informação em si mesmos não implicam em processos alienantes, mas seu emprego se concilia de modo dinâmico às formas e desejos de inclusão das massas submetidas à industrialização moderna.

3 A REVOLUÇÃO TRAZIDA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO SÉCULO XX E XXI

Neste capítulo, faremos uma análise histórica e social da TV e dos meios de comunicação, objetivando moldar um quadro para a consideração acerca das potencialidades da comunicação educativa através destes meios de comunicação. Nesse sentido, avaliaremos a história da TV enquanto tecnologia da informação e comunicação enquanto aglomerado de inovações tecnológicas das variadas áreas científicas, da química à linguística, da física à sociologia. A televisão é uma gama de produções do engenho humano plasmada como instrumento efetivo da comunicação social para o melhoramento das sociedades, considerando-se a importância da velocidade necessária às sociedades contemporâneas para a veiculação da informação. Faremos um apanhado dos parâmetros tecnológicos, histórico e sociais do desenvolvimento da televisão na região do atlântico-norte e em seguida faremos uma abordagem de sua inserção no contexto brasileiro.

O objetivo do presente capítulo é demonstrar o trajeto da televisão enquanto artefato tecnológico que mudou a paisagem comunicativa das relações humanas no século XX, trazendo implicações importantes para a política, cultura e sociedade. A televisão constituiu aquilo que foi designado cultura de massa pela Escola de Frankfurt, uma forma de industrialização das formas culturais transformadas em produtos de consumo. A televisão operou um importante esquema de popularização de produtos e dispositivos culturais capazes de forjar o gosto e a sensação, moldando assim as perspectivas de significativa parcela das populações sobre as quais ela exerceu e continua a exercer influência.

3.1 A HISTÓRIA DA TV

A televisão vem a ser uma invenção que é o resultado de uma combinação de outros inventos que proporcionaram à humanidade um conforto antes nunca visto na sua história. O surgimento da energia elétrica, do rádio que transmitia sons e do telefone, despertaram o interesse da criação de um aparelho que pudesse, além de sons, transmitir também imagens. Antes que as primeiras tentativas de transmissões

acontecessem em meados da década de 1920,¹¹⁷ foi necessário que em 1873, na Irlanda, um jovem telegrafista, Joseph May, descobrisse o efeito fotoelétrico, barras de selênio, expostas à luz solar, que apresentavam variação na resistência, indicando que variações na intensidade da luz podiam ser transformadas em sinais elétricos, podendo ser transmitidos. Em 1875, George Carey, em Boston, EUA, propôs um sistema baseado na exploração simultânea de todos os pontos da imagem, um grande número de células fotoelétricas foi disposto em um painel, voltada para a imagem, e conectada a um painel com o mesmo número de lâmpadas. Porém, este sistema seria impraticável se fossem respeitados quaisquer critérios de qualidade razoáveis. Na França, em 1881, Constantin Senlecq publicou um esboço detalhando de uma ideia semelhante em uma forma melhorada, dois interruptores rotativos foram propostos entre os painéis das células e das lâmpadas, e como estes giravam na mesma velocidade, conectavam cada célula, por sua vez, com a correspondente lâmpada. Com este sistema, todos os pontos da imagem poderiam ser enviados um após o outro ao longo de um único fio. Estava lançada a base da televisão moderna, a imagem é convertida numa série de elementos de imagem. No entanto, o sistema de Senlecq, tal como o proposto por Carey, necessitava de muitas células e lâmpadas. Em 1884, o alemão Paul Nipkow solicitou uma patente cobrindo outro sistema de digitalização de imagens, deveria usar um disco giratório com uma série de furos dispostos em espiral, cada um espaçado um do outro pela largura da imagem, um feixe de luz brilhando através dos buracos iluminaria cada linha da imagem.¹¹⁸ Assim, o feixe de luz, cuja intensidade dependia do elemento da imagem, era convertido em sinal elétrico pela célula. Na extremidade receptora havia um disco idêntico girando na mesma velocidade em frente a uma lâmpada cujo brilho mudava de acordo com o sinal recebido. Após uma rotação completa dos discos, toda a imagem havia sido digitalizada. Se os discos girassem com rapidez suficiente, em outras palavras, se os estímulos luminosos sucessivos se seguissem com rapidez suficiente, um após o outro, o olho não os perceberia mais como elementos de imagem individuais. Em vez disso, a imagem inteira era vista como se fosse uma única unidade. A imagem das câmeras

¹¹⁷ ABREU, Karen Cristina Kraemer; SILVA, Rodolfo Sgorla da. História e Tecnologias da Televisão. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação** - BOCC. Disponível em: <<https://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2023.

¹¹⁸ ABREU; SILVA

constituía-se numa ilusão de ótica. A velocidade com que as imagens eram passadas fazia com que o cérebro humano percebesse uma continuidade no fluxo das imagens, evitando assim que fossem percebidas as divisões entre uma imagem e outra.

A ideia era simples, mas não pôde ser colocada em prática com os materiais disponíveis na época. Outros desenvolvimentos científicos deveriam oferecer uma alternativa. O elétron, o minúsculo grão de eletricidade negativa que revolucionou a ciência física no final do século XIX, foi a chave. A extrema estreiteza dos feixes de elétrons e sua ausência de inércia cativaram a imaginação de muitos pesquisadores e orientaram seus estudos para o que com o tempo ficou conhecido como eletrônica. A abordagem mecânica, no entanto, manteve-se firme e a competição durou até 1937.

A televisão moderna evoluiu de um tubo de raios catódicos com cena fluorescente, inventada em 1897. Karl Ferdinand Braun, da Universidade de Estrasburgo, teve a ideia de colocar dois eletroímãs em volta do gargalo do tubo para fazer o feixe de elétrons se mover horizontal e verticalmente. Na tela fluorescente, o movimento do feixe de elétrons teve o efeito de traçar linhas visíveis na tela. Um cientista russo, Boris Rosing, sugeriu que isto poderia ser usado como uma tela receptora e conduziu experimentos, em 1907, em seu laboratório na cidade de São Petersburgo. Já em 1908, o escocês A. A. Campbell Swinton delineou um sistema usando tubos de raios catódicos nas extremidades de envio e recepção. Esta foi a primeira proposta puramente eletrônica. Ele publicou uma descrição dele em 1911:

- a imagem é lançada sobre um mosaico fotoelétrico fixado em um dos tubos;
- um feixe de elétrons varre-o e produz o sinal elétrico; na extremidade receptora, esse sinal elétrico controla a intensidade de outro feixe de elétrons que varre a tela fluorescente.¹¹⁹

Os métodos propostos por Nipkow e Campbell Swinton eram, na época, apenas ideias teóricas. As células disponíveis não eram suficientemente sensíveis e

¹¹⁹ HICKETHIER, Knut. Early TV: Imagining and realizing television. p. 95-135. BIGNELL, Jonathan; FICKERS, Andreas (Eds.). **A European television history**. Wiley-Blackwell, 2008. Disponível em: <https://www.academia.edu/1018671/A_European_television_history>. Acesso em: 07 out. 2023.

reagiram muito lentamente às mudanças na intensidade da luz. Os sinais eram muito fracos e os amplificadores ainda não haviam sido inventados.

De forma oficial, o primeiro aparelho capaz de reproduzir e transmitir imagens foi apresentado ao público no ano de 1926, na Academia Britânica, pelo escocês John Logie Baird (1888-1946). O aparelho foi chamado de “The Baird Televisor”.¹²⁰ Baird era um cientista e a pergunta que o impulsionou para a descoberta da TV foi: como seria possível transmitir imagens através de ondas de rádio?

Nenhuma empresa produtora de filmes ou cinejornais via a televisão como um adversário, em 1927 ou em 1933. Na verdade, quase nenhum país possuía regularmente canais de televisão, embora a palavra houvesse sido inventada – em francês – em 1900.¹²¹

Baird, que era engenheiro elétrico, em 1925, expôs na loja de departamentos Selfridges, em Londres, um aparelho com o qual reproduzia à distância uma imagem simples, na verdade eram letras brancas sobre um fundo preto. Não era realmente televisão porque os dois discos que serviam para transmitir a imagem e para reproduzi-la estavam montados no mesmo eixo. No entanto, Baird demonstrou efetivamente que o princípio da varredura sucessiva¹²² poderia ser aplicado na prática. Fez isso novamente em 1926, em seu laboratório, com a primeira transmissão de uma cena real da cabeça de uma pessoa.¹²³ A imagem foi digitalizada em 30 linhas, com 5 imagens completas a cada segundo.¹²⁴

Máquinas semelhantes foram construídas na Alemanha. Um aparelho mecânico menor foi apresentado no Programa de Rádio de Berlim em 1928, pelo húngaro Denes von Mihaly (1894-1953). Foi chamado de “Telehor”.¹²⁵ Também

¹²⁰ ABREU; SILVA, p. 3.

¹²¹ BRIGGS, Asa, BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. De Gutenberg à internet. 2. Ed. Revista e Ampliada – Novo Capítulo. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2006. p. 175.

¹²² SCHREIBER, William F. The FCC Digital Television Standards Decision. GERBARG, D. (Ed.). **The Economics, Technology and Content of Digital TV**. Kluwer Academic Publishers, 1999.

¹²³ WEBER, Luciano William. **Streaming de vídeo esportivo: uma outra forma de torcer e acompanhar futebol**. Monografia. (Trabalho de Conclusão de Curso) - Curso de Comunicação Social, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2020. p. 14. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/9190/TCC%20Luciano%20William%20Weber.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹²⁴ John Logie Baird (1888-1946). **BBC Londres**, History, 2014. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/baird_logie.shtml>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹²⁵ VON MIHÁLY, Dénes. **Foro Histórico de las Telecomunicaciones**, Biografía, 2023. Disponível em: <<https://forohistorico.coit.es/index.php/personajes/personajes-internacionales/item/mihaly-denes-von>>. Acesso em: 07 out. 2023.

neste episódio a imagem foi digitalizada com 30 linhas, mas a uma velocidade de imagem de 10 fotogramas/segundo.¹²⁶ Na França, algum tempo depois, surgiu o “Semivisor”.¹²⁷ Também usava digitalização de 30 linhas e foi construído por René Barthelemy.

Foi nessa época que ocorreram os primeiros testes de transmissão radioelétrica de televisão, utilizando a faixa de rádio de ondas médias. Estas transmissões atraíram a atenção de muitos entusiastas amadores que construíram seus próprios receptores de disco. O público lentamente tomou conhecimento da pesquisa que estava em andamento. Os fabricantes aderiram à nova aventura, organizando estudos sistemáticos em seus laboratórios. Nasceram novas empresas, como a “Fernseh” na Alemanha, em 1929. Mas o que aconteceu com os experimentos de Boris Rosing? Foram deixados de lado? Pelo contrário, muitos pesquisadores trabalhavam tendo em mente suas ideias pioneiras, mas tiveram que esperar o desenvolvimento do *design* dos tubos de raios catódicos antes que pudessem ser usados de forma prática. Por volta de 1930, diversos pesquisadores desenvolveram independentemente o princípio da varredura entrelaçada (*interlaced scan*),¹²⁸ que envolvia explorar primeiro todas as linhas ímpares, seguidas pelas linhas pares. Essa técnica evitava o efeito de cintilação (*flickering*).¹²⁹ A indústria desenvolveu técnicas para obter um vácuo muito grande nos tubos. Receptores com

¹²⁶ O fotograma são imagens captadas pelo olho humano. Apenas 10 fotogramas são captados por segundo. A velocidade com que eles são passados faz um jogo de ilusão de ótica, dando ao cérebro a sensação de que a imagem é contínua. MARTINS, André Luis. **Desentrelaçamento de vídeo com suporte de um detector de efeito feathering e de um índice de concentração de artefatos**. Tese. 132 f. (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica, Escola de Engenharia, Universidade de São Carlos, 2018. p. 33. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18152/tde-27032018-114259/publico/Andre.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹²⁷ PETERS, Jean-Jacques. *A History of Television*. (EBU), Brussels, 1985. Disponível em: <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/tvd/tv_history.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹²⁸ A varredura de vídeo, ou de entrelaçamento, foi uma técnica desenvolvida para criar um campo de linhas ímpares e pares na tela, de modo a intercalar cada uma das linhas com segmentos de vídeo pela metade, em relação ao original, trocando-se então as linhas que apresentam a imagem original em grandes frequências, possibilitando assim uma ilusão de ótica para o olho humano de que o vídeo está em uma contínua sequência e com maior resolução, enquanto reduz para a metade da largura de banda necessária. Esse fenômeno era bem visível em televisores antigos, quando eles apresentavam qualquer dificuldade de transmissão era possível ver as faixas sendo reproduzidas em velocidade menor. MARTINS, 2018, p. 39-42.

¹²⁹ O flicker ou cintilação É definido como a “impressão subjetiva de flutuação da luminância” em lâmpadas que podem formar monitores. “É um fenômeno de origem fisiológica visual sentida pelos usuários de lâmpadas alimentadas por um circuito comum à iluminação e a uma carga perturbadora”. O que é o flickering no monitor e o que fazer para evita-lo? **Samsung**, 25 set. 2023. Disponível em: <<https://www.samsung.com/br/support/computing/o-que-e-o-flickering-no-monitor-e-o-que-fazer-para-evita-lo/>>. Acesso em: 07 out. 2023. Esse efeito subjetivo pode ser visto quando se tira uma foto pelo celular de uma imagem e aparecem listras em sua captura.

tubos de raios catódicos entraram no mercado em 1933. No entanto, o uso de tubos de raios catódicos na fonte de transmissão, onde a imagem era escaneada, permaneceu como um obstáculo por muitos anos. Raios catódicos são:

[...] feixes de elétrons produzidos através do estabelecimento de uma diferença de potencial entre 2 eletrodos que contêm gases rarefeitos em seu interior. A descoberta desses raios se dá no ano de 1838, quando o físico inglês Michael Faraday estava realizando uma série de experimentos com descargas elétricas em gases rarefeitos. Entretanto, devido às dificuldades técnicas da época, os experimentos envolvendo esse tópico foram retomados somente em 1858, pelo físico alemão Julius Plücker. Entretanto, a denominação de raios catódicos só veio em 1876, ao ser introduzida pelo físico alemão Eugen Goldstein, o qual achava que tais raios não passavam de ondas no éter. Todavia, para Crookes esse fenômeno não passava de moléculas carregadas, as quais, para ele, constituíam o quarto estado da matéria. A discussão só foi encerrada e, 1897, quando Thomson descobriu que, na verdade, os raios catódicos eram elétrons.¹³⁰

Tais raios possuem algumas propriedades: são por um campo elétrico ou magnético, possuem energia cinética, atravessam pequenas espessuras de materiais, propagam-se, aproximadamente, em linha reta e produzem luminescência nos corpos com que se chocam.

Inicialmente, o ponto de luz produzido na tela fluorescente foi usado como substituto para o feixe de luz no sistema Nipkow. Na Alemanha, Manfred von Ardenne¹³¹ construiu o primeiro tubo de raios catódicos de "ponto voador", permitindo assim a digitalização de transparências. Um sistema de transmissão completo foi apresentado na Exposição de Rádio de Berlim de 1931. Esse método de digitalização foi posteriormente usado em todos os filmes de televisão. No entanto, o processo apresentava enormes desafios ao ser aplicado a cenas reais, uma vez que o feixe de luz tinha que operar em um ambiente escurecido. Cenas ao ar livre, por exemplo, eram totalmente impossíveis. Outro processo, conhecido como sistema de "filme intermediário", forneceu uma solução temporária para esse problema por vários anos. As cenas eram filmadas em película e imediatamente reveladas e digitalizadas por um escâner de disco ou ponto voador. A solução para o problema de filmagens ao ar livre veio dos EUA. Seguindo uma ideia que ele havia

¹³⁰ Acervo Museológico dos Laboratórios de Ensino de Física – AMLEF. Raios Catódicos. UFRGS, 2023. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/amlef/glossario/raios-catodicos/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹³¹ JOY, David C.; BRADBURY, Savile; FORD, Brian J. "Microscópio eletrônico". **Enciclopédia Britânica**, 12 set. 2023. Disponível em: <<https://www.britannica.com/technology/electron-microscope>>. Acessado em: 06 out. 2023.

tido em 1923, Vladimir Zworykin, um dos assistentes de Rosing que havia imigrado para os EUA, inventou o “Ionoscópio”. Este era um tubo de raios catódicos em forma de globo e continha o primeiro mosaico fotoelétrico feito de partículas de metal aplicadas em ambos os lados de uma folha de mica.

A invenção do ionoscópio por Zworykin possibilitou a criação dos tubos de televisão.¹³² Esses primeiros tubos foram chamados de Orticon e passaram a ser produzidos em escala maior a partir de 1945. Wladimir também foi quem os patenteou.¹³³ Esse primeiro tubo de câmera era mais compacto que o disco, mais fácil de usar e mais sensível. O feixe de elétrons, que “visita” os elementos do mosaico a uma velocidade considerável, coleta de cada ponto toda a carga fotoelétrica que se acumulou ali desde a última visita, enquanto nos sistemas mecânicos, a célula fotoelétrica recebe a luz de cada ponto apenas durante o período muito curto em que está sendo escaneada. Zworykin apresentou o primeiro protótipo do iconoscópio em uma reunião de engenheiros em Nova York, em 1929.¹³⁴ O aparelho foi construído pela RCA em 1933. Ele escaneava a imagem em 120 linhas, a 24 quadros por segundo.¹³⁵

O progresso foi então rápido que já em 1934, a definição de 343 linhas foi alcançada e o entrelaçamento estava sendo usado. Na Inglaterra, Isaac Schoenberg, outro emigrante russo e amigo de infância de Zworykin, liderou o desenvolvimento na empresa EMI de um tubo de câmera semelhante ao iconoscópio. Este era o Emitron e tinha certas vantagens sobre o seu rival.¹³⁶ A EMI também adotou o princípio de varredura de entrelaçamento. Além disso, já em 1934, a EMI, com Schoenberg, pretendia um número maior de linhas do que o RCA, a meta eram 405 linhas.

Outro pioneiro no tocante à invenção do aparelho de TV foi o americano Philo Taylor Farnworth (1906-1971) que em 1927, apresentou um aparelho que

¹³² RODRIGUES, Ricardo Batista. **Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação**. Recife: IFPE, 2016. p. 21.

¹³³ ABREU; SILVA, p. 2.

¹³⁴ WEBER, 2020.

¹³⁵ TAVARES, Nilceu Romi Kerecz. **Variação pronominal (Nós/A Gente) nos telejornais nacionais da Rede Globo**. Dissertação. 131 f. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, 2014. p. 11. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/37024/R%20-%20D%20-%20NILCEU%20ROMI%20KERECZ%20TAVARES.pdf;jsessionid=58F39A0DB36E56E1D635F25B24D28047?sequence=1>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹³⁶ PETERS, 1985, p. 10.

também transmitia imagens por meio de raios catódicos. Farnworth conseguiu em seguida fazer a transmissão a cores. Esse modelo é logo adotado pela rede BBC e esse fato faz com que o escocês não seja tão lembrado quando o assunto é a história do invento da TV, mas da TV em cores.¹³⁷

O sistema de análise mecânica, baseado no disco de Nipkow, continuou, no entanto, a agradar alguns. Em 1929, Baird convenceu a BBC de que deveria fazer transmissões de televisão fora do horário normal dos programas de rádio, usando um sistema de 30 linhas que produzia 12½ quadros por segundo. Ele comercializou seus primeiros receptores de disco, conhecidos como “televisores”. Ele melhorou constantemente seu equipamento, aumentando a digitalização para 60, 90, 120 e até 180 linhas. Na França, René Bartholemy¹³⁸ embarcou no desenvolvimento de uma variante particular do disco. Durante 1931, fez duas demonstrações, que lhe trouxeram grande renome, envolvendo transmissão e recepção em 30 linhas. O sistema de Bartholemy, testado por alguns engenheiros alemães, tinha um tambor espelhado em vez de um disco furado. Os espelhos, que serviam para iluminar o objeto com a luz de uma fonte brilhante, eram inclinados cada vez mais em relação ao eixo do tambor. Eles, portanto, examinaram o assunto em uma série de linhas paralelas. As células de potássio coletaram a luz refletida do sujeito. Baird também construiu sistemas semelhantes. No entanto, o tambor de espelho era volumoso e inadequado para as altas velocidades que precisavam ser usadas para atingir um grande número de linhas. Portanto, foi abandonado em 1933 e o trabalho nos sistemas de discos Nipkow foi retomado.

Em 1928, o sueco Ernst Alexanderson (1878-1975) apresentou o seu invento que consistia na transmissão sem a necessidade de cabos, na cidade de Nova York, o que deu a TV uma enorme praticidade.¹³⁹

Durante o seu início, o aparelho de televisão foi um privilégio de poucos, já que somente as classes mais abastadas podiam contar com o aparelho em suas casas. Para exemplificar o pouco acesso de pessoas ao aparelho, na Inglaterra na

¹³⁷ ABREU; SILVA, p. 3.

¹³⁸ PETERS, 1985, p. 8.

¹³⁹ BERNSTEIN, Dennis S. Feedback control: an invisible thread in the history of technology. **IEEE Control Systems Magazine**, Authorized licensed use limited to: Universidade Federal da Bahia, 2002. p. 66. Disponível em: <<http://alunoeletrica.eng.ufba.br/material/electronicaanalogica/materialdeestudo/9.1feedbackintrod.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

década de 1930 somente em torno de 3000 pessoas o possuíam. A popularização dos aparelhos de televisão aconteceu somente depois do anos de 1934 quando a empresa Telefunken¹⁴⁰ passou a produzir os aparelhos em maior escala. Durante o período da Segunda Guerra Mundial, a pesquisa em torno da TV sofreu uma estagnação. Ao final do conflito, aconteceu a popularização do aparelho e o surgimento de vários canais.

Os nomes dados aos primeiros sistemas, no final do século XIX, destacavam a forma de energia utilizada para transmissão, nomes como “télectroscópio” e “telescópio elétrico” foram usados. A palavra alemã “Fernsehen” foi usada pela primeira vez em 1890, pelo físico Eduard Liesegang. Tornou-se “fjer-syn” em dinamarquês. A palavra francesa “télévision” foi usada pela primeira vez em 1900 pelo físico russo Constantin Perskyi, que fez um discurso sobre o assunto durante a grande exposição de Paris. A “télévision” pegou e se tornou “television”, em inglês, “televisie” em holandês, “televisione” em italiano, “television” em espanhol, etc.¹⁴¹ O termo é constituído pela junção das palavras tele (“longe”, em grego) e videre (“ver”, em latim). Perskyi a usou em uma apresentação de tese no Congresso Internacional de Eletricidade, em Paris, na qual descrevia um equipamento baseado nas propriedades fotocondutoras do selênio, que seria capaz de transmitir imagens a distância. A partir de 1947, passou-se a usar com frequência a sigla TV, popularizando-se cada vez mais o termo.¹⁴²

A história da criação da TV é a própria história do desenvolvimento das tecnologias necessárias para a sua elaboração coletiva ao longo das décadas finais do século XIX e das primeiras do século XX. Sua consequência permanecesse até hoje, pois a TV enquanto tecnologia continua a evoluir. O seu poder enquanto tecnologia alia-se a outro poder gigantesco, o da comunicação de massas. A TV é um conceito plural cujo processo abarca mais de uma dezena de outras tecnologias, sejam elas próprias das ciências físicas e químicas, sejam elas próprias das ciências

¹⁴⁰ A empresa Gesellschaft für drahtlose Telegraphie System Telefunken, mais conhecida como Telefunken, foi criada na Alemanha em 1903. BURGESS, Mark P. D. **History of Telefunken**. 2011. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/transistorhistory/Home/european-semiconductor-manufacturers/history-of-telefunken>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁴¹ XAVIER, R.; SACCHI, R. **Almanaque da TV: 50 anos de memória e informação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000. p. 11.

¹⁴² REGO, Patrícia Alves do. O nascimento da TV. **Observatório da Imprensa**, 18 abr. 2005. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/o-nascimento-da-tv/>>. Acessado em: 06 out. 2023.

humanas, como a psicologia, a educação, a comunicação, a assistência e a história, entre outras. No Brasil, sua força é tão poderosa que se tornou atualmente impensável imaginar a sociedade brasileira sem a influência desta força comunicativa e representativa da cultura brasileira.

3.2 A TV NO BRASIL

A televisão hoje está presente em praticamente todos os lares. No Brasil, ela está presente em mais de 95,5% dos domicílios.¹⁴³ O número de aparelhos no mesmo domicílio é superior a um, geralmente.¹⁴⁴ Usa-se a televisão para obter informações através de telejornais, filmes, programas educativos ou ainda documentários. A gama de programas de entretenimento é vasta e abrange todos os públicos, desde o infantil até as pessoas mais idosas. Programas de auditório com a participação do público de forma interativa fazem com que se consuma a “televisão” por várias horas durante o dia.¹⁴⁵ A maior fonte de renda da televisão vem a ser a publicidade. Além de vender produtos, esse meio de comunicação é formador de opiniões e influencia diretamente as mais variadas formas de cultura. Para tanto, utiliza as pesquisas feitas através dos especialistas em comunicação de massa. Esses pesquisadores desenvolveram métodos que são capazes de analisar de forma confiável como as mensagens e o conteúdo da comunicação chegam até as pessoas e como elas reagem.¹⁴⁶

¹⁴³ Cai o percentual de domicílios com televisão e TV por assinatura perde espaço. **O Tempo**, 16 set. 2022. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/economia/cai-o-percentual-de-domicilios-com-televisao-e-tv-por-assinatura-perde-espaco-1.2734522>>. Acessado em: 6 out. 2023.

¹⁴⁴ “Outra revelação do estudo foi que, de 2019 para 2021, o número de lares com TV no Brasil subiu de 68,4 milhões para 69,6 milhões e 91% desses aparelhos recebem os sinais de TV digital aberta, que fez sua estreia no Brasil há 15 anos. Ainda segundo a pesquisa, 96,2% das moradias urbanas e 90,8% das rurais tem televisor no país”. MODERNA, Pipoca. IBGE revela que quase metade dos lares brasileiros tem Smart TVs. **Entretê**, 17 set. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/ibge-revela-que-quase-metade-dos-lares-brasileiros-tem-smart-tvs,28fdb5f3bec2d82ceab34e179db7bb67vsfbbum2.html?utm_source=clipboard>.

Acessado em: 6 out. 2023.

¹⁴⁵ MAIA, Jussara P. Programas de variedades na TV e entretenimento: investigando o rastro dessas relações. XII CONGRESSO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Comunicación y Estudios Socioculturales, Faculdade de Ciências e Artes da Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP), Lima, de 6 a 8 de agosto de 2014, Grupo Temático 11: Comunicação e Estudos Sócio-culturais. Disponível em: <<https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT11-Jussara-P.pdf>>.

Acessado em: 6 out. 2023.

¹⁴⁶ PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia**. Introdução. 2 ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2010. p. 57.

No Brasil, a televisão começa a sua história na década de 1950. “Imersa numa imagem de sonho, na qual aparece materialmente como próxima ao rádio e ao cinema, um misto dos dois, a televisão, antes de ser materialidade, povoou o imaginário da população, criando uma imaginação televisual”.¹⁴⁷ A imaginação a respeito de novas criações que pudessem dar ao ser humano, cada vez mais moderno, uma maior liberdade de expressão e comunicação, vem desde a invenção do rádio, o que acontece na década de 1920.¹⁴⁸

Poder ouvir pessoas conversando, músicas e outras formas de entretenimento feitos a quilômetros de distância, e por que não dizer, milhares e milhares de quilômetros de distância, sempre fez a imaginação florescer. A tecnologia faz sonhar, como hoje é a questão, por exemplo, de poder viajar pelo espaço e quem sabe edificar colônias em outros planetas. A imaginação “vai longe” nesse tema. Assim o foi quando o assunto da vez era o rádio.

No solo brasileiro, o primeiro protótipo de um aparelho de televisão foi exposto pela primeira vez no ano de 1939 na Feira Internacional de Amostras no Rio de Janeiro.¹⁴⁹ Com relação a esta Feira de Amostras, onde então foi exposto o que no futuro viria a ser uma televisão, é interessante que foi em um evento que contou com a ajuda do Terceiro Reich alemão, ou seja, um evento que teve como um de seus patrocinadores o regime nazista.¹⁵⁰ Na Alemanha, a TV já estava em um momento muito mais adiantado do que no Brasil. Naquele país já no ano de 1935, o governo oferecia um serviço de TV pública e já contava com mais de 160 mil expectadores. O primeiro grande evento televisivo veio a ser as Olimpíadas de Berlim.¹⁵¹

O que acontece é que desde 1934 o governo alemão, na busca por aumentar a sua influência passa a demonstrar os aparelhos e toda a forma de funcionamento em vários países. Assim, o Brasil entra neste circuito. A ajuda dada

¹⁴⁷ BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 271.

¹⁴⁸ VAMPRÉ, O. A. **Raízes e evolução do rádio e da TV**. Porto Alegre: Feplam/ RBS, 1979.

¹⁴⁹ A mudança dos Meios de Comunicação. **Folha Vitória**, Portal R7. Disponível em: <<https://www.folhavitoria.com.br/geral/noticia/05/2018/-conexao-faesa2105--a-mudanca-dos-meios-de-comunicacao>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁵⁰ Busetto, Áureo. Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 54, p. 177-196, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/SWbgjcSDJyhTzr5d3xPjswy/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁵¹ GARNHAM, N. La economía política de la comunicación – El caso de la televisión. **Telos**, Madrid: Fundesco, n. 28, p. 68-84, dez. 1991-fev. 1992.

para a exposição deve ser entendida dentro deste contexto de busca de influências entre a Alemanha e os Estados Unidos. Estes conseguiram influenciar na construção da primeira siderúrgica brasileira, enquanto aqueles conseguiram trazer a televisão.

Se o governo norte-americano saiu na frente, oferecendo recursos para a construção da primeira usina siderúrgica brasileira, a de Volta Redonda, em troca de apoio às suas intenções bélicas, o governo alemão ofereceu como contrapartida o espetáculo da Exposição da Televisão. É, portanto, neste contexto, que se estabelecem as conversações para a montagem da Exposição que seria inaugurada em junho de 1939.¹⁵²

A feira que possui como grande atração a televisão, é aberta em 4 de junho de 1939. Os jornais da época divulgavam essa feira que apresentava um novo invento. “Durante quinze dias a TV, que já era operada regularmente nos Estados Unidos, na Alemanha, na União Soviética, na Inglaterra e na França, pôde ser vista pelo público carioca”.¹⁵³ A abertura contou com a presença do então presidente Getúlio Vargas, que visitou somente esta parte da feira. Admirado ficou com o novo invento e como eram produzidas as imagens. Os jornais da época compararam a televisão com o rádio sendo que o fato mais destacado estava relacionado com o ouvir.

Chama a atenção nas duas descrições a comparação com a vitrola que os jornalistas fazem do novo invento. É a emissão da possibilidade sonora que continua sendo destacada, à qual se adiciona uma nova possibilidade: a imagem. Qual seria a razão da TV ser comparada ao grande móvel da vitrola e quase nunca a outros aparelhos que permitiam a visualização das imagens? A televisão em seus primórdios era rádio, no qual a imagem figurava mais como imaginação do público do que como sensação de transmissão de algo que havia fora do som.¹⁵⁴

Na década de 1950, é inaugurado o primeiro canal de TV do Brasil: a TV Tupi. Esse canal de TV é inaugurado em São Paulo pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand (1892-1968). O empresário, que já era do ramo das comunicações, trabalhando em rádio e jornal, traz esse invento para o Brasil. Primeiramente a programação estava limitada à cidade de São Paulo. Um ano depois, é inaugurado um canal na cidade do Rio de Janeiro. Devido ao seu custo

¹⁵² BARBOSA, Marialva. História da Comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 259.

¹⁵³ BARBOSA, 2013, p. 258.

¹⁵⁴ BARBOSA, Marialva. História da Comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 260.

alto,¹⁵⁵ somente pessoas com boas condições financeiras podiam dispor do aparelho em sua residência. Segundo Santos e Luz, a TV estendeu o entendimento do que era o rádio. Eles dizem:

A TV, desde que surgiu, foi apenas uma extensão natural, em formato e conteúdo, do rádio. Na verdade, até achar sua linguagem própria, a televisão brasileira tratou basicamente de reproduzir – agora com imagem – o que já se fazia em rádio. Contudo, rádio e televisão não são mídias complementares, e sim concomitantes. O ouvinte não vai obrigatoriamente para frente da televisão, nem o telespectador liga o rádio para obter mais informações acerca de um determinado assunto.¹⁵⁶

Um fato curioso é que, para as primeiras transmissões, foram importados aparelhos a fim de que as pessoas pudessem assistir. O empresário instalou duas antenas na cidade de São Paulo, uma no prédio do então Banespa e a outra em um prédio de sua empresa no bairro Sumaré.¹⁵⁷

Nessas análises históricas sobressaem as memórias de um tempo cuja marca mais evidente eram as ações improvisadas. Improviso que levou ao extremo de se descobrir, na hora mesmo da inauguração, que não havia receptores para um público ainda em formação. Nessas histórias há sempre referência ao fato de Chateaubriand ter “contrabandeado” 200 aparelhos, espalhando-os pelas ruas de São Paulo, para que pudessem ser vistas as imagens do primeiro dia de transmissão.¹⁵⁸

No seu discurso, ao final da primeira transmissão e do feito que fora conseguir inaugurar o canal de televisão, o empresário Chateaubriand diz que a TV é uma máquina que, além de encurtar distâncias entre as pessoas e grupos, era também uma máquina de influenciar a opinião pública. Já antevia, o empresário visionário, a capacidade que possui a TV, ao estar nos lares de praticamente todas as famílias, de causar uma influência, que, ao analisar, pode ser positiva ou uma

¹⁵⁵ Para fins de comparação, o preço de uma televisão vinda diretamente dos EUA estava, segundo o Jornal do Brasil de 31/08/1952, era de CR\$ 16.000,00. Esse valor também poderia ser parcelado em prestações de CR\$ 1.000,00 por mês. A prestação de um rádio não passava de CR\$ 180,00 mensais. BARBOSA, 2013, p. 279.

¹⁵⁶ SANTOS, Pablo Victor Fontes; LUZ, Cristina Rego Monteiro. História da Televisão: do Analógico ao Digital. **Inovcom**, v. 4, n. 1, p. 34-46, 2013. Disponível em: <<https://revistas.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/view/1599>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁵⁷ NERYS, Ingrid. A mudança dos Meios de Comunicação. **Folha Vitória**, Portal R7. Disponível em: <<https://www.folhavitoria.com.br/geral/noticia/05/2018/-conexao-faesa2105--a-mudanca-dos-meios-de-comunicacao>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁵⁸ BARBOSA, 2013, p. 272.

influência negativa.¹⁵⁹ Somente mais tarde surgem os canais que hoje são conhecidos, como a Bandeirantes, Globo e Record.

Um público privilegiado pôde ouvir e ver Marília Baptista, Francisco Alves, Herivelto Martins, Dalva de Oliveira e outros artistas, mostrados através de um aparelho, semelhante a uma eletrola, com uma diferença básica: “no lugar do disco há um pequeno quadro de vidro fosco”, como foi descrito pela revista Carioca. Aquela foi à primeira demonstração pública da televisão realizada no Brasil.¹⁶⁰

As transmissões de TV abertas estavam sendo transmitidas desde a década de 1930, sendo a Alemanha o primeiro país a dispor do serviço. Outros países seguem a lista como em 1935, a Inglaterra, seguida de EUA e a então União Soviética. O anúncio colocado em um jornal cinco dias após a inauguração da primeira emissora no Brasil, dia 18 de setembro de 1950, faz jus a novidade: “Você já ouviu falar. Agora vá ver TELEVISÃO”.¹⁶¹ Sobre essas transmissões de TV aberta não há um consenso em termos de cronologia histórica. Tem-se a informação de que a primeira transmissão aconteceu no ano de 1927 realizada pela empresa AT&T na cidade de New York, com apenas alguns aparelhos recebendo transmissão.¹⁶²

As primeiras transmissões que aconteceram eram em preto e branco. A tecnologia e os recursos para transmissões coloridas surgem somente em 1954 nos EUA. O modo de transmissão em cores permitia que também se pudesse ver e ouvir a partir dos aparelhos que somente tinham a possibilidade de fornecer imagens em preto e branco.

Com o surgimento das primeiras transmissões aparecem também as primeiras celebridades, como o gato Félix, por exemplo. O desenho de um gato, em preto e branco, tinha a função de regular o aparelho para uma melhor resolução da imagem. Félix é, por assim dizer, o primeiro personagem da história da televisão, isso no ano de 1928. “A televisão, nos seus primórdios, repetia um gesto cotidiano do público diante da novidade e da sensação”.¹⁶³

Gato Félix merece destaque, porque foi o primeiro desenho animado a ser transmitido para um receptor de TV. Isso aconteceu em 1928 nos laboratórios da RCA Research Labs. Para tal, foi utilizado um boneco do

¹⁵⁹ BARBOSA, 2013, p. 275.

¹⁶⁰ MATTOS, Sérgio. **A história da TV Brasileira**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 170.

¹⁶¹ BARBOSA, 2013, p. 267.

¹⁶² CAMARGO, 2009.

¹⁶³ BARBOSA, 2013, p. 273.

gato para efetuar os testes com um equipamento revolucionário e que o mundo jamais sonhara poder existir: a televisão. Gato Félix ficou tão famoso com esta máquina que invadia a casa das pessoas e se tornou quase um santuário entre as famílias americanas, que Charles Lindbergh pediu autorização a Otto e Oriolo para usá-lo como mascote de seu histórico voo sobre o Atlântico. Messmer e Oriolo começaram então a desenvolver um novo Gato Félix para a RCA, começando aqui o processo de industrialização do desenho animado para TV, que se diferenciaria da animação para o Cinema. A partir daí surgiu a incrível Bolsa Mágica do Gato Félix, uma maleta amarela, que também é a sua arma secreta e que poderia se transformar em qualquer coisa, inclusive de objetos muito grandes como aviões, helicópteros e automóveis. A partir de então, Gato Félix nunca se separaria de sua bolsa mágica e seria o único a abri-la ou usá-la em benefício próprio. Muitos tentaram roubá-la, como o Professor e seu ajudante Rock Bottom, mas Félix sempre tinha habilidade para escapar dos dois [...].¹⁶⁴

A imagem que aparecia no aparelho era de dois centímetros apenas. Tudo isso devido ao fato de que a resolução contava, na época, com aparelhos de 60 linhas na tela. Para fins de comparação, a TV tanto evoluiu que hoje os aparelhos contam com mais de 480 linhas o que, obviamente, transformou a imagem em um realismo muito grande.

Durante a década de 1930, há uma evolução no tocante aos aparelhos e surgem as grandes empresas que irão trabalhar na área da comunicação televisiva, tais como a BBC e a CBS. Os avanços tecnológicos nunca mais pararam. A cada momento surgem novos aparelhos cada vez dispendo de maior tecnologia e possuindo um cabedal de conexão cada vez maior. Países detentores de maior polo tecnológico dominam o setor.

Desde a aparição inicial, após a Segunda Guerra Mundial, da televisão em preto e branco, não somente nos lares norte-americanos, mas espalhando-se rapidamente por todo o mundo, até a invenção da televisão colorida e o advento dos sistemas de transmissão a cabo [...] as tecnologias de comunicação de massa passaram por reinvenções contínuas e algumas vezes mudanças revolucionárias.¹⁶⁵

Em termos de transmissão, a primeira grande transmissão, assistida por mais de 50 mil pessoas na época, foi a coroação do Rei Jorge VI na Inglaterra, isso

¹⁶⁴ LAMAS, Cristiane Giglio. **Desenho Animado**: entretenimento, ideologia e cultura de massa. Dissertação. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2012. p. 40. Disponível em: <<https://uniso.br/mestrado-doutorado/comunicacao-e-cultura/dissertacoes/2012/cristiane-giglio-lamas.pdf>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁶⁵ PRIEST, 2010, p. 62.

nos idos anos de 1936. A grande explosão da televisão, o “invadir” dos lares se dá na década de 1950, quando surge a TV também em solo brasileiro.

Barbosa diz que um anúncio foi colocado no jornal Folha da Manhã, de 17 de setembro de 1950, dando conta da notícia da inauguração do primeiro canal de TV em São Paulo. Ela diz o seguinte:

Parabéns São Paulo! RCA inaugura a primeira estação de televisão da América do Sul. Já está no ar, a serviço do público brasileiro, a PRF3 – TV – Emissoras Associadas – São Paulo. A televisão é assim uma realidade em São Paulo – maravilhosa cidade! Congratulamo-nos com os brasileiros com esta grande conquista e cumprimentamos aqueles que a tornaram realidade: as Emissoras Associadas.¹⁶⁶

No ano de 1940, foi realizada a transmissão em cores e com a chegada do novo aparelho nas casas surgem grandes personagens públicas do entretenimento, entre eles um dos primeiros, Elvis Presley (1935-1977), junto ao já famoso Gato Félix. Inicia-se uma caminhada com os “ídolos” e a influência deles em toda a sociedade. Durante a exposição que apresentou a televisão aos brasileiros, “ídolos” do rádio participaram das transmissões, dando ainda mais notoriedade ao aparelho e criando estrelas que não apenas podiam ser ouvidas, mas agora também podiam ser vistas, como Ary Baroso, Francisco Alves, Dalva de Oliveira, dentre outros.¹⁶⁷ A partir da popularização da televisão, o que aconteceu no Brasil somente mais tarde, programas passaram a ser elaborados, sendo os telejornais uma atração muito importante, pois transmitia as notícias com imagens.

Através do rádio as pessoas podiam apenas escutar a voz de seus ídolos, mas não tinham condições de imaginar como essas pessoas, de “carne e osso” eram de fato. Assim, a partir do momento em que passam a aparecer na televisão, criam-se os ídolos, que agora podem ser reconhecidos pelas pessoas que não tinham a possibilidade de ir ao teatro ou locais frequentados pelos artistas. A sensação de poder estar frente a frente com um ídolo era quase que um sonho a ser realizado. O ator ou atriz que aparecia na TV passava a sensação de estar em um mundo completamente distante do mundo real.

Um fato que expressa essa “curiosidade” juntamente com admiração vem a ser o fato de que a atriz Bibi Ferreira, foi sequestrada por um motorista de táxi da

¹⁶⁶ BARBOSA, 2013, p. 257.

¹⁶⁷ BARBOSA, 2013, p. 261.

cidade de São Paulo. Ao reconhecer a atriz, ele que a assistia na TV Difusora, fez questão de “levá-la” até a Vila Mariana para que sua família e demais vizinhos pudessem ver como ela era ao vivo. A TV tornou atores e atrizes em verdadeiras celebridades, o que não era possível pelas ondas do rádio somente.¹⁶⁸

Em terras brasileiras, é no ano de 1963 que é feita a primeira transmissão experimental a cores. É na década de 1970 que essas transmissões passam a ser realizadas com maior frequência. A primeira transmissão ao vivo e em cores se deu na cidade gaúcha de Porto Alegre e foi feita pela TV Difusora. Nessa década surgem os desenhos destinados ao público infantil, como o famoso Pica Pau¹⁶⁹ e o jovem corredor de carros de 18 anos, chamado Speed Racer, que dirigia o Mat 5.¹⁷⁰ No contexto brasileiro, a Copa de 1970 é o evento que marca as transmissões e torna a TV um aparelho que faz parte da família.

Como consequência imediata da popularização do aparelho de TV é a criação de uma enorme gama de profissionais que até então não existiam: os técnicos em TV. O Instituto Rádio Técnico Brasileiro e o Instituto Rádio Técnico Monitor, especialistas na formação de profissionais no concerto de rádios, passaram a oferecer cursos para pessoas interessadas em dar suporte ao que podiam contar com a nova invenção: a televisão.¹⁷¹ A televisão evocava aquela necessidade tão ontológica do ser humano, a necessidade de se expressar por imagens.

A necessidade de representar a realidade sob forma de imagens acompanha o homem desde a pré-história quando, de forma primitiva, o homem usava o ocre e o carvão para deixar imortalizado nas paredes das cavernas, suas vivências e aventuras. Os povos egípcios por sua vez, já contavam com técnicas mais avançadas para fazer essas representações e, assim, a humanidade sempre foi seduzida pela vontade de se ver representada sob forma de imagem. Com a descoberta da fotografia e o avanço dos recursos tecnológicos, a reprodução da realidade ganhou recursos de luz, retoques e ângulos favoráveis, tornando as imagens mais fiéis e capazes de transmitir e captar sentimentos. Porém, a televisão tem

¹⁶⁸ BARBOSA, 2013, p. 287-283.

¹⁶⁹ SENA, Junno. Qual foi o primeiro desenho animado exibido na TV brasileira? **Legião dos Heróis**. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/qual-primeiro-desenho-animado-tv-brasileira.html>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁷⁰ RODRIGUES, Roberto. O desenho animado nos 60 anos da TV brasileira. **Mídia em pauta**, 19 nov. 2010. Disponível em: <<https://midiaempautaufmg.wordpress.com/2010/11/19/o-desenho-animado-nos-60-anos-da-tv-brasileira/>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁷¹ BARBOSA, 2013, p. 263.

um fascínio maior, pois une som imagem e movimento ao alcance de todos, ao clique de um botão.¹⁷²

3.3 A TV: O MAIS NOVO INTEGRANTE DA FAMÍLIA

A importância do aparelho de TV dentro dos lares dos brasileiros é também confirmada por outra pesquisa realizada no ano de 2016 entre os dias 23 de março e 11 de abril.¹⁷³ Na ocasião foram ouvidas 15.050 pessoas com mais de 16 anos de todo o país. O objetivo da pesquisa era conhecer os hábitos de consumo de mídia da população brasileira para a elaboração de comunicação e divulgação do governo federal. Essa é a terceira edição da Pesquisa Brasileira de Mídia, que começou a ser realizada no ano de 2013. Alguns dados interessantes da pesquisa seguem a seguir.

Dos entrevistados que assistem TV, 77% afirmaram que fazem isso todos os dias. Esse dado, 77% vem a ser um número maior do que os que foram obtidos em pesquisas em anos anteriores. No ano de 2014, o número de entrevistados que disseram assistir televisão diariamente era de 73%. Em 2013 foram 65% dos entrevistados que disseram ter este hábito. Segundo o relatório, somando os dias de semana mais os finais de semana, as pessoas que responderam à pesquisa afirmaram que veem de 3 a 4 horas de televisão diariamente. Mais de 50% das pessoas entrevistadas disseram que confiam sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas na TV. Isso comprova um alto índice de confiança no que é exibido. A emissora que historicamente possui a maior audiência é a TV Globo, assistida por 73% dos entrevistados. Em seguida estão as demais emissoras, como o SBT, com 36% e a TV Record com um índice de 32%.

A pesquisa ainda buscou saber se as pessoas buscam outras fontes de informação além da TV. Segundo as respostas, 50% acessam a Internet diariamente para buscar informações e desses acessos, 91% são feitos por meio de aparelhos móveis de telefone, os celulares.

¹⁷² ROSINEIDE, Assis. A televisão possibilitando novos olhares no fazer pedagógico. **Brasil Escola**, monografias. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/pedagogia/a-televisao-possibilitando-novos-olhares-no-fazer-.htm>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁷³ Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil. **Agência Brasil**, 21 fev. 2018. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>>. Acessado em: 06 out. 2023.

Na busca por informação, depois da TV e da Internet, aparecem, mas bem menos expressivos, o rádio (7%) e os jornais (3%). A opção “revista” nem sequer pontuou como primeira fonte de informação. Em média, os brasileiros ouviam naquele período em que a pesquisa foi realizada, três horas diárias de rádio, entre segunda e sexta-feira.¹⁷⁴ Uma nova forma de assistir TV vem sendo descoberta pelas pesquisas realizadas, que é assistir TV e navegar na Internet ao mesmo tempo.

No ano de 2015, o percentual daqueles que tinham esse hábito era de 27%. O número cresceu para 46% em 2018. A pergunta inversa demonstra a mesma tendência, pois quem nunca tinha assistido TV e usado a Internet ao mesmo tempo, era de 12% em 2015, e no ano de 2018, o número caiu para 6% apenas.¹⁷⁵ O país conta hoje com mais de 116 milhões de pessoas que de uma ou outra forma estão ligadas à Rede Internacional de Computadores, a Internet. Esses dados são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Junta-se a isso o fato de estarem cada vez mais em frente ao aparelho de TV com outros dispositivos conectados.¹⁷⁶

A questão da autorregulamentação sobre o acesso a todas as formas de conteúdo na internet é uma pergunta que ainda carece de resposta. Cada vez mais pessoas olham TV acessando conteúdo em outras plataformas de conhecimento. Até que ponto deve-se interferir nessa ação ou até que ponto deva haver a liberação total de acesso? Muitos países estão buscando formas de regular o que se vê na Internet, por exemplo, mas esse vem a ser um assunto muito controverso que merece maior reflexão.¹⁷⁷ Outro dado que carece de total atenção quando o assunto é como se assiste a TV no Brasil e quanto se assiste desse meio de comunicação

¹⁷⁴ TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa. **G1**, 24 jan. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acessado em: 06 out. 2023.

¹⁷⁵ BRETAS, Valéria. Quem são os brasileiros que passam mais tempo em frente à TV. **Exame**, 11 out. 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/quem-sao-os-brasileiros-que-passam-mais-tempo-em-frente-a-tv/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁷⁶ CAMARGO, 2009.

¹⁷⁷ Para um tratamento adequado, conferir: BARROSO, Ricardo Cavalcante. Regulação da mídia, opressão e democracia. **RIL**, Brasília, a. 52, n. 208, out./dez., p. 101-114, 2015. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/52/208/ril_v52_n208_p101.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

de massa é o que traz a Pesquisa Brasileira de Mídia do ano de 2015.¹⁷⁸ Essa pesquisa, é encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República, revela que o tempo que se assiste TV muda conforme o gênero e a escolaridade. Entre segunda à sexta-feira, o público feminino assiste em média três horas a mais TV do que o público masculino. O grau de instrução também causa uma diferenciação. Segundo a pesquisa, as pessoas com menos escolaridade, aqui no caso até a 4ª série do ensino fundamental, é de quatro horas a mais do que as pessoas que possuem escolaridade maior, aqui em específico, o ensino superior completo.

O dado sobre a escolaridade e a sua relação com a televisão retrata algo que já aparece em dados dos anos de 1951. No início não havia de fato muita empolgação com o novo aparelho chamado televisão. Primeiramente foi necessário demonstrar que essa nova forma de comunicação possuía um potencial, para que depois grandes empresas investissem em tecnologia para aperfeiçoá-lo. “Nos chamados círculos informados havia um conceito errôneo sobre as expectativas da televisão. Acreditava-se que somente grupos de alto rendimento pudessem ser atraídos por ela. Essa crença, porém, mostrou-se totalmente incorreta [...]”.¹⁷⁹ A televisão se constituiu com o tempo em um poderoso instrumento de comunicação em massa.

O número de licenças na Grã-Bretanha chagava somente e 14.560 no fim de março de 1947, e a marca de um milhão foi atingida no fim de 1951, com a preponderância de espectadores do grupo de baixa renda; um relatório da BBC mostrava que 70% deles só havia frequentado escolas até a idade de 15 anos. No início dizia-se que as antenas de televisão eram símbolo de status, colocadas para fazer figuração; mas logo ficou claro que efetivamente havia um número elevado de espectadores genuínos. A mesma tendência se observou em grande parte na Escócia, no País de Gales e no norte da Inglaterra, em 1952. Agora havia potencial para uma audiência de massa.¹⁸⁰

Entre os estados brasileiros que mais assistem TV está o Estado de Pernambuco. Os pernambucanos passam em torno de 5 horas e 37 minutos em

¹⁷⁸ BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2015**. Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-2013-a-2018/RelatrioFinalPesquisaBrasileiradeMdiaPBM2015.pdf/view>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁷⁹ BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. De Gutenberg à internet. 2. ed. Revista e Ampliada – Novo Capítulo. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2006. p. 234.

¹⁸⁰ BRIGGS; BURKE, 2006, p. 236.

frente da TV diariamente. Dos habitantes deste Estado, 72% afirma que assiste TV diariamente. Ainda mais três Estados assistem a mais de cinco horas de TV por dia. São eles: Paraíba, Rio Grande do Norte e Tocantins.¹⁸¹ Existem pesquisas ainda mais recentes que apontam que o número de horas do povo brasileiro em média em frente ao aparelho de TV é de três horas, conforme pesquisa do ano de 2017, um aumento em relação a 2015 e 2016.¹⁸²

No tocante à tecnologia relacionada ao aparelho de TV, o grande “salto” vem a ser a implantação do sistema digital. Essa forma de transmissão, deixando de lado a forma analógica usada pelos aparelhos desde a sua invenção, traz uma melhoria enorme na questão da imagem e do som. Sem interferências, a qualidade aproxima-se do real. Se a TV no início possuía 60 linhas em sua tela, hoje já existem aparelhos com uma resolução de mais de 1080 linhas, algo impensável em décadas passadas. Isso demonstra o quanto o aparelho TV foi sendo aperfeiçoado.¹⁸³ A TV foi aos poucos sendo democratizada, pois se trata de um instrumento eficaz de comunicação de massas.

E a comunicação em massa cresce diretamente relacionada ao desenvolvimento tecnológico. Com o avanço da tecnologia cada vez maior o preço desses produtos tende a cair, oferecendo oportunidades para aquela fatia do mercado que antes não tinham condições financeiras para adquirir esse material tecnológico, conforme o baixo custo dos equipamentos aumenta, cresce cada vez mais o número de pessoas com acesso a internet, com acesso a informação.¹⁸⁴

3.4 O SISTEMA TELEVISIVO NO BRASIL

O sistema televisivo brasileiro foi implementado a partir dos anos 50. Como modelo ele seguiu o modelo americano construindo, desde cedo, uma relação próxima com a publicidade. A produção de entretenimento e a necessidade de publicidade sempre andaram juntas. Também é americana a possibilidade do

¹⁸¹ BRETAS, 2015.

¹⁸² Pesquisa sobre investimentos e estratégias de mídias essenciais 2018. **Negócios SC**, 23 nov. 2018. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/pesquisa-sobre-investimentos-em-midias-de-massa-2018/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁸³ CAMARGO, 2009.

¹⁸⁴ MACEDO, 2015.

magazine concept,¹⁸⁵ no qual não há mais a publicidade de apenas um patrocinador, mas a venda de diferentes espaços para diferentes anunciantes.

Outra iniciativa da TV americana foi a compra de programas independentes. Essa prática chegou ao Brasil uma década após ser implementada nos EUA, a saber, na década de 1960. Há, no entanto, com a Rede Globo, uma nova forma de relação com o espaço publicitário.

Esta será considerada a grande “inovação” da TV Globo, a venda de tempo comercial e não de programação. A Globo adota, então, o chamado “sistema de módulos”, os quais são pré-planejados conforme a homogeneidade de gêneros/conteúdos de programas e de audiência, e facilitam o controle da demanda publicitária pela emissora.¹⁸⁶

A venda de “tempo/audiência” já estava clara para os administradores da TV na década de 1970 e hoje parece fazer parte do senso comum. A articulação entre o produto e um público específico é a novidade que a Rede Globo nos anos de 1980 leva para o mercado europeu onde isso não acontecia ou quando acontecia, não de forma tão comercial como aqui já se fazia. Aqui, referindo-se a Europa, pensa-se de forma especial na Itália, onde se cobrava uma taxa sobre cada aparelho vendido para receber o sinal da TV aberta.¹⁸⁷

Nas décadas seguintes, a TV brasileira passa a olhar com mais cuidado para as pesquisas de marketing a fim de que a produção de programas seja correspondente ao número de investimento em publicidade. Assim, nos horários noturnos temos uma aposta na dramaturgia, em especial as novelas e os telejornais, o que se demonstra como caso de sucesso até os dias de hoje, basta observarmos quanto tempo dos horários a partir das 18 horas é dedicado a dramaturgia.

Quando isso não é mais possível para algumas redes de TV devido ao alto investimento que deve ser feito a fim de que se tenha uma qualidade para fazer

¹⁸⁵ SANTANA, Rafael Gonzaga de Oliveira. **Revista eletrônica televisiva: show da vida, da informação e do entretenimento.** Monografia. 57 f. (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Escola de Comunicação – ECO, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro, 2014.

¹⁸⁶ RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa.** Petrópolis: Vozes, 1995. p. 45.

¹⁸⁷ RIZZO ASSUNÇÃO, Felipe Portes. **O processo de internacionalização de uma empresa brasileira: o caso da Rede Globo.** Dissertação. 147 f. (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto COPPEAD de Administração, 2006. Disponível em: <https://www.coppead.ufrj.br/wp-content/uploads/2021/02/Felipe_Assuncao.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

frente à concorrência, elas passam a importar produtos, como por exemplo as novelas mexicanas.

Já a TV norte-americana a fim de conseguir a sua sustentabilidade, lança mão de um tripé: fornecedores de programas, grandes estúdios de Hollywood e grandes redes de TV. A partir desta negociação consolida-se uma forma de manutenção. No Brasil, como não há uma indústria cinematográfica forte, as próprias redes passam a investir em suas próprias produções. Destacam-se as novelas que passam também a ser vendidas no exterior.

As telenovelas, cerne da produção industrial de ficção, é exemplar tanto na passagem de uma TV “de patrocinador” para uma “de produtos”, como da construção de um padrão de qualidade competitivo internacionalmente. [...] Todo esse processo só foi possível devido à continuidade da produção, e sua inserção nas rotinas necessárias à serialização ficcional, conseguidas pela estrutura verticalizada da TV Globo.¹⁸⁸

A produção de séries por produtoras independentes e após vendidas para a televisão norte americana é algo que vai sendo consolidado. Desde o início as séries de ação ganham espaço. Já aqui no Brasil essa mesma forma não possui êxito porque quando da popularização da TV a indústria cinematográfica estava praticamente acabada.

A televisão se desenvolve nos anos 50 em paralelo com a derrocada da tentativa industrializante da Vera Cruz. Nos anos 60 convive com um cinema imerso em questões políticas e culturais, tendo um ramo popular de massa ainda débil. E na década seguinte temos um cinema nitidamente popular de massa se desenvolvendo limitado ao mercado de salas, e ainda um setor “culto” que estabelece uma relação de dependência com o Estado, mas ambos não criando vínculos com a TV.¹⁸⁹

Uma forma de produção que buscou seguir o modelo norte americano foi “O Vigilante Rodoviário” no início dos anos de 1960. Essa primeira tentativa de série mostra a precariedade da produção televisiva nacional. Sem grandes incentivos, a série não conseguiu atingir maior longevidade, embora tenha boa repercussão. Nos anos posteriores já surge a telenovela.¹⁹⁰

¹⁸⁸ RAMOS, 1995, p. 49.

¹⁸⁹ RAMOS, 1995, p. 51.

¹⁹⁰ MARQUES, Darcielle Paula; LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira. A telenovela brasileira: percursos e história de um subgênero ficcional. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, v. 1, n. 2, jul. 2012-dez. 2012. Disponível em: <<https://www.unicentro.br/rbhm/ed02/dossie/07.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

A televisão também passou a ser usada de forma positiva para as crianças. Esse foi um público logo descoberto pelo mercado. Um exemplo de programa para crianças que obteve sucesso mundial foi a criação norte-americana de *Sesame Street*. Essa série, sucesso nos anos de 1970, foi traduzida e retrabalhada em mais de 150 países, incluindo o Brasil, que fez sua versão conhecida como Vila Sésamo, coproduzida pela TV Cultura e TV Globo, e transmitida a partir de 1972,¹⁹¹ consistindo em um “Produto comercial, deliberadamente feito para entreter e educar, ensinando crianças de jardim de infância a ler, o programa dependia de uma equipe e de colaborações [...]”.¹⁹²

A influência sobre o público infantil é, sem dúvida, perceptível. Muitos programas da TV brasileira elaborados para crianças foram verdadeiros sucessos, como por exemplo, o Programa da XUXA, que tinha a duração de mais de três horas de programa na TV pela parte da manhã. A televisão e seus programas cativavam poderosamente as pessoas e em especial, as crianças. Em uma pesquisa de 1982, foi perguntado a japoneses e norte-americanos o que levariam para uma ilha, 36% dos japoneses responderam uma televisão. “Na época as crianças japonesas de dois anos viam uma média de três horas e meia de televisão por dia, sozinhas ou com as mães”.¹⁹³

É possível afirmar que quanto maior o tempo de exposição da criança em frente ao aparelho de TV, maior é a sua influência. Isso porque com as crianças acontece o mesmo com adultos de baixa escolaridade: a falta de um senso crítico. Na impossibilidade de julgar o que é certo e o que é errado, o indivíduo é absorvido por aquilo que é transmitido. Trata-se de uma forma de entretenimento cuja possibilidade de interação é aproveitada por empresas que veiculam produtos a serem vendidos. É uma forma eficaz de apresentar um produto e criar hábitos. Uma vez que o espectador se perfila de modo quase sempre passivo, como diz Cruz:

A televisão provoca um pensamento impulsivo, e não reflexivo, até pelo tipo de linguagem fascinante e rápida dos programas. As respostas solicitadas

¹⁹¹ SANTOS, Ana Carolina Franco dos. **Vila Sésamo**: o contexto político e educacional das duas edições audiovisuais educativas brasileiras. 2015. 176 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/items/9fd401fb-cc0a-4a0f-a130-1d428145cafd>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁹² BRIGGS; BURKE, 2006, p. 245.

¹⁹³ BRIGGS; BURKE, 2006, p. 251.

pela televisão, portanto, são do tipo “gosto – não gosto”, e não do tipo “concordo - não concordo”, nas quais o indivíduo tem que se posicionar.¹⁹⁴

A televisão não é uma ferramenta ingênua de entretenimento, é antes uma poderosa máquina de aprisionamento por meio de valores, como refere Matellard: “Os meios de comunicação, destinados a abrir o mercado para novos produtos e interesses, elaboraram também o perfil de um novo tipo de homem em um novo tipo de meio ambiente”.¹⁹⁵ Dito de outro modo, a comunicação usada pelos programas de TV rapidamente foi delineada por linguagens voltadas para a venda de produtos e foi percebido que não somente produtos poderiam ser vendidos, mas poderiam ser criados gostos e tendências. A comunicação – como teorizou Jakobson – é formada por inúmeros elementos que objetivam fins e nunca são aleatórios.¹⁹⁶ Ela até pode ser intuitiva, porém, sempre possuirá uma intenção subjacente, sendo explícita ou dissimulada. O linguista russo percebeu que a comunicação é realizada a partir das conexões entre variadas formas de linguagem. Sempre voltadas a objetivos. Nunca são neutros ou aleatórios, sempre há um objetivo na comunicação. E o segredo da comunicação de massas é fazer parecer que algo ocorre em um fluxo natural, quase espontâneo. Assim, todo ato comunicacional está permeado por intenções. E a cultura da TV ao longo do século XX muito rapidamente percebeu o potencial comunicativo dos programas veiculados, revolucionando a propaganda de produtos, marcando definitivamente a produção do gosto e das tendências das preferências comerciais.¹⁹⁷

3.5 A TV E O CONCEITO DE UTOPIA

A TV, inicialmente, era para as pessoas algo que só existia na imaginação, o que aos poucos foi tornando-se uma utopia midiática.

As imagens da TV constroem o parâmetro identitário e, ao mesmo tempo, permitem a produção da imaginação que só se realiza naquilo que se

¹⁹⁴ CRUZ, Ana Clara Rabelo Saraiva de Oliveira. **“O Magnetismo da Televisão: seus encantos e segredos”**. Monografia. 52 f. (Bacharelado) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Rio de Janeiro, 2006. p. 15. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1439/1/ACruz.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

¹⁹⁵ MATTELART, Armand. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999. p. 175.

¹⁹⁶ JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 22.ed. Tradução de Izidoro Blikstein; José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2010. p. 157.

¹⁹⁷ MATTELARD, 1999, p. 177.

projeta, como ficção, nas imagens. A televisão transforma as suas imagens numa função da imaginação do público. Através das imagens percebe-se não o lugar onde se está, mas um espaço longínquo, o *alhures*, que, pela imaginação, torna-se próximo, ou seja, em certa medida, realizável. Olha-se o *nenhures*, ou seja, o que é transmitido pela TV, um lugar que só existe como imagem potencial, para atingir o *alhures* (o lugar onde gostaríamos de estar), que só se realiza com o complemento da imaginação.¹⁹⁸

A televisão foi entendida como uma nova forma de cinema. “A televisão já nasce dependente da imaginação comunicacional do público e como utopia midiática”.¹⁹⁹ A televisão desde o início foi pensada em ser assistida de forma coletiva, seja em casa ou ainda em qualquer outro lugar. Assim, de forma coletiva os telespectadores assistiam a esta grande inovação.

A imagem que aparece na tela não tem passado, nem futuro, só a permanência eterna que aumenta de maneira assustadora a espessura do agora. Estendendo o instante em que a imagem está na tela num presente que não termina nem quando a emissão acaba, a utopia midiática faz do agora um presente que não termina nem quando a emissão acaba, a utopia midiática faz do agora um presente estendido de maneira exponencial.²⁰⁰

Uma questão que se coloca é até que ponto o coletivo hoje prevalece diante dos meios de comunicação. Não se está cada vez mais solitário, um aparelho para cada indivíduo? Alguns estudiosos já estão usando o termo *desmassificação*, como Hoinéff argumenta acerca das novas possibilidades de arranjo das ofertas de canais a cabo e mais atualmente, de plataformas digitais que oferecem uma infinidade de filmes, séries, documentários, desenhos, novelas, entre outras, que jogam o expectador em um mar de opções no qual ele se vê tendo que optar, já que anteriormente, as opções eram pouquíssimas. Muitas vezes, em determinadas regiões do país, havia apenas a opção da TV Globo, em canal aberto. Com o sistema de *streaming* atual, o indivíduo é posto diante de “Quinhentos canais e nada para ver”.²⁰¹ A falta de mais opções no Brasil acontecia porque a TV surge em um contexto marcado pelo atraso industrial e por uma série de conjunturas próprias do contexto latino-americano, como argumenta Hoinéff:

Talvez em nenhuma outra sociedade do mundo o veículo tenha tornado tão importante. Esse conjunto único de circunstâncias má distribuição da renda nacional, baixo nível de educação da população, concentracionismo da

¹⁹⁸ BARBOSA, 2013, p. 266

¹⁹⁹ BARBOSA, 2013, p. 266

²⁰⁰ BARBOSA, 2013, p. 284.

²⁰¹ HOINEFF, N. **A nova televisão** – desmassificação e o impasse das grandes redes. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

teledifusão, alta qualidade da teledramaturgia, prolongado período totalitário justamente nas décadas de 60 e 70, e a existência de uma hegemonia cultural mítica numa população altamente pulverizada por regiões de identidades culturais bem distintas entre si – fez com que no Brasil a televisão se transformasse, mais que em representação, na própria expressão da realidade.²⁰²

O domínio da TV aberta no Brasil vai perdendo seu domínio à medida que as tecnologias da informação e da comunicação adentram no país e oferecem múltiplas opções, desde canais de esporte a entretenimento infantil, passando por canais adultos e oferecendo temas específicos, demarcados por áreas de interesse, como política e cultura. “Nesse ambiente de ‘nova mídia’, as notícias e as mensagens de entretenimento estão cada vez mais personalizadas, oferecendo às audiências novas proporções de seletividade e escolha”.²⁰³ Williams fala em uma “privatização do móvel”.²⁰⁴ Essa privatização se dá a partir do momento em que é possível ver movimentos através das imagens sem sair de casa. Imagens que também são criadas em um exterior ao das casas. O interesse não está mais lá fora, onde é perigoso e se correm riscos, mas dentro das casas. Isso se dá olhando para o aparelho de televisão que possui conexões cada vez mais avançadas ou usando computadores e celulares cada vez mais modernos. O contato com o mundo exterior ficou cada vez mais restrito ao que de fato é necessário, o que inclui o contato com outras pessoas também. É nesse sentido que se poderia falar em “desmassificação”, isto é, não há mais a concentração por poucos canais abertos de televisão. Surgem a cada dia mais e mais plataformas que oferecem opções a um valor acessível nas quais se pode buscar temas de interesse os mais variados.

Todas as formas de organização da vida, do tempo e do seu uso passa a se dar em um contato indireto. As combinações não são mais realizadas de forma direta, “cara-a-cara” com a pessoa, mas por meio de contatos nas mais variadas formas de comunicação. A televisão, por sua vez, seja ela aberta ou por *streaming*, quebra um pouco esse isolamento e fornece uma sensação de consenso.

A televisão seria o meio por excelência dessa situação qualitativamente nova. Ao mesmo tempo em que ajuda a mascarar o isolamento com o sentimento de construção de outra proximidade, num segundo nível ajuda a

²⁰² HOINEFF, 1996, p. 28-29.

²⁰³ PRIEST, 2010, p. 63.

²⁰⁴ WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and Cultural Form**. Hanover: University of New England Press, 1974.

produzir uma noção de consenso numa sociedade que vive de maneira dispersa e dicotomizada.²⁰⁵

Há uma mudança de hábitos a partir do momento em que esse aparelho é colocado dentro das casas. Invadem o do lar inúmeras propostas e ofertas, afinal, um mundo novo totalmente. Mundo este que poderia ser desejado quando se estava lá fora, diante das lojas ou no passeio em meio a ruas cheias de pessoas.

Agora, o desejo chega até a casa, adentra a casa, está na sala, no quarto, na cozinha. Não é mais necessário sair de casa para desejar algo. O desejo, motivado por questões econômicas, invade o núcleo familiar e direciona pensamentos, sonhos, possibilidades.

A visão de mundo que a pessoa forma também depende do contato que ela possui com os meios de comunicação que as informa, e entre eles, o que mais influência vem a exercer é a televisão. Ela forma, em grande parte, o modo como o mundo é encarado. Isso se dá porque ela junta imagem e discurso e atinge as classes mais desprivilegiadas socialmente, que formam a maioria de muitos países, como por exemplo o Brasil.

O comportamento econômico do consumidor também passa a ser acionado da poltrona da sala de estar, por que ali recebe estímulos do que pode ser desejado, comprado, trazido para casa, primeiro como imagem-imaginação e depois como produto.²⁰⁶

A televisão busca fixar, cada vez mais, o telespectador. Cria-se a imagem de um eterno presente. Uma forma de isso acontecer é a introdução, em um número cada vez maior, de produções ao vivo. Este fato cria a cada novo programa uma nova surpresa, o que gera a curiosidade e assim o manter-se em frente ao aparelho. A televisão foi, desde o início, pensada para um público de grandes proporções ou o, assim chamado, público-massa.

No Brasil, ao final da década de 1990 acontece, em termos de comunicação, uma grande revolução, a introdução nos lares da comunicação através do Internet. Isso já havia acontecido nos países desenvolvidos no final dos anos de 1980. O universo do lar, lugar de privacidade até então, é invadido por um “mundo” de possibilidades e de alternativas. O conceito de distância, de estar próximo muda

²⁰⁵ BARBOSA, 2013, p. 270.

²⁰⁶ BARBOSA, 2013, p. 271.

radicalmente. É possível, através dessas novas ferramentas de comunicação, estar mais próximo de quem se está longe geograficamente do que da pessoa que está sentada no sofá ao lado. O globo terrestre passa a tornar-se uma “aldeia global”, como afirmou McLuhan, pois a TV, em especial, como meio de comunicação de massa, daria às pessoas uma aproximação entre elas que encurtaria as distâncias no planeta.²⁰⁷

A ideia de que a Internet, através de suas dimensões, fortalece o sentido de transitoriedade do tempo e dos espaços é hoje bastante difundida. As relações, nessa pequena aldeia, são construídas e reconstruídas quantas vezes for possível, ou necessário. É uma forma de liquidificação das relações sociais. Para isso, as redes sociais e as plataformas de videoconferência ajudam enormemente, pois as distâncias são superadas, pelo menos em termos de comunicação, não apenas em termos de transmissão de voz, mas também de imagens.

Ao dominar a imagem e ao poder transmiti-la o mundo, passa-se a ser visto de outra forma a comunicação. As belezas, as misérias e as injustiças do mundo podem ser observadas em tempo real. A informação não apenas é ouvida, mas vista quando acontece. Não apenas isto, mas elas podem ser compartilhadas pelos usuários da Internet. Esse real é envolto em imagem e essas imagens são passadas adiante. A tudo isso crescem-se as redes sociais e plataformas de videoconferência e aplicativos de conversa, estabelecendo novas formas de comunicação global, mudando, portanto, o conceito de fronteiras, mudado em muito nas últimas décadas.

Tudo passou a ser global. As redes sociais, as grandes plataformas de comunicação, diminuem distâncias e tornam muito tênue a distância entre o que é público e o que é privado. O universo e as esferas do público e privado passam a ficar muito próximos. Atitudes e ações que até então eram do mundo privado somente, podem ser partilhadas com centenas de milhares de pessoas. Ainda não é possível uma avaliação do impacto que estas novas formas de comunicação causarão na vida das pessoas e nas configurações familiares. Certo é que o

²⁰⁷ Essa ideia de McLuhan chegou meio século depois, pois sua previsão se deu nos anos de 1960, e muitos acreditam que esse tempo já chegou graças à Internet. Essa ideia do autor foi desenvolvida na obra “A Galáxia de Gutenberg”, de 1962. MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Trad. De Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1972.

processo de rápida comunicação, uso das redes é um processo que não tem mais volta. Novas gerações nem conseguem conceber o mundo sem essas ferramentas. Alguns instantes sem Internet e o caos já se instala. Tudo está conectado por imagem e som. O conceito de TV foi ampliado.

3.6 TV E O CONCEITO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

A convergência midiática é um fenômeno social e tecnológico que marca a era digital, caracterizando a integração e interconexão de diferentes plataformas e meios de comunicação. Essa fusão transforma a forma como consumimos, produzimos e compartilhamos informação, entretenimento e conteúdo em geral. As principais características da convergência midiática são a) digitalização: a informação e o conteúdo se tornam digitais, permitindo sua manipulação, armazenamento e distribuição em diversos formatos e dispositivos; b) a Interatividade: a comunicação se torna interativa, com o público participando ativamente da produção e do consumo de conteúdo; c) a multiplicidade de plataformas: o conteúdo é acessível em diversas plataformas, como internet, televisão, smartphones, tablets, videogames e outros dispositivos; d) novas formas de conteúdo: surgem novas formas de conteúdo, como vídeos online, podcasts, blogs, redes sociais e jogos digitais; e) convergência dos setores: os setores de telecomunicações, informática e entretenimento se convergem, criando novas empresas e modelos de negócio.

Os impactos da convergência midiática se constituem em mudança nos hábitos de consumo, assim o público tem mais opções e controle sobre o que consome, buscando conteúdo personalizado e sob demanda. Novas formas de jornalismo são elaboradas, adaptando-se à era digital, com novas plataformas, formatos e modelos de negócio. A indústria do entretenimento se expande com a criação de novos produtos e serviços, como streaming de vídeo e jogos online. Isso tudo emerge como um desafio à propriedade intelectual, pois a pirataria e a distribuição ilegal de conteúdo se tornam desafios para a indústria criativa. Porém, isso também gera um aumento da desigualdade, pois o acesso à tecnologia e à informação ainda é desigual em diferentes regiões e classes sociais.

Os exemplos de convergência midiática são concretizados em tecnologias como smartphones, dispositivos que combinam funções de telefone, câmera, computador e acesso à internet; redes sociais, plataformas online que permitem a interação entre pessoas, o compartilhamento de conteúdo e a criação de comunidades virtuais; serviços de streaming: plataformas online que oferecem acesso a filmes, séries, músicas e outros conteúdos sob demanda; jornalismo digital: sites de notícias, blogs e podcasts que oferecem conteúdo jornalístico online e jogos digitais que podem ser jogados em computadores, consoles, smartphones e outros dispositivos.

A convergência midiática é um fenômeno em constante evolução, que transforma a forma como nos comunicamos, nos informamos e nos divertimos. As empresas e os profissionais que se adaptam a essa nova realidade são os mais bem-sucedidos na era digital.

O fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplas indústrias de mídia e o comportamento migratório das audiências de mídia que iriam a quase qualquer lugar em busca dos tipos de experiências de entretenimento que desejavam, também caracterizam a convergência midiática. Convergência é uma palavra que consegue descrever mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais, dependendo de quem fala e do que pensa que está falando. No mundo da convergência dos meios de comunicação, todas as histórias importantes são contadas, todas as marcas são vendidas, todos os consumidores são cortejados através de múltiplas plataformas de meios de comunicação. Neste momento, a cultura da convergência está a ser definida de cima para baixo, pelas decisões tomadas nas salas de reuniões das empresas, e de baixo para cima, pelas decisões tomadas nos quartos dos adolescentes. É moldada pelos desejos dos conglomerados de mídia de expandir seus impérios através de múltiplas plataformas e pelos desejos dos consumidores de ter a mídia que desejam, onde quiserem, quando quiserem e no formato que quiserem. É um fenômeno fluido e contínuo. Esta circulação de conteúdos mediáticos – através de diferentes sistemas mediáticos, economias mediáticas concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa do consumidor. A convergência representa uma mudança na lógica cultural, através da qual os consumidores são encorajados a procurar novas informações e a fazer

ligações entre conteúdos midiáticos dispersos. Compõe o conceito a ideia de uma cultura participativa que pretende contrastar com noções mais antigas de espectador da mídia, mais passivo. Nesta nova perspectiva, o sistema de mídia emergente, o que tradicionalmente pode ser entendido como produtores e consumidores de mídia são transformados em participantes dos quais se espera que interajam entre si de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós compreende completamente. A convergência não ocorre através de dispositivos de mídia – por mais sofisticados que possam se tornar. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais. No entanto, cada um de nós constrói a sua própria mitologia pessoal a partir de pedaços e fragmentos de informação que extraímos do fluxo contínuo de meios de comunicação que nos rodeia e transformamos em recursos através dos quais damos sentido à nossa vida cotidiana.

Henry Jenkins argumenta que a convergência dos meios de comunicação social vai além de uma mera mudança tecnológica, insistindo que também representa uma mudança nos paradigmas industriais, culturais e sociais, onde “[...] os consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões entre conteúdos midiáticos dispersos”.²⁰⁸ Jenkins argumenta que os antigos meios de comunicação não resistiram à pulverização das tecnologias. Ele afirma que:

Diversas forças, contudo, começaram a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção. Pool estava descrevendo o que Nicholas Negroponte chama de transformação de "átomos em bytes", ou digitalização. Ao mesmo tempo, novos padrões de propriedade cruzada de meios de comunicação, que surgiram em meados da década de 1980 durante o que agora podemos enxergar como a primeira fase de um longo processo de concentração desses meios, estavam tornando mais desejável às empresas distribuir conteúdos através de vários canais, em vez de um único suporte midiático. A digitalização estabeleceu as condições para a convergência; os conglomerados corporativos criaram seu imperativo.²⁰⁹

A convergência midiática não se resume apenas à tecnologia, mas sim a um fenômeno mais amplo que envolve aspectos sociais, culturais e técnicos. Aspectos que ultrapassam a questão da Tecnologia, envolvendo o nível social, a convergência midiática impacta a forma como as pessoas se comunicam, se relacionam e se

²⁰⁸ JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. p. 28. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7747497/mod_resource/content/1/JENKINS%20Converg%C3%Aancia.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.

²⁰⁹ JENKINS, 2008, p. 36.

informam, alterando padrões e dinâmicas sociais. Além disso, envolve um nível cultural, pois ela influencia a produção e o consumo cultural, criando novas formas de expressão e novas formas de acesso à cultura. Sua crítica ao tecnicismo de alguns autores que definem a convergência midiática apenas como um processo técnico alcança perspicácia, indicando que essa visão tecnicista negligenciaria os impactos sociais e culturais do fenômeno, limitando sua compreensão. Não se nega, de forma alguma, a importância da tecnologia na convergência midiática, em termos técnicos. O autor busca ampliar sua relevância. A tecnologia é um dos elementos fundamentais que permite a fusão dos diferentes meios de comunicação. A proposta do conceito é uma visão mais completa da convergência midiática, que reconhece a importância da tecnologia, mas também dos aspectos sociais e culturais. Essa visão permite uma compreensão mais profunda do fenômeno e seus impactos na sociedade. Ele elenca que: i) a convergência midiática é um fenômeno multifacetado que vai além da tecnologia; ii) aspectos sociais e culturais também são fundamentais para a compreensão da convergência midiática; iii) a visão tecnicista da convergência midiática é limitada e deve ser superada; iv) a proposta do texto é uma visão mais completa da convergência midiática, que reconhece a importância de todos os seus elementos.

Jenkins divide a convergência em quatro formas diferentes. O primeiro tipo, a convergência técnica, é a conversão de conteúdos midiáticos em formatos digitais que podem então ser integrados, permitindo que os conteúdos midiáticos sejam disseminados através de múltiplas plataformas. A segunda é a convergência social, o processo através do qual os consumidores se habitam à multitarefa, permitindo-lhes movimentar-se livremente entre plataformas enquanto pesquisam e utilizam informação. Em terceiro lugar está a convergência cultural, que liga a tecnologia dos media, os consumidores e os produtores para inspirar novas formas de criatividade, criando assim um novo tipo de cultura popular baseada na participação, onde as histórias são transmitidas através de várias plataformas, também conhecidas como narrativas transmídia. Em quarto lugar está a convergência global, na qual a música, o cinema, os programas de televisão e outros conteúdos midiáticos alcançam um alcance internacional, atingindo assim o hibridismo cultural. À medida que tais formas de convergência progridem, a cultura contemporânea é simultaneamente diversificada e unificada no meio das forças contraditórias da

comercialização e da democratização cultural. Entre as muitas formas inter-relacionadas de convergência, Jenkins opta por focar na parte do espectro em que se enquadra a narrativa transmidiática – a convergência cultural.

[...] A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias - uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. Alguns argumentaram que os irmãos Wachowski, que escreveram e dirigiram os filmes de Matrix, forçaram a narrativa transmidiática além do ponto que a maioria do público estava preparada para ir.²¹⁰

Para o autor, a teoria que fundamenta a tradição de pesquisa que confere maior sustentação às condições materiais da comunicação humana é aquela que partir dela é proposta a divisão dos meios materiais em três graus. Os meios de primeiro grau, de acordo com uma perspectiva histórica e com a teoria da comunicação, são considerados como meios de comunicação os corpos dos seres humanos e determinados utensílios e instrumentos. Ele afirma:

Em si, o corpo humano é uma condição material de comunicação necessária e suficiente; nossos corpos se tornam meios de comunicação produtivos e receptivos através da socialização e da aculturação. Em comparação, as ferramentas – utensílios de escrita ou instrumentos musicais – não são necessários nem suficientes, mas estendem, de maneira significativa, o corpo humano e suas capacidades comunicativas.

O autor afirma que os meios de primeiro grau externam possibilidades de mundos possíveis e atuais, habilitando as pessoas a se comunicarem umas com as outras sobre esses mundos para propósitos reflexivos e instrumentais. Por sua vez, os meios de segundo grau são aqueles meios de massa inventados na modernidade como os livros impressos, os jornais, os filmes, o rádio e a televisão, ou seja, todas as formas de instituições midiáticas e práticas comunicacionais baseadas no modelo preparado para um como se fosse para o todo. Já os meios de terceiro grau seriam aqueles que emergiram a partir da tecnologia digital, definida como

²¹⁰ JENKINS, 2008, p. 47.

metatecnologia.²¹¹ Para ele, o computador digital reproduz e promove uma recombinação de meios anteriores a ele em uma única plataforma material, utilizando a expressão metatecnologia. Os meios digitais integraram os diferentes modelos de comunicação, os de uma-para-um, uma-para-muitos e muitos-para-muitos. Junto às tecnologias digitais emergem relações sociais específicas capazes de permitir aos usuários lidarem com as novas mídias.

A convergência midiática revolucionou o cenário da comunicação, e a televisão, um dos meios de comunicação mais tradicionais, não ficou imune a essa transformação. A fusão da TV com outras plataformas e tecnologias digitais impactou profundamente a forma como consumimos e interagimos com o conteúdo televisivo. Essas novas formas de consumo incluíram a TV por Streaming, como as plataformas Netflix, Amazon Prime Video e Disney+, que oferecem acesso sob demanda a uma ampla gama de conteúdo, permitindo que o público escolha o que assistir, quando e onde quiser. Também incluíram a TV Conectada, as Smart TVs e dispositivos como Roku e Chromecast que conectam a TV à internet, abrindo um mundo de aplicativos, jogos e outros conteúdos online. Além da interatividade com o público podendo participar de programas, votar em pesquisas e interagir com outros telespectadores em tempo real. Os novos formatos de conteúdo revolucionaram as transmissões. As webséries que são séries produzidas para a internet, muitas vezes com um formato mais curto e dinâmico que as séries tradicionais de TV, são ainda acessadas em grande medida pela televisão. Neste modelo, o conteúdo televisivo se expande para outras plataformas, como YouTube, Instagram e TikTok, alcançando um público ainda maior. A realidade é virtualizada e aumentada, a televisão explora o potencial da realidade virtual e aumentada para criar experiências imersivas e inovadoras para o público.

A convergência midiática transformou a televisão, abrindo um leque de novas possibilidades para o consumo e a produção de conteúdo. As emissoras de TV que se adaptarem a essa nova realidade e apostarem em inovação e qualidade serão as mais bem-sucedidas na era digital, pois o avanço tecnológico não se dá puramente de forma técnica, ele abre novas formas de interação e conectividade.

²¹¹ AQUINO, Maria Clara. Interatividade e participação em contexto de convergência midiática. p. 11-3. In: RIBEIRO, J.C., FALCÃO, T., SILVA, T. (Orgs.). **Mídias sociais**: saberes e representações [online]. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 16. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/hcmrr/pdf/ribeiro-9788523217341-02.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

3.7 SÍNTESE

O meio de comunicação de massa chamado TV é um dos grandes inventos da humanidade. Sem dúvida alguma, modificou o modo de ver e de pensar o mundo. Mesmo com o avanço das demais formas de comunicação, principalmente a rede mundial de computadores, a televisão não perde o seu espaço. No meio mais humilde, a televisão aberta é digerida por longas horas diariamente. No Brasil, é em média consumida cinco horas por dia. Entre as classes mais abastadas, a infinidade de canais à disposição nas TVs por assinatura faz dela companheira nas horas de lazer e também de trabalho, pois muitas pessoas acessam os canais que oferecem cultura e ciência.

É claro que não podemos mais pensar em termos de uma única audiência de “massa” alcançada por algumas mídias de “massa” dominantes que aparecem basicamente destinadas a criar uma única cultura global. A mídia de massa atual funciona de maneira bem diferente de suas antecessoras de algumas décadas atrás, quando os EUA tinham apenas três grandes redes de televisão, a transmissão de televisão pan-européia não era nem mesmo imaginada, a maior parte da Ásia e da África não tinha televisão, e a Imprensa Associada tinha quase que um monopólio sobre notícias mundiais.²¹²

Por se tratar de um meio que atinge bilhões de pessoas em nosso planeta diariamente, é uma ferramenta que pode ser usada das mais diversas formas com os mais diversos objetivos. Dependendo de quem ou de que grupo detêm os seus direitos, a mensagem é formulada de acordo com a orientação do proprietário. No Brasil, é fenômeno a criação de canais de televisão cujos proprietários são Igrejas de cunho pentecostal ou neopentecostal ou do seguimento carismático da Igreja Católica. Cada qual busca converter o maior número de pessoas possíveis às suas verdades.

Como vimos até aqui, a televisão corresponde aos desejos antigos dos seres humanos de se comunicarem sem fronteiras e com rapidez impressionante.

²¹² PRIEST, 2010, p. 53.

Trata-se de uma utopia cuja validade pode ser verificada em seus efeitos positivos, ou perversos, quando novas etapas societárias são alcançadas, a exemplo de um maior tempo de descanso e de conscientização de pautas importantes e necessárias para a saúde da população diante de campanhas de vacinação, ou ainda, como é a nossa ênfase, a democratização da educação. A televisão tem papel decisivo no impacto de uma educação a distância que ajude a superar distâncias e barreiras colossais como são as da Região Norte do Brasil, cujo território em grande medida compõe a Amazonia Legal, o que analisaremos no próximo capítulo.

4 A TELEVISÃO COMO TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E A EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NO AMAZONAS

Neste capítulo, é analisada a relevância da televisão para a educação teológica na Região Norte do Brasil, o que implica a maior parte da Amazônia Legal. O objetivo é mostrar que a comunicação é um grande desafio em uma região com dimensões de importância global, isto é, uma territorialidade com fauna e flora que abrangem a maior parte proporcional do planeta, com rios gigantescos e com dificuldades de integração significativas. É neste cenário que a televisão como instrumento comunicacional para educação a distância se torna imprescindível. Por isso, considerar a importância da televisão para a formulação de uma educação teológica a distância é considerar a própria capacidade organizativa das igrejas do pentecostalismo na Região Norte, bem como sua imersão, desenvolvimento e manutenção, uma vez que a missão se sustenta na constante renovação dos quadros das igrejas e sua relação de sobrevivência com sua região e seus valores regionalistas.

4.1 O CONTEXTO AMAZÔNICO DO NORTE DO BRASIL COMO CENÁRIO DA EDUCAÇÃO TEOLÓGICA A DISTÂNCIA

A região amazônica é uma parte integrante do norte do Brasil, ocupando a maior parte do seu território. Dos sete estados que compõem a região Norte, seis estão total ou parcialmente inseridos na Amazônia Legal. O Acre, o Amapá, e o Amazonas estão totalmente na região amazônica, enquanto o Pará tem a maior parte do estado na Amazônia, com exceção de algumas áreas no sul e sudeste; a Rondônia tem aproximadamente 80% do estado dentro da Amazônia, o Tocantins, por sua vez, tem uma pequena porção do estado, no Norte, está inserida na Amazônia. O único estado do norte que não faz parte da Amazônia Legal é o Roraima, localizado na região fronteira com a Guiana e a Venezuela.²¹³

A Amazônia no Norte do Brasil é caracterizada por grande riqueza e diversidade natural e sociocultural como:

²¹³ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<https://www.gov.br/mma/pt-br>>. Acesso em: 13 fev. 2024.

- Biodiversidade: a região abriga a maior floresta tropical úmida do mundo, com uma rica biodiversidade de flora e fauna.
- Recursos naturais: a Amazônia é rica em recursos naturais, como madeira, água potável, minérios e biodiversidade.
- Povos indígenas: a região é habitada por diversos povos indígenas, que preservam suas culturas e tradições ancestrais.²¹⁴
- Desafios socioambientais: a Amazônia enfrenta diversos desafios socioambientais, como o desmatamento, a exploração ilegal de recursos naturais e a mudança climática.²¹⁵

A ampla e compartilhada região amazônica, entre países sul-americanos, é uma área de grande importância ambiental, cultural e econômica. Com sua rica biodiversidade e vastidão territorial, é também lar de uma diversidade cultural impressionante. As origens das populações que habitam essa região remontam a milhares de anos, e suas histórias se entrelaçam em um mosaico complexo e fascinante.

Compõem a população desta imensa área:

1) Povos indígenas, seus primeiros habitantes e guardiões da floresta: estima-se que os povos indígenas habitam a Amazônia há mais de 12 mil anos, sendo os primeiros habitantes da região. Existem mais de 300 povos indígenas na Amazônia, cada um com sua própria língua, cultura, tradições e cosmovisão. Os povos indígenas possuem um profundo conhecimento da floresta e de seus recursos naturais, acumulado ao longo de gerações, constituindo-se como seus guardiões, desempenhando um papel crucial na preservação do meio ambiente e na luta contra o desmatamento.

2) Imigração europeia e colonização: a partir do século XVI, a região amazônica foi palco da colonização europeia, principalmente por Portugal e Espanha. Os europeus exploraram os recursos naturais da região, como madeira, minérios e especiarias, utilizando mão de obra indígena e africana escravizada. As missões religiosas também tiveram um papel importante na colonização,

²¹⁴ BRASIL. Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE). Disponível em: <<https://www.gov.br/inpe/pt-br>>. Acesso em: 13 fev. 2024.

²¹⁵ Rede Amazônica. **G1**. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/redeamazonica/>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

catequizando os indígenas e impondo a cultura europeia.²¹⁶ A colonização europeia causou um grande impacto social e ambiental na região, com a dizimação de povos indígenas, a degradação ambiental e a perda da cultura local.

3) Imigração forçada de pessoas da África: a imigração forçada de populações da África que a partir do século XVII também começaram a aportar aos milhares na região amazônica, ajudou a formar a geografia humana da Amazônia.²¹⁷ As pessoas escravizadas da África foram utilizadas na exploração dos recursos naturais da região, na construção de infraestrutura e no trabalho doméstico. A cultura africana deixou um legado marcante na região, presente na culinária, na música, na religião e em outras manifestações culturais.

4. Imigração interna e miscigenação: a partir do século XIX, a região amazônica passou a receber migrantes de outras regiões do Brasil e do exterior, em busca de melhores oportunidades de vida. A miscigenação entre diferentes povos deu origem a novas culturas e identidades na região amazônica. A imigração interna gerou desafios socioambientais, como o desmatamento e a exploração predatória dos recursos naturais. A região amazônica continua a ser um espaço de grande dinamismo cultural, com a constante chegada de novos grupos e a formação de novas identidades.

5. Constituição das populações atuais: as populações da região amazônica são compostas por uma mistura complexa de diferentes povos, com origens indígenas, europeias, africanas e de outras partes do Brasil e do mundo. Essa diversidade se reflete na riqueza cultural da região, com diferentes línguas, costumes, tradições e formas de expressão artística. As populações da Amazônia enfrentam desafios como a pobreza, a falta de acesso à educação e à saúde e a degradação ambiental. No entanto, também possuem grandes oportunidades para o

²¹⁶ FERREIRA, Ricardo Alexino. Os indígenas e os impactos da colonização europeia. **Jornal da USP**, 29 nov. 2016. Disponível em: < <https://jornal.usp.br/atualidades/os-indigenas-e-os-impactos-da-colonizacao-europeia/>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

²¹⁷ ALMEIDA, Rozemberg Ribeiro de. Escravidão, resistência e a formação de quilombos na Amazônia: Jacarequara em Pauta. XXVII Simpósio Nacional de História, conhecimento histórico e diálogo social, Natal, RN, 22 a 26 de julho de 2013. Disponível em: <https://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364781780_ARQUIVO_ArtigoRozembergAlmeida.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.

desenvolvimento sustentável, com base na valorização da cultura local e na preservação da floresta.²¹⁸

6. Reconhecimento e valorização da diversidade: é fundamental reconhecer e valorizar a diversidade das populações da região amazônica, respeitando seus direitos e garantindo sua participação na construção de um futuro mais justo e sustentável para a região.

A Amazônia tem sua população formada a partir de três grupos humanos principais: os primeiros habitantes indígenas; os europeus portugueses com seus acompanhantes escravos; e os nordestinos. Desde o século XVI, Portugal investiu na região construindo seus 'Fortes' para proteger os territórios sob seu domínio. Notadamente a partir de 1620, foram erguidos 44 fortificações portuguesas. No período do governo de Marquês de Pombal (atuou como ministro nos anos 1750-1777), teve início a prática de trazer famílias europeias e africanas inteiras para a Amazônia. Movimento semelhante se deu nos dois tempos fortes da borracha: entre os anos 1877 e 1900 desembarcaram no Amazonas cerca de 160 mil nordestinos. E em 1943, o governo criou o batalhão da borracha conduzindo 56 mil jovens soldados prometendo uma vida de realizações, na verdade, entregando-os ao poder dos seringalistas nas brenhas das matas.²¹⁹

A história da composição populacional da região norte é rica e diversa. Essa diversidade se reflete na riqueza cultural da região, com diferentes línguas, costumes, tradições e formas de expressão artística. As populações enfrentam desafios como a pobreza, a falta de acesso à educação e à saúde e a degradação ambiental.²²⁰ No entanto, também possuem grandes oportunidades para o desenvolvimento sustentável, com base na valorização da cultura local e na preservação da floresta. Por isso, é fundamental reconhecer e valorizar a diversidade das populações, respeitando seus direitos e garantindo sua participação na construção de um futuro mais justo e sustentável para a região. A sua

²¹⁸ SOUZA, Nádia Simas. A Amazônia brasileira: processo de ocupação e a devastação da floresta. **Boletim Científico**, Escola Superior do Ministério Público da União, Ano 9 – Números 32/33 – janeiro/dezembro 2010. Brasília-DF. Disponível em: <<https://escola.mpu.mp.br/publicacoescientificas/index.php/boletim/article/download/307/278#:~:text=A%20Amaz%C3%B4nia%20Legal%20engloba%2C%20hoje,%2C%20Amap%C3%A1%2C%20Rond%C3%B4nia%20e%20Roraima.>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

²¹⁹ GORDIANO, Raimundo C. Elementos de Teologia Amazônica. **Revista Eletrônica Espaço Teológico**, v. 11, n. 20, jul/dez, 2017. p. 124. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/reveleteo/article/download/35994/24783/99234>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

²²⁰ SANTOS, Fabrício. Desafios logísticos: quais oportunidades e soluções na região Norte do Brasil? **Logweb**, 17 out. 2023. Disponível em: <<https://www.logweb.com.br/artigo/desafios-logisticos-quais-oportunidades-e-solucoes-na-regiao-norte-do-brasil/>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

composição populacional, segundo o censo que vem sendo atualizado, compõe o seguinte quadro:

1. Distribuição Étnica:

Branca: 49,7% da população se autodeclara branca, segundo o IBGE (2020). Esse percentual é inferior à média nacional (47,7%).

Preta: 26,6% da população se autodeclara preta, percentual superior à média nacional (26,6%).

Parda: 21,2% da população se autodeclara parda, percentual inferior à média nacional (25,5%).

Indígena: 0,5% da população se autodeclara indígena, percentual inferior à média nacional (2,6%).²²¹

Amarela: 0,2% da população se autodeclara amarela, percentual similar à média nacional (0,4%).²²²

2. População Indígena:

Diversidade: mais de 300 povos indígenas habitam a região, representando cerca de 20% da população indígena brasileira.

Línguas: mais de 200 línguas indígenas são faladas na região, representando cerca de 80% da diversidade linguística indígena do Brasil.²²³

Terras indígenas: aproximadamente 20% do território da Amazônia Legal é demarcado como terra indígena.²²⁴

A região Norte recebe um número significativo de migrantes de outras regiões do Brasil, principalmente da região Nordeste. As principais motivações para a migração são a busca por melhores oportunidades de trabalho e renda. A migração gera impactos socioambientais, como o desmatamento e a pressão sobre os recursos naturais. A região Norte ocupa, depois da região Nordeste, o segundo lugar como região mais pobre do Brasil, tendo 26,1% da população em situação de

²²¹ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Panorama. Censo 2022. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

²²² INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2022**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

²²³ FUNDAÇÃO NACIONAL DOS POVOS INDÍGENAS – FUNAI. Disponível em: <https://www.gov.br/funai/pt-br>. Acesso em: 20 fev. 2024.

²²⁴ FUNAI, demarcacao-de-terras-indigenas, 2023.

pobreza.²²⁵ A desigualdade social é um problema grave na região, com alta concentração de renda. A população enfrenta carência de acesso à educação, saúde, saneamento básico e outros serviços essenciais, embora a região seja rica em biodiversidade e abundantes recursos naturais, como água, madeira e minérios.²²⁶ A valorização da cultura local e a preservação da floresta amazônica podem impulsionar o desenvolvimento sustentável da região. O incentivo ao empreendedorismo local pode gerar novas oportunidades de emprego e renda.

A análise da composição populacional do Norte e da Amazônia revela um panorama complexo e desafiador. No entanto, a região também apresenta um enorme potencial para o desenvolvimento sustentável, desde que sejam superadas as desigualdades sociais e os desafios socioambientais. A região Norte do Brasil apresenta um panorama da comunicação complexo e desafiador, marcado por contrastes entre realidades distintas e pela necessidade de superar obstáculos socioeconômicos e geográficos. A comunicação nesta região gigantesca é uma expectativa utópica segundo a qual os povos que a habitam possam se conhecer melhor, conviver fraternalmente e estabelecer pacificamente modos negociados de interação com a fauna e flora que espetacularizam essa mitológica área floresta. Uma comunicação eficaz e republicana ajudaria essas regiões, norte e amazônica, a se conectarem com o restante do país de modo a potencializar seus caminhos turísticos e de intercâmbio desenvolvimentista.

A população da Região Norte do Brasil, segundo as estimativas do IBGE para 2024, é de 17.354.884 habitantes. Esse número representa um crescimento de 2,1% em relação ao Censo de 2020, quando a população era de 17 milhões de habitantes. Vale destacar que a população da Região Norte está distribuída de forma desigual pelos sete estados que a compõem: 1) Pará: Maior população, com 8,1 milhões de habitantes; 2) Amazonas: Segunda maior população, com 4,2 milhões de habitantes; 3) Tocantins: Terceira maior população, com 1,5 milhões de

²²⁵ GOMES, Irene. Pobreza cai para 31,6% da população em 2022, após alcançar 36,7% em 2021. **Agência IBGE Notícias**, 06 dez. 2023. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38545-pobreza-cai-para-31-6-da-populacao-em-2022-apos-alcancar-36-7-em-2021>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

²²⁶ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<https://www.gov.br/mma/pt-br>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

habitantes; 4) Rondônia: 1,8 milhões de habitantes; 5) Amapá: 884 mil habitantes; 6) Acre: 893 mil habitantes e 7) Roraima: 598 mil habitantes.

No referente às cidades conclui-se que há um continuado processo de urbanização, isto é, de aglomeração de pessoas nos centros urbanos. Há poucas cidades com o status de metrópoles, excetuando-se algumas capitais. Há muitos fatores comuns, embora haja também situações diversas e adversas entre os habitantes das áreas urbanas: o centro, a periferia, as áreas nobres, os parques residenciais, os conjuntos populares, os bairros de casas mais simples, as ocupações, os loteamentos, etc. O crescente número de moradores, incha esses espaços e esvazia a área rural. Cresce a população, sem a oferta de direitos e serviços básicos para uma vida com qualidade nas cidades. Por outro lado, a cultura urbana penetra os espaços tradicionais, alterando o ritmo, costumes, expressões culturais do povo.²²⁷

O desenho religioso da região norte também é multifacetado. Segundo o Censo Demográfico de 2010, realizado pelo IBGE, que forneceu um retrato abrangente da composição religiosa da Região Norte do Brasil, identificou que a religião mais professada ainda era o catolicismo, com 68,7% da população se declarando católica. Mas outras tendências religiosas apareciam com expressivas quantidades, como é o caso do protestantismo, com 22,6%, o espiritismo com 2,2% e os sem religião com 4,1% e outras religiões com 2,4%.²²⁸ A distribuição por Estados ficava assim:

- Amapá:
 - Catolicismo: 74,3%
 - Protestantismo: 18,9%
 - Sem religião: 2,8%
 - Espiritismo: 1,9%
 - Outras religiões: 2,1%
- Amazonas:
 - Catolicismo: 67,8%
 - Protestantismo: 27,1%
 - Sem religião: 2,2%

²²⁷ GORDIANO, 2017, p. 124.

²²⁸ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

- Espiritismo: 1,7%
- Outras religiões: 1,2%
- Pará:
 - Catolicismo: 66,5%
 - Protestantismo: 24,5%
 - Sem religião: 4,4%
 - Espiritismo: 2,3%
 - Outras religiões: 2,3%
- Rondônia:
 - Catolicismo: 62,4%
 - Protestantismo: 29,7%
 - Sem religião: 3,7%
 - Espiritismo: 2,2%
 - Outras religiões: 2,0%
- Tocantins:
 - Catolicismo: 63,8%
 - Protestantismo: 28,5%
 - Sem religião: 3,8%
 - Espiritismo: 1,9%
 - Outras religiões: 2,0%
- Acre:
 - Catolicismo: 61,4%
 - Protestantismo: 32,4%
 - Sem religião: 2,7%
 - Espiritismo: 1,8%
 - Outras religiões: 2,7%

- Roraima:
 - Catolicismo: 56,2%
 - Protestantismo: 34,0%
 - Sem religião: 5,2%
 - Espiritismo: 1,9%
 - Outras religiões: 2,7%

O Censo de 2010 já mostrava a tendência de crescimento do protestantismo na região, principalmente entre as igrejas pentecostais e neopentecostais. O catolicismo, por sua vez, já apresentava um declínio gradual no número de fiéis, principalmente entre os jovens. O número de pessoas que se declaravam sem religião também estava crescendo, principalmente nas áreas urbanas. O sincretismo religioso, com a mistura de diferentes crenças, era uma realidade presente em toda a região. A região Norte abrigava uma vasta diversidade de crenças, desde religiões indígenas ancestrais até tradições afro-brasileiras, protestantismo, catolicismo, budismo, islamismo e diversas outras.

A região norte do Brasil é uma das regiões que mais ficaram isoladas ao longo do processo de ocupação das terras ocupadas pelos portugueses. Ainda hoje é a região menos habitada do Brasil. A Igreja Católica teve presença mais diminuta nesta região. Caracterizou as atividades de evangelização a missão de grupos religiosos ao longo do tempo que se deslocavam para a região. Desde o período colonial são registradas as desobrigas.

Superando o uso inicial de 'domesticação' aos indígenas, atingiu três sentidos diferentes: o desencargo das obrigações cristãs frequentes; o espaço de partilha da catequese; o instrumento de motivação da união social e comunitária ao qual deu origem a localidades, freguesias e posteriormente várias cidades.²²⁹

As Desobrigas surgiram na Europa durante a Idade Média, como forma de celebrar o fim do jejum e da abstinência durante a Quaresma. Com o tempo, essa tradição se espalhou para o Brasil, especialmente para a Região Norte, onde ganhou características únicas e se tornou uma importante manifestação cultural e religiosa. As suas características celebrativas são as seguintes:

²²⁹ GORDIANO, 2017, p. 126.

- **Festividades Extravagantes:** as Desobrigas são marcadas por festividades extravagantes, com muita música, dança, comidas típicas e apresentações folclóricas.
- **Expressão da Fé e da Cultura:** as festas servem como espaço de expressão da fé e da cultura local, reunindo pessoas de diferentes idades e classes sociais sob um horizonte utópico de fraternidade.
- **Devoção e Fé:** apesar do caráter festivo, as Desobrigas também são um momento de devoção e fé, com missas, procissões e outras atividades religiosas.
- **Variedade de Tradições:** Cada estado e município da Região Norte possui suas próprias tradições e costumes relacionados às Desobrigas, criando uma rica diversidade cultural.

Algumas das Desobrigas mais Famosas do Norte do Brasil:

- **Círio de Nazaré (Belém, Pará):** a maior festa religiosa da América Latina, atraindo milhões de fiéis e turistas todos os anos.²³⁰
- **Boi Bumbá (Pará e Amazonas):** Uma das mais tradicionais manifestações folclóricas do Brasil, com apresentações de bois-bumbá azuis e vermelhos.
- **Festa do Divino Espírito Santo (Maranhão, Tocantins e Pará):** Celebra a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos, com procissões, missas e rituais religiosos.
- **Festa de São José (diversos estados):** Homenageia o padroeiro dos trabalhadores e dos pais, com missas, procissões e apresentações musicais.

As Desobrigas são consideradas patrimônio cultural imaterial do Norte do Brasil, por sua importância na preservação da identidade cultural e religiosa da região. Além disso, as festas contribuem para o desenvolvimento social e econômico das cidades e comunidades onde são realizadas, gerando renda e emprego. As Desobrigas enfrentam alguns desafios, como a influência da cultura globalizada e a diminuição da religiosidade entre as novas gerações. No entanto, diversas iniciativas

²³⁰ DE MELLO PEIXOTO AMARAL, Rita de Cássia. **Festa à Brasileira:** Significados do festejar no país que “não é sério”. Tese de Doutorado, USP. São Paulo, 1998. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21102004-134208/pt-br.php>>. Acesso em: 23 mar. 2024.

estão sendo realizadas para preservar essa tradição cultural rica e vibrante, como o registro das festas como patrimônio cultural e a promoção de eventos educativos e culturais.

O Norte também contém parte do o que é conhecido como Amazônia Legal que, em 2010, tinha uma população que chegava a 24 milhões de pessoas, formando um mosaico humano tão diverso quanto a própria floresta. A estimativa para 2024 é de 29,5 milhões de habitantes, de acordo com dados do Painel Amazônia Legal em Dados, atualizado em maio de 2024.²³¹ Esse número representa um aumento de 23% em relação ao censo de 2010, quando a população era de 24 milhões de pessoas. Vale destacar que a população da Amazônia Legal está distribuída de forma desigual pelos nove estados que compõem a região, como se pode verificar a seguir:

- Pará: Maior população, com 8,8 milhões de habitantes.
- Maranhão: Segunda maior população, com 5,9 milhões de habitantes.
- Amazonas: Terceira maior população, com 4,2 milhões de habitantes.
- Rondônia: 1,8 milhões de habitantes.
- Tocantins: 1,5 milhões de habitantes.
- Acre: 893 mil habitantes.
- Amapá: 884 mil habitantes.
- Mato Grosso: 829 mil habitantes.
- Roraima: 598 mil habitantes.

Entre indígenas, posseiros, ribeirinhos, seringueiros, quilombolas e diversas comunidades espalhadas pelo território, a população se distribui em três grupos territoriais principais: as áreas de várzea, as regiões de terra-firme e as cidades.²³²

1. As várzeas: uma sinfonia aquática:

²³¹ Painel Amazônia Legal em Dados: <https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2154:catid=28>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²³² IBGE, 2022.

- Várzeas Altas: localizadas no alto Rio Amazonas, são inundadas anualmente pela cheia do rio, criando um ambiente fértil e rico em recursos para os povos ribeirinhos.
- Várzeas Baixas: presentes no baixo e médio Rio Amazonas, são inundadas com menor frequência, permitindo a agricultura e a criação de animais.
- Várzeas do Estuário: ocupando o delta do Amazonas, incluindo a Ilha do Marajó e outras ilhas, são caracterizadas por manguezais e salinidade da água, favorecendo a pesca e o cultivo de produtos específicos.

2. A Terra-Firme: um mosaico de paisagens e meios de vida:

- Florestas Pluviais: cobrindo a maior parte da região, são densas e úmidas, abrigando uma rica biodiversidade e oferecendo recursos para os povos indígenas e comunidades tradicionais.
- Florestas Decíduas: localizadas em áreas com menor precipitação, perdem as folhas durante a estação seca, exigindo adaptações das populações que ali residem.
- Savanas Bem Drenadas: caracterizadas por vegetação rasteira e solo arenoso, são propícias à pecuária e agricultura extensiva.
- Savanas Mal Drenadas: com solo alagado durante parte do ano, exigem técnicas agrícolas específicas e oferecem recursos para pesca e coleta de frutos silvestres.
- Florestas Antropogênicas: modificadas pela ação humana para fins de agricultura, pecuária ou extração de madeira, representam um desafio para o equilíbrio ambiental.
- Florestas Montanhosas: presentes nas áreas de altitude da região, possuem clima mais frio e vegetação específica, exigindo adaptações das populações que ali vivem.²³³

3. Cidades: pulsando vida e conectividade:

- Centros urbanos: concentram a maior parte da população da Amazônia Legal, oferecendo acesso a serviços, educação e oportunidades de trabalho.

²³³ BRASIL, 2024.

- Desafios: as cidades enfrentam desafios como o crescimento desordenado, a falta de infraestrutura e a degradação ambiental.
- Potencialidades: as cidades também possuem grande potencial para o desenvolvimento sustentável, com a implementação de políticas públicas adequadas e a valorização da cultura local.

4. Uma teia de interdependência:

A população da Amazônia Legal vive em sintonia com a diversidade da floresta, utilizando seus recursos de forma sustentável e preservando a rica biodiversidade da região.

- Conhecimento ancestral: os povos indígenas e tradicionais possuem um profundo conhecimento da floresta e dos seus recursos, acumulado ao longo de gerações.²³⁴
- Desafios e oportunidades: a população da Amazônia enfrenta desafios como a pobreza, a falta de acesso à educação e saúde e a degradação ambiental. No entanto, também possui grandes oportunidades para o desenvolvimento sustentável, com base na valorização da cultura local e na preservação da floresta.

5. Refletindo a Diversidade:

Ao analisarmos a composição populacional da Amazônia Legal, é fundamental reconhecer a diversidade de culturas, costumes e modos de vida que coexistem na região. É essencial respeitar e valorizar a diversidade dos povos que habitam a Amazônia, reconhecendo seus direitos e garantindo sua participação na construção de um futuro mais justo e sustentável para a região.

Este cenário de grandes extensões territoriais compõe a região norte e é um grande desafio para a comunicação. A região se destaca pela diversidade de meios de comunicação, abrangendo desde emissoras de rádio e TV até jornais impressos e portais online. No entanto, essa diversidade não se traduz em acesso universal à informação e à comunicação de qualidade. Compõem os meios de comunicação os seguintes:

²³⁴ FUNAI, 2024.

- **Rádio:** Ainda é o meio de comunicação mais acessível em muitas comunidades, especialmente nas áreas rurais e ribeirinhas.
- **TV:** A presença da TV aberta é significativa, mas a TV por assinatura ainda tem penetração limitada, principalmente no interior.
- **Internet:** O acesso à internet vem crescendo, mas ainda é desigual, com taxas de penetração mais baixas em áreas rurais e comunidades indígenas.
- **Jornais impressos:** A circulação de jornais impressos é concentrada nas capitais e em alguns centros urbanos maiores.
- **Portais online:** A mídia online vem ganhando espaço, mas enfrenta desafios como a falta de infraestrutura e a dificuldade de acesso em algumas regiões.

A comunicação na região Norte enfrenta diversos desafios, como:

- *Distâncias geográficas:* a vastidão territorial e a dispersão populacional dificultam a distribuição de infraestrutura e o acesso à informação.
- *Desigualdade social:* a pobreza e a desigualdade social limitam o acesso a meios de comunicação e a conteúdos de qualidade.
- *Falta de profissionais qualificados:* a carência de profissionais qualificados na área da comunicação dificulta a produção de conteúdos relevantes e a gestão dos meios de comunicação.
- *Concentração da mídia:* a concentração da mídia nas mãos de grandes grupos empresariais limita a diversidade de vozes e a pluralidade de ideias.
- *Desafios socioambientais:* a degradação ambiental e a violência contra povos indígenas exigem uma comunicação crítica e engajada na defesa dos direitos humanos e da sustentabilidade.

Apesar dos desafios, a comunicação na região Norte também apresenta oportunidades e potencialidades, como:

- Crescimento da internet: o aumento do acesso à internet abre novas possibilidades para a comunicação comunitária, a participação social e o desenvolvimento local.

- Valorização da cultura regional: a riqueza cultural da região Norte pode ser explorada para a produção de conteúdos audiovisuais e jornais impressos que valorizem a identidade local.
- Novas tecnologias: a utilização de novas tecnologias, como rádios comunitárias, mídias sociais e plataformas online, pode ampliar o acesso à informação e à comunicação em áreas remotas.
- Participação da sociedade civil: a sociedade civil pode se mobilizar para demandar melhores condições de acesso à comunicação e para produzir seus próprios conteúdos.
- Comunicação para o desenvolvimento: a comunicação pode ser utilizada como ferramenta para o desenvolvimento social, econômico e ambiental da região Norte.

Isso significa que os meios de comunicação da Região Norte têm um papel fundamental a desempenhar no combate às desigualdades, na promoção da cidadania e no desenvolvimento sustentável através da promoção da informação de qualidade, pois os meios de comunicação devem oferecer informação de qualidade, acessível e relevante para a população, com foco em temas como educação, saúde, direitos humanos e meio ambiente. Possibilitar a pluralidade de vozes. É importante garantir a pluralidade de vozes e a diversidade de pontos de vista na cobertura jornalística, dando espaço para diferentes segmentos da sociedade que promovam o engajamento social, uma vez que os meios de comunicação podem se engajar em ações de mobilização social e promoção da cidadania, incentivando o debate público e a participação da comunidade, correspondendo à responsabilidade social das empresas de comunicação, investindo em conteúdos educativos e em programas de inclusão digital.²³⁵

O papel dos meios de comunicação na construção da identidade regional é crucial e, ao mesmo tempo, encerra em si elementos de uma utopia ancestral, a integração de centenas de povos em convivência com a natureza, a obra do Criador

²³⁵ KANAZAWA, F. N.; GIRALDI, J. de M. E.; OLIVEIRA, J. H. C. de. Online and offline communication for country brands: an exploratory study of the Brazil Brand. **Rev Bras Pesq Tur** [Internet]. Jan;13(1):58–71, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1472>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

em seu maior esplendor, isto é, a maior riqueza natural da terra.²³⁶ Ao valorizar a cultura local, as tradições e a história da região, os meios de comunicação podem contribuir para fortalecer o senso de pertencimento, a produção de conteúdos que retratem a realidade da região Norte pode ajudar a fortalecer o senso de pertencimento das pessoas ao seu local de origem; preservar a memória cultural, a comunicação pode ser utilizada para preservar a memória cultural da região, registrando e divulgando as manifestações culturais locais; promover o intercâmbio cultural entre as diferentes comunidades da região, valorizando a diversidade cultural existente; combater estereótipos e preconceitos relacionados à região Norte, promovendo uma imagem mais justa e positiva.²³⁷

A comunicação na região Norte do Brasil é um campo complexo e em constante transformação. Apesar dos desafios, a região também apresenta oportunidades e potencialidades para o desenvolvimento de uma comunicação mais justa, plural e engajada na construção de uma sociedade mais justa e sustentável. É fundamental que os meios de comunicação, a sociedade civil e o governo trabalhem em conjunto para garantir o acesso universal à informação e à comunicação de qualidade, valorizar a diversidade cultural da região e utilizar a comunicação como ferramenta para o desenvolvimento social, econômico e ambiental do Norte do Brasil.²³⁸ É neste contexto que a educação teológica a distância possui suas potencialidades e desafios e limites.

4.2 TELEVISÃO E EDUCAÇÃO TEOLÓGICA A DISTÂNCIA NO NORTE DO BRASIL: UMA RELAÇÃO NECESSÁRIA

O contexto no qual a população evangélica pentecostal e neopentecostal está inserida, a região Norte do Brasil, é o âmbito fatural de seu desenvolvimento. É

²³⁶ A floresta amazônica possui a maior biodiversidade do planeta, “50% da biodiversidade mundial”, banhada pelo maior rio da terra. “Amazônia é vida”. **Agência Assembleia de Notícias**, 05 set. 2022. Disponível em: <<https://portal.al.go.leg.br/noticias/127187/amazonia-e-vida#:~:text=%C3%89%20sabido%20que%20a%20Amaz%C3%B4nia,de%20%22pulm%C3%A3o%20do%20mundo%22.>>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²³⁷ SILVA, R. R. da.; BACHA, C. J. C. Acessibilidade e aglomerações na Região Norte do Brasil sob o enfoque da Nova Geografia Econômica. **Nova Economia**, 24(1), 169–190, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/neco/a/KZkNmmMZNxvhGCDBYzFX5TC/#>>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²³⁸ IDEC. Acesso à Internet na Região Norte do Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor e Derechos Digitales. Mar. 2022. Disponível em: <<https://idec.org.br/pesquisas-acesso-internet>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

neste contexto que sua estruturação é organizada e que possibilita aos seus membros avançarem enquanto grupo social organizado.

O perfil socioeconômico dos evangélicos no Norte do Brasil é diverso e complexo, marcado por desigualdades e contrastes. Segundo o Censo Demográfico de 2010, 22,6% da população da Região Norte se declarava evangélica.²³⁹ Esse número continua crescendo gradativamente na última década, principalmente entre as igrejas pentecostais e neopentecostais. A distribuição dos evangélicos por classe social é desigual, com maior concentração nas classes C e D. A comunidade evangélica no Norte do Brasil é diversa e heterogênea, com diferentes denominações, práticas e crenças. O crescimento do evangelismo na região está relacionado a diversos fatores, como a busca por fé e esperança, a oferta de serviços sociais pelas igrejas, a rejeição ao catolicismo tradicional e a influência das mídias sociais. A renda média dos evangélicos no Norte do Brasil é menor do que a média da população em geral. O nível educacional dos evangélicos também é inferior à média regional, com predominância de pessoas com ensino fundamental incompleto. Os evangélicos estão presentes em diversos setores da economia, mas se concentram principalmente em atividades informais e de baixa remuneração. A participação dos evangélicos na política vem crescendo, com a eleição de representantes para cargos públicos e a formação de bancadas evangélicas no Congresso Nacional.²⁴⁰

A educação e a qualificação profissional são fundamentais para a melhoria das condições de vida dos evangélicos na região. As igrejas evangélicas exercem uma influência significativa na sociedade da região, em áreas como a cultura, a educação e a política.²⁴¹ No censo de 2010, o IBGE classificou os evangélicos de dois modos, duas correntes principais, os de missão, que comportam os luteranos, presbiterianos, metodistas, batistas, congregacionais e adventistas, e os pentecostais, os quais comportam as maiores denominações como a Assembleia de

²³⁹ IBGE, Censo 2010.

²⁴⁰ COSTA, Magnus Carlo de Oliveira. **A Frente Parlamentar Evangélica e Apoio à Vida (FPE): desafios para a teologia pública.** São Leopoldo, RS, 2015. 86 p. Dissertação (Mestrado Profissional) - Faculdades EST, Programa de Pós-Graduação, São Leopoldo, 2015. Disponível em: <http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/601/1/costa_mco_tmp390.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁴¹ OLIVEIRA, Ítalu Bruno Colares de. **Postulados para uma educação a distância:** uma tese para um curso de Teologia. Relatório. (Pós-Doutoramento) - Programa de Pós-Doutoramento em e-learning, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2019. p. 42. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10284/7219>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

Deus, Igreja do Evangelho Quadrangular, Igreja Universal do Reino de Deus, Maranata, Nova Vida entre outras igrejas evangélicas não determinadas. O que há de comum entre estes grupos diferentes, embora com uma fé parecida, é o perfil jovem, as cores parda (45,7%) e branca (44,6%). No censo, daqueles que se declaravam evangélicos havia um percentual de 60% que se identificavam como pentecostais, e 10,4% da população brasileira, enquanto os evangélicos de missão eram 18,5% dos evangélicos e 4,1% dos brasileiros.²⁴²

O interessante a observar, é que esse perfil dos evangélicos guarda muitas similaridades em relação aos católicos e aos adeptos das religiões afro-brasileiras. Na verdade, encontram-se nesses dois últimos grupos as maiores concentrações (em termos relativos) de brasileiros com renda mensal de até dois salários mínimos: 77.3% (candomblé e umbanda) e 71.7% (católicos). Portanto, se há uma associação entre condições econômicas precárias e filiação à religião evangélica, essa associação – ao contrário do que parece sugerir a literatura – não é exclusiva a essa confissão.²⁴³

No Norte do Brasil, a Assembleia de Deus e a Congregação Cristã no Brasil (CCB) são as denominações evangélicas mais tradicionais, enquanto a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) se destaca por seu crescimento acelerado nas últimas décadas. De acordo com os dados do Censo de 2010, mais da metade dos membros da IURD (53,2%) concluiu pelo menos o ensino fundamental, enquanto esse número é de apenas 37,5% para a Assembleia de Deus e 32,8% para a CCB. A diferença se torna ainda mais evidente quando se analisa o nível de escolaridade mais alto. Aproximadamente 33,3% dos fiéis da IURD possuem o segundo grau completo, mais do que o dobro da porcentagem entre os membros da Assembleia de Deus (15,4%) e da CCB (13,1%). No caso da Assembleia de Deus e da CCB, observa-se uma relação inversa entre o nível educacional e a probabilidade de pertencer à denominação. Ou seja, quanto maior o nível de escolaridade, menor a chance de ser fiel dessas igrejas. As desigualdades educacionais entre as denominações evangélicas no Norte do Brasil são um reflexo das desigualdades sociais presentes na região. Neste ambiente, a educação a distância se torna uma ferramenta fundamental, e a figura da televisão entre os meios de comunicação muito mais necessária, pois as distâncias são consideravelmente epopeicas. Para se ter ideias das distâncias implicadas, “A Amazônia Legal tem 5 milhões de

²⁴² IBGE, 2010.

²⁴³ OLIVEIRA, 2019, p. 43.

quilômetros quadrados. A Amazônia Legal abrange 59% do território brasileiro, distribuído por 775 municípios. Representa 67% das florestas tropicais do mundo”.²⁴⁴ Se fosse um país, somente a Amazônia seria o 6º maior do mundo em extensão territorial.

Além dos desafios da comunicação na região norte, a educação teológica pode usar hoje os mais variados meios de comunicação, além da televisão, que sempre suscitou debate acalorado desde seu surgimento. A sua natureza e influência na sociedade vem sendo objeto de estudos desde há muito. Existem visões críticas²⁴⁵ e positivas,²⁴⁶ que consideram a TV como intrinsecamente má ou boa, respectivamente, muitas vezes ignorando a complexidade da relação entre o meio e seu público. Há aqueles, como Adorno,²⁴⁷ que considera a TV um produto da sociedade massificada que pasteuriza tudo sob a forma mercadoria, impossibilitando a arte autêntica e espontânea, e há aqueles, como Marshall McLuhan, que consideram os meios de comunicação partes extensivas das capacidades neurais dos seres humanos.²⁴⁸ No contexto brasileiro, a televisão, a despeito dos avanços trazidos pela revolução digital, é o meio de comunicação mais penetrante ainda na sociedade, sendo utilizada pela maioria da população.²⁴⁹ Segundo dados do IBGE, a população brasileira ainda tem um laço muito afirmado com o aparelho de TV, e com seus melhoramentos digitais.²⁵⁰ Cerca de quase 85% dos 71,5 milhões dos espectadores que veem vídeos no país o fazem em casa por meio da TV aberta ou

²⁴⁴ IMAZON. A Amazônia em números, 23 jun. 2009. Disponível em: <<https://amazon.org.br/imprensa/a-amazonia-em-numeros/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁴⁵ MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: editora SENAC, 2001.

²⁴⁶ WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

²⁴⁷ ADORNO, Theodor. **Televisão e formação**. Disponível em: <<https://bibliotecasocialvirtual.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/06/adorno-televisao-e-formacao.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁴⁸ Para o teórico canadense, os meios de comunicação não são apenas ferramentas neutras para transmitir informações, mas sim extensões do corpo humano que moldam a forma como percebemos e interagimos com o mundo. MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Decio Pignatari. 3. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 1971.

²⁴⁹ IBGE, 2010.

²⁵⁰ SÉRVIO, Gabriel. E o streaming? TV aberta domina consumo de conteúdo no Brasil. **Olhar Digital**, 02 mar. 2023. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2023/03/02/pro/e-o-streaming-tv-aberta-domina-consumo-de-conteudo-no-brasil/#:~:text=TV%20aberta%20domina%20consumo%20de%20conte%C3%BAdo%20no%20Brasil,-TV%20C3%A9%20o&text=A%20maioria%20dos%20brasileiros%20continua,recente%20divulga do%20pela%20Kantar%20Media.>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

paga.²⁵¹ O domínio da TV aberta é predominante e seu alcance é muito poderoso, significando 73% da fatia dos consumidores, restando às emissoras pagas 11,8%. O público que tem apenas a TV para consumir conteúdo, divide-se assim: TV aberta e paga – 84,8%; YouTube – 8,7%; Streaming – 6,5%. Já os resultados que tomam em conta todos os aparelhos combinados, isto é, TV, celulares, tablets e computadores, são esses: TV aberta e paga – 76,3%; YouTube – 16,6%; Streaming – 7,1%.²⁵² Entre 2021 e 2022, “[...] a proporção de domicílios com TV recuou de 95,5% para 94,4%. Isso ocorreu em todas as regiões e a maior redução foi na Região Norte: de 90,7% em 2021 para 89,9% em 2022”,²⁵³ justamente a região mais distante dos grandes centros litorais.²⁵⁴

A base do modelo de educação aplicado atualmente em países como o Brasil nasceu na Revolução Industrial, em meio à necessidade de ensinar as pessoas o trabalho realizado em fábricas. A sociedade atual, porém, evoluiu a passos largos e se depara com a necessidade de gerar conhecimentos aplicáveis em profissões mais tecnológicas e de uma forma mais digitalizada. Hoje, 49% das pessoas empregadas no Brasil trabalham com prestação de serviços, o que indica uma oportunidade para o setor educacional.²⁵⁵

Ao analisarmos a importância da TV como ferramenta de inclusão no interior do Brasil, é fundamental ir além das simplificações e reconhecer as nuances do seu impacto. O Brasil é o maior consumidor de TV na América do Sul.²⁵⁶ No interior do Brasil, a TV assume um papel fundamental na integração social e no acesso à informação. Ela oferece aos habitantes de regiões distantes notícias,

²⁵¹ NERY, Carmen. Em 2022, streaming estava presente em 43,4% dos domicílios com TV. **Agência IBGE**, Pnad Contínua: Acesso à internet e à televisão e posse de celular, 09 nov. 2023. Disponível em: <[²⁵² FELTRIN, Ricardo. Exclusivo: TV aberta e TV paga têm quase 85% do ibope no Brasil. **UOL**, 02 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2023/03/02/exclusivo-tv-aberta-e-paga-ainda-tem-76-do-ibope-no-brasil.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2024.](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38306-em-2022-streaming-estava-presente-em-43-4-dos-domicilios-com-tv#:~:text=Pa%C3%ADs%20tem%2071%2C5%20milh%C3%B5es,%25%20para%2094%2C4%25.>. Acesso em: 21 fev. 2024.</p>
</div>
<div data-bbox=)

²⁵³ **Agência IBGE**, 2023.

²⁵⁴ É conhecida a tese segundo a qual o Brasil, desde a colonização iniciada no século XVI, concentrou-se no litoral, sendo estas regiões as mais habitadas, especialmente a Região Sudeste. ALTINO, Lucas. Mais da metade da população brasileira vive no litoral do país, revelam dados do Censo 2022. **O Globo**, 21 mar. 2024. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2024/03/21/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-vive-no-litoral-do-pais-revelam-dados-do-censo-2022.ghtml>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁵⁵ Os desafios da educação na era da tecnologia. **Kantar IBOPE Media**, 31 jan. 2022. Disponível em: <<https://kantariibopemedia.com/conteudo/os-desafios-da-educacao-na-era-da-tecnologia/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

entretenimento, educação e cultura, elementos que antes eram inacessíveis. Programas educativos, informativos, culturais e de entretenimento de qualidade contribuem para a integração, desenvolvimento social e cultural das comunidades do interior, e promovem a inclusão social e a cidadania. No interior da Região Norte, as pessoas não são meros receptores passivos da TV. Elas reelaboram e se apropriam dos conteúdos de acordo com suas próprias realidades e experiências. A TV se torna um espaço de diálogo e construção de identidades, onde diferentes culturas e perspectivas se encontram.

Apesar de seu potencial, a TV também apresenta desafios no interior do Brasil:

- Falta de acesso à TV por assinatura e à internet: a desigualdade digital limita o acesso a conteúdo de qualidade e à participação em debates online.
- Predominância de programas de baixa qualidade: a programação muitas vezes prioriza o entretenimento banal e a publicidade, em detrimento de conteúdos educativos e informativos.
- Falta de representatividade: a população do interior ainda se vê pouco representada na mídia, o que reforça estereótipos e invisibiliza suas realidades.

Para superar esses desafios e maximizar o potencial da TV como ferramenta de inclusão, seria necessário:

- Ampliar o acesso à TV por assinatura e à internet: políticas públicas devem garantir o acesso à infraestrutura digital para todas as comunidades.
- Incentivar a produção de conteúdo de qualidade: o governo e as empresas de comunicação devem investir em programas educativos, informativos e culturais que atendam às necessidades das comunidades do interior.
- Promover a representatividade: a mídia deve dar voz e espaço para a população do interior, mostrando a diversidade de suas culturas e experiências.

A TV, quando utilizada de forma responsável e crítica, pode ser uma poderosa ferramenta de inclusão social e desenvolvimento no interior do Brasil. Ao superar as dicotomias e reconhecer a complexidade da relação entre o meio e seu

público, podemos aproveitar o potencial da TV para promover o acesso à informação, à cultura e à educação, fortalecer a identidade cultural e contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa. A TV não é um salvador ou um vilão. É uma ferramenta que pode ser utilizada para o bem ou para o mal. Cabe aos seus usuários, como sociedade, garantirem que ela seja utilizada de forma a promover o desenvolvimento social e a inclusão de todos.

A avaliação da TV como o deus da idolatria da pessoa comum, seu oráculo e a principal fonte de suas notícias e entretenimento, deve informar aos evangélicos que o poder dos meios de comunicação exige enorme responsabilidade. A responsabilidade dos evangélicos não é deixar a televisão funcionar como um espelho para o ser humano se ver apenas como ele é e se manter nessa imagem, mas exibir a imagem do ser humano como ele pode e deveria ser. Tal responsabilidade confere importância ao uso da televisão como meio comunicacional para a educação teológica.

No entanto, o menu televisivo para quem vive nas áreas da Região Norte do Brasil mudou drasticamente nos últimos dez anos, um fator, em grande parte, devido à globalização. Parece que a antiga utopia de tornar o mundo um só está finalmente se tornando realidade. O globo parece estar se tornando um lugar muito pequeno onde pessoas em diferentes partes do mundo podem partilhar desenvolvimentos tecnológicos. Parece que estamos em presença da chamada aldeia global, de Marshall McLuhan.²⁵⁷ A CNN e a Reuters podem transmitir os seus sinais instantaneamente dos seus centros nos EUA e na Europa para todo o mundo. Trata-se de uma utopia realizada. A comunicação instantânea é uma coisa alcançada. As distâncias se tornaram abstratas. Desse modo, as ferramentas globais de comunicação digital podem ser utilizadas para o progresso humano. As recentes descobertas científicas e médicas podem ser partilhadas globalmente e instantaneamente. O progresso humano torna-se mais visível. A televisão tem sido útil na criação de um mundo mais transparente e aberto, na divulgação de informações sobre abusos dos direitos humanos e crimes de ditadores. Crimes em

²⁵⁷ “Conceito desenvolvido pelo teórico Marshall McLuhan para explicar a tendência de evolução do sistema mediático como elo de ligação entre os indivíduos num mundo cada vez mais pequeno perante o efeito das novas tecnologias da comunicação. McLuhan considerava que, com os novos média, o mundo se tornaria numa pequena aldeia, onde todos poderiam falar com todos e o mais insignificante dos rumores poderia ganhar uma dimensão global”. Glossário da sociedade da Informação. Verbete: aldeia global. Disponível em: <<https://apdsi.pt/glossario/a/aldeia-global/>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

guerras são denunciadas²⁵⁸ e campanhas humanitárias mobilizadas.²⁵⁹ Os meios televisivos dizem a verdade, muitas vezes, enquanto figuras de autoridade, os pais, as leis, as Igrejas, os políticos, velam a verdade. Isso é visto em filmes, novelas, telejornais, documentários, programas de entretenimento, pregações religiosas etc. Não se ignora que a televisão, na era da sociedade de massa, gira em torno da mercadoria, como pontuou Adorno,²⁶⁰ e que ela ajuda, por vezes, a manipular as opiniões e emoções dos seus usuários e telespectadores. Ao assumir, ou mais corretamente, usurpar o papel de pai alternativo, a TV pode colaborar na criação de um ambiente no qual as crianças ouvem, mas não são informadas. O potencial do meio para comunicar diretamente deve deixar bem claro para aqueles que são realistas que as famílias devem expandir a visão e abrir-se para novas influências. A televisão desempenhou claramente um papel ao ajudar os movimentos populares e as igrejas em todo o mundo a estabelecerem redes de forma eficiente, mas também desempenhou um papel ativo para ajudar grupos racistas, criminosos e de propaganda a venderem as suas ideias. As mensagens audiovisuais podem ser usadas para servir a humanidade e promover o progresso humano, ou podem ser sequestradas para servir os interesses de grupos inclinados a malfeitos sociais.²⁶¹

A comunicação eficaz é um ingrediente importante para o sucesso de qualquer organização. É necessária a articulação, explicação e promoção de uma visão para estabelecer metas bem definidas para uma organização ou estabelecimento. Onde há comunicação eficaz, aumenta a tendência ao bom andamento das atividades, o que traz melhor produtividade. As igrejas pentecostais, como organizações religiosas, têm a responsabilidade de proclamar a palavra de Deus a todas as criaturas. Seus mandatos derivam das palavras de Jesus no Evangelho “Ide por todo o mundo e anunciai a Boa Nova a toda a criação” (Marcos

²⁵⁸ COMITÊ INTERNACIONAL DA CRUZ VERMELHA. Como o Direito Internacional Humanitário protege os jornalistas em situações de conflito armado? Entrevista com Robin Geiss, 27 jul. 2010. Disponível em: <<https://www.icrc.org/pt/doc/resources/documents/interview/protection-journalists-interview-270710.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

²⁵⁹ COMITÊ INTERNACIONAL DA CRUZ VERMELHA. **Diplomacia humanitária e comunicação**. Disponível em: <<https://www.icrc.org/pt/acoes/diplomacia-humanitaria-e-comunicacao>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

²⁶⁰ HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169-214. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

²⁶¹ BARROS FILHO, E. A. de. “Se não nos unirmos, a televisão estará estatizada”: empresários das comunicações e ditadura militar no Brasil. **Estudos Históricos** (Rio de Janeiro), 36(78), 162–181, 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S2178-149420230109>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

16. 15). As Igrejas cumprem este mandato através do processo de evangelização, que consiste em levar a Boa Nova a todas as camadas da humanidade e, através da sua influência, transformar a humanidade a partir de dentro e torná-la nova. Evangelização, portanto, significa comunicação da Boa Nova. Ao esforçar-se por anunciar o Evangelho a todos os povos, as igrejas pentecostais e neopentecostais dão importância ao seu papel como professoras de fé. Têm uma mensagem que deve ser comunicada.

Ao se considerar o impacto de programas de televisão para a educação teológica, dando ênfase intencionalmente na sua concepção enquanto currículo com objetivos educativos específicos destinados a promover competências cognitivas e sociais, bem como sua preparação em nível semiestruturado a partir dos programas, buscamos afirmar a relevância da televisão para a educação teológica a distância como parte do mandato evangélico dado por Cristo a sua Igreja, a despeito das profecias do fim da televisão tradicional.

A mídia passou por muitas mudanças nos últimos anos. A revolução digital ampliou os elementos positivos e também os negativos da comunicação por vídeo. Estas mudanças levaram à união de diferentes meios de comunicação num desenvolvimento conhecido como convergência dos meios de comunicação.²⁶² Como vimos, foi Jenkins que, em 2006, apresentou o conceito inovador de “Convergência Midiática”. Essa ideia, como uma bela sinfonia, nos convida a refletir sobre as transformações profundas que a tecnologia e a multiplicidade de mídias operam na sociedade contemporânea. Imagine um mundo onde a televisão, a internet, o rádio, o cinema e as redes sociais se entrelaçam, criando um universo de possibilidades sem precedentes. Essa é a realidade que a Convergência Midiática propõe, um fluxo constante de informações, onde as fronteiras entre os diferentes meios se dissolvem, dando origem a novas formas de comunicação e expressão. Este desenvolvimento resulta da progressão no desenvolvimento de novas tecnologias da informação e da comunicação. A união destas tecnologias digitais, informatizadas ou em rede passou a ser conhecida como novas mídias. A evolução

²⁶² CAMARGO, A. C.; VIEIRA MIRANDA, G.; MAGNONI, A. F. Convergência midiática e cultura participativa: a possibilidade de novas relações entre os agentes sociais no campo da comunicação e as novas tecnologias. **Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”**, 12(1), 75-87, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6071>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

dos novos meios de comunicação alterou a forma como muitas coisas são feitas e até percebidas. No centro da mídia convergente está a Internet. À medida que a utilização da Internet aumenta, outras formas dos velhos meios de comunicação, como a televisão, a rádio e os jornais, são forçadas a adaptar-se ao mundo dos novos meios de comunicação ou sofrerão declínio. Trata-se de não apenas educar por meio da televisão, mas educar para a televisão, pois não se trata apenas de entretenimento ou de informações de utilidade pública e sim de formação para a cidadania.

[...] Televisão para ajudar a educar, sim, mas simultaneamente a uma educação para a televisão. A formação para a cidadania não pode mais dispensar uma consistente educação para as mídias, em especial para a mídia televisual. Como formadora de comportamentos e opiniões, a TV exerce um poder sem precedentes. Não cabe negar esse fato, nem abordá-lo emocionalmente. Cabe, sim, educar para uma compreensão objetiva e crítica da linguagem e das mensagens da TV, para a identificação de como ela funciona enquanto mídia comercial, de como ela interage com as realidades sócio-culturais e políticas no mundo todo, mas de modo especial no Brasil.²⁶³

A televisão é um meio de comunicação que permanece e é melhorado com os dispositivos trazidos pela Internet, ferramenta muito importante dos novos meios de comunicação, e que está mudando a forma como a comunicação é realizada. Com o aumento contínuo das novas tecnologias de comunicação, muitos conceitos tradicionais na comunicação nos meios de comunicação de massa estão sendo redefinidos, retrabalhados e reinventados. Os novos meios de comunicação trazem consigo uma certa exigência de mudança ou ajuste. À medida que o ambiente mediático muda à nossa volta, e com a evolução das novas mídias, surgem questões sobre o significado, a disponibilidade e a utilização dos media na vida cotidiana. Isto não quer dizer que a mídia antiga está sendo totalmente substituída. As mídias antigas não estão sendo substituídas e não serão substituídas, a exemplo do rádio, que vem apresentando crescimento nos últimos anos.²⁶⁴ Pelo contrário, as suas funções e estatuto são alterados pela introdução de novas tecnologias. E a televisão ganha cada vez mais novos significados, especialmente numa região como

²⁶³ MAGALDI, Sylvia. A TV como objeto de estudo na educação: idéias e práticas. In: FISCHER, Rosa Maria Bueno (Org.). **Televisão & Educação**: fruir e pensar a TV. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 113.

²⁶⁴ Formatos de interesse do rádio continuam em alta ou crescendo em consumo. **SindiRádio**, 27 jul. 2023. Disponível em: <<https://www.sindiradio.org.br/noticias/item/formatos-de-interesse-do-radio-continuam-em-alta-ou-crescendo-em-consumo-2.html>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

a região Norte do Brasil, carente de boa infraestrutura e de mobilidade mais complexa, menos povoada e com uma das áreas ambientalmente mais protegidas do planeta.

A educação teológica, neste contexto, faz-se fundamental. Ela se torna um pilar fundamental para o desenvolvimento ministerial e a formação da identidade dos fiéis pentecostais. No Brasil, onde o pentecostalismo representa a maior força religiosa em crescimento, a televisão se tornou um canal de ensino religioso de grande alcance e impacto. Analisando seus aspectos positivos e negativos, seus desafios e oportunidades, e seu papel na formação da fé e da prática dos fiéis, a educação teológica por meio da televisão caracteriza-se como uma ferramenta extremamente útil e necessária.

4.3 IMPACTO DA EDUCAÇÃO TEOLÓGICA NO AMAZONAS

A partir da década de 1970, a televisão se consolidou como um meio de comunicação de massa no Brasil. As igrejas pentecostais, reconhecendo seu potencial, rapidamente incorporaram a TV em suas estratégias de evangelização e ensino. Programas de televangelismo, cursos bíblicos e cultos televisionados se tornaram ferramentas poderosas para alcançar um público amplo e diversificado, possibilitando o acesso à educação para todos. A televisão permite que pessoas de diferentes regiões, classes sociais e níveis de escolaridade tenham acesso à educação teológica, democratizando o conhecimento religioso e promovendo a inclusão social, pois seu alcance é amplo e a imersão nas imagens é mais didático do que apenas o som, como é o caso do rádio. Diante disso, natural a sua utilização para a educação teológica.

A TV atinge um público numeroso e heterogêneo, permitindo que os fiéis acompanhem as aulas de forma simultânea, em seus lares, sem precisar se deslocar para locais de ensino presencial. A variedade de conteúdos e formatos é outra vantagem da TV, que oferece diversos formatos de ensino, como programas de televangelismo, cursos bíblicos, debates teológicos e entrevistas com especialistas, atendendo às diferentes necessidades e estilos de aprendizagem dos fiéis. O uso de recursos audiovisuais permite o uso de imagens, vídeos e músicas, que tornam o aprendizado mais dinâmico, envolvente e acessível, uma vez que

[...] a utilização intensa da linguagem audiovisual tinha se tornado, talvez, o fato cultural mais marcante e onipresente da última década do século XX. Um fenômeno irreversível, poderoso irradiador de influências, impossível de ser bem compreendido fora de seu contexto social, econômico, político e tecnológico, caracterizado por crescente complexidade de fatores e aceleração de mudanças.²⁶⁵

A TV, por sua natureza, pode apresentar um conteúdo superficial e pouco aprofundado, limitando a compreensão dos temas teológicos e a interação entre alunos e professores. A falta de personalização e acompanhamento individual dos alunos e alunas, pode dificultar a resolução de dúvidas e o atendimento às necessidades específicas de cada um. Ela também pode promover uma postura passiva do espectador, limitando o desenvolvimento do senso crítico e da capacidade de questionamento dos fiéis, mas em toda e qualquer empreitada sempre existem riscos. A manipulação e doutrinação, devidas à falta de pluralismo e à concentração de poder nas mãos de líderes religiosos podem levar à manipulação e doutrinação dos fiéis, em detrimento do livre pensamento e da busca por uma fé autêntica, por isso, o papel da educação teológica televisiva na formação da fé pode permitir o espírito crítico e a autonomia para a vida de fé. Nesse sentido, a educação teológica por meio da televisão contribui para a formação da fé dos fiéis pentecostais e neopentecostais de diversas maneiras:

- Transmissão de Conhecimento Bíblico: a TV permite que os fiéis aprendam sobre a Bíblia, seus ensinamentos e histórias, aprofundando sua compreensão da fé cristã.
- Fortalecimento da Identidade Pentecostal: os programas teológicos televisivos reforçam os valores e crenças centrais do pentecostalismo, fortalecendo a identidade dos fiéis e promovendo o senso de comunidade.
- Preparação para o Ministério: a educação teológica televisiva pode preparar os fiéis para o ministério pastoral, missionário ou de liderança dentro das igrejas pentecostais.
- Orientação Moral e Ética: os ensinamentos teológicos transmitidos pela TV podem oferecer orientação moral e ética para os fiéis, ajudando-os a tomar decisões em suas vidas de acordo com os princípios da fé cristã.

²⁶⁵ MAGALDI, 2006, p. 115.

A educação teológica por meio da televisão é um fenômeno complexo e multifacetado, com aspectos positivos e negativos. É importante reconhecer seus benefícios, como o acesso à educação para todos, a variedade de conteúdos e o uso de recursos audiovisuais. Ela apresenta diversos desafios que precisam ser superados para que se torne uma ferramenta realmente eficaz na formação da fé e na preparação dos fiéis para o ministério. É possível combater a superficialidade e promover o aprofundamento teológico com programas teológicos televisivos que apresentem conteúdos mais aprofundados e reflexivos, incentivando o senso crítico e a busca por uma fé autêntica. Além disso, promover a interação e o acompanhamento individual é uma forma de interação entre aluno e professor, por meio de fóruns online, grupos de estudo e tutorias, para complementar o ensino televisivo e atender às necessidades individuais dos fiéis.

É essencial que a TV apresente diferentes perspectivas teológicas, promovendo o debate e o diálogo interreligioso, evitando a manipulação e a doutrinação equivocada dos fiéis. Investir na qualificação dos professores e na produção de conteúdo de qualidade, na formação de professores qualificados e experientes para atuarem na produção de conteúdo teológico de qualidade, com recursos audiovisuais adequados, essenciais para o sucesso da educação teológica televisiva. Nesse sentido, a TV pode ser utilizada como um complemento à educação teológica presencial, oferecendo aos fiéis uma experiência de aprendizado mais completa e abrangente.

Para além dos desafios mencionados, é importante destacar que a educação teológica televisiva também apresenta algumas oportunidades que podem ser exploradas:

- **Uso de novas tecnologias:** a utilização de plataformas digitais e ferramentas interativas pode tornar o ensino televisivo mais dinâmico e engajador, alcançando um público ainda maior e diversificado.
- **Produção de conteúdo em diferentes idiomas:** a tradução dos programas teológicos para diferentes línguas pode ampliar o alcance da mensagem pentecostal, levando o evangelho a novos públicos e culturas.
- **Criação de programas específicos para diferentes públicos:** a produção de programas teológicos direcionados a grupos específicos, como jovens,

mulheres ou pessoas idosas, entre outros, pode atender às necessidades e interesses de cada público de forma mais eficaz.

A educação teológica por meio da televisão tem o potencial de transformar a forma como os fiéis pentecostais aprendem sobre sua fé e se preparam para o ministério. Ao investir na qualidade do ensino, na formação dos professores e na produção de conteúdo relevante, as igrejas pentecostais podem utilizar essa ferramenta poderosa para promover o crescimento espiritual dos fiéis, fortalecer a comunidade pentecostal e contribuir para a construção de novas formas de convivência evangélica.

Por ser uma educação que ocorre em espaços e tempos diversos, as tecnologias da informação e da comunicação são muito necessárias, pois, no ensino a distância a interação com o professor é indireta e tem de ser mediatizada por diversos meios tecnológicos.²⁶⁶

Neste sentido, as Igrejas Assembleia de Deus no Brasil têm atuado e sido um bom exemplo, junto a outras denominações evangélicas, na área de educação teológica a distância com o uso da televisão. Educar por meio da e para a televisão consiste em introduzir nos programas de caráter teológico um processo de aprendizagem de leitura e análise de textos, temas e assuntos variados por meio de programas de TV, filmes e obras videográficas. Do mesmo modo que a leitura da linguagem verbal, essa aprendizagem exige basicamente uma prática devidamente apoiada e orientada. A leitura audiovisual mais qualificada expande a capacidade de compreender, distinguindo e, ao mesmo tempo, integrando conteúdos e formas. Apura a percepção visual e auditiva, permitindo identificar e apreciar a composição imagem/som/texto, que é a própria essência dessa linguagem e fonte de sua atração. Possibilita, assim, aprender bastante sobre como ela é escrita, ou seja, é importante saber aprender a compreender o aprendido por meio da televisão para que ela não reste puro entretenimento.

De algum modo, a educação teológica a distância vem cumprindo seu papel no seio das igrejas, e em especial no seio das igrejas do pentecostalismo e do neopentecostalismo, por meio da televisão. Podemos enumerar algumas questões

²⁶⁶ SANTOS JUNIO, Samuel dos. et ali. Educação a distância na Amazônia: desafios e possibilidades na implantação. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/319880235_EDUCACAO_A_DISTANCIA_NA_AMAZONIA_DESAFIOS_E_POSSIBILIDADES_NA_IMPLANTACAO>. Acesso em: 21 fev. 2024.

fundamentais que vêm preenchendo, parcial ou consideravelmente, este quadro, além de servir como parâmetro para a sua ação:

- ✓ a TV e o vídeo são atraentes para os mais diversos públicos, pois trabalham com a imagem;
- ✓ os significados da expressão linguagem, aplicada ao audiovisual em geral e, em particular, à televisão, ajudam a emoldurar as ideias de forma mais plástica;
- ✓ o aprendizado pela linguagem audiovisual (como se faz com outras linguagens) ou a quem vai ao cinema e assiste a vídeos e TV é tornado um material para a “alfabetização digital”, e conseqüentemente, formatados para serem lidos, compreendidos, interpretados e identificados como linguagens do mundo;
- ✓ diante do risco de que a linguagem e as programações da TV comercial sejam, efetivamente, os principais fatores responsáveis pelo empobrecimento da linguagem verbal, cada vez mais maltratada em toda parte, além do crescente e escancarado desinteresse das crianças e dos jovens pela leitura, acompanhado pela impotência e desânimo dos professores, e em relação aos estudos escolares, a educação teológica pela televisão se torna um canal efetivo a quem se localiza a grandes distâncias e com poucas oportunidades;
- ✓ como a agência social chamada “escola” foi criada, um dia, para cuidar da transmissão e do desenvolvimento da cultura letrada, filha da linguagem verbal e do livro, essa função original vem se esvaziando cada vez mais, e o papel da imagem e do som, na construção de um perfil e proposta cultural para uma nova educação, voltam-se para funções significativas, no contexto contemporâneo das convergências dos meios de comunicação;
- ✓ por que não poderiam as linguagens verbal e audiovisual vir a conviver e interagir na educação teológica, criativa e produtivamente, enriquecendo a formação de educandos e de educadores?
- ✓ Considerando que os programas didáticos, ou instrucionais, cuja função é ensinar, podem ser visualizados, os programas temáticos

que, mesmo não sendo didáticos, fazem aprender, bem como os inúmeros filmes e programas que, mesmo sem nenhuma intenção específica, possuem potencial para educar, caracterizam-se por funções pedagógicas específicas que cada audiovisual deve desempenhar num contexto de ensino? Que propostas e contornos deveria ter uma educação teológica para a TV?

4.4 CONTEÚDO TEOLÓGICO E APRENDIZADO

O letramento digital é uma tarefa imposta aos seres humanos do séc. XXI, especialmente após a chegada da pandemia do Covid-19, onde muitas celebrações litúrgicas afins, muitos ensinamentos teológicos e catequéticos foram realizados de maneira remota, obrigando párocos, pastores, professores em seminários etc. a se reinventarem para assistirem seus correligionários e alunos e alunas. As tecnologias da informação e da comunicação estão presentes hoje para facilitarem a interatividade entre os dois polos de interesse nessa equação, os que celebram/ministram/ensinam e os que participam/recebem/aprendem. E a televisão vem se destacando como um aliado imprescindível na divulgação da informação, embora – como já observado - seus críticos venham de longa data especulando que a televisão estaria com seus dias contados diante das novas tecnologias que emergem a cada dia e mais rapidamente.

A convergência midiática está alterando tanto os padrões de distribuição de programação televisiva, quanto aos hábitos de consumo destes conteúdos, com implicações para o modelo de negócio. Assim diante da crescente oferta de bens culturais e das novas plataformas de distribuição de conteúdos audiovisuais, as emissoras regionais de televisão vêm se apropriando das novas tecnologias, especialmente a Internet. Não se trata de uma mera substituição de um meio por outro, o vídeo com áudio é uma forma de comunicação de difícil substituição, ao que tudo indica, e sua abrangência abarca com tranquilidade as novas revoluções comunicacionais. O problema maior está no fato em torno da propaganda e da manutenção de padrões tradicionais usados pelas emissoras. Hoje, a divulgação de propagandas assumiu padrões distintos e a veiculação de comerciais pagos se pulveriza cada vez mais para novos formatos. No entanto, a abrangência da televisão ainda é dominante. Isso pode ser visualizado de modo mais didático na

transmissão da Copa do Mundo de Futebol Masculino de 2022, quando o Canal no Youtube Cazé TV, registrou um alcance de 4,9 milhões de conexões simultâneas,²⁶⁷ um recorde, enquanto a TV Globo alcançou na transmissão de apenas uma partida 49,7 pontos dos 80% das TVs que estavam ligadas no horário da partida entre Brasil e Croácia, na terça, 18 de dezembro de 2022.²⁶⁸ Ao todo, a TV Globo alcançou um total de 170 milhões de pessoas com as transmissões da Copa do Mundo de 2022 na TV. Este resultado é a soma das audiências na TV aberta, do Sportv, na TV paga, ao longo de todas as 64 partidas da competição. Isto é, um domínio absoluto da televisão tradicional.

A televisão é um meio de comunicação prevaletente por vários fatores. A imagem e o alcance em regiões distantes do país são ainda decisivos, pois a infraestrutura de regiões muito distantes e pouco povoadas inibe investimentos nesta área de tecnologia e comunicação. Transmissões baseadas ainda na estrutura de emissoras regionais se sustentam pela organização e pela facilidade que as pessoas têm em apenas ligar a TV, o computador ou o celular. Especialistas dizem que a TV tradicional se recria e se adapta às novas condições e desafios que *streaming*²⁶⁹ e novas formas de transmissão pela internet elaboram a cada dia.²⁷⁰

A era digital, marcada pela convergência de diferentes mídias, abre um leque de ferramentas que redefinem a forma como a educação teológica é transmitida e assimilada. A internet, as redes sociais, os cursos online e as plataformas de videoconferência se tornam ferramentas valiosas para democratizar o acesso ao conhecimento e personalizar a experiência de aprendizado. Isso tudo pode ser usado e potencializado pela televisão, justamente para alcançar lugares e ambientes nos quais a internet ainda não tem força e abrangência.

²⁶⁷ Transmissão da Copa por Casimiro bate recorde mundial no YouTube. **Meio & Mensagem**, 28 de novembro de 2022. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/transmissao-da-copa-por-casimiro-bate-recorde-mundial-no-youtube#:~:text=Exibida%20pelo%20canal%20Caz%C3%A9%20TV,por%201X0%20sobre%20a%20Su%C3%AD%C3%A7a.>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁶⁸ Copa do Mundo turbinou audiência da Globo em até 400%; veja ibope dos jogos. **UOL**, Notícias da TV, 18 dez. 2022. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-do-mundo-turbina-audiencia-da-globo-em-ate-400-veja-ibope-dos-jogos-94510>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁶⁹ Streaming é uma palavra em inglês que significa a transmissão de dados de áudio ou vídeo realizada em tempo real do servidor para o dispositivo, como celular, notebook ou smart TV. No streaming não é preciso baixar arquivos, o que facilita sua visualização instantânea.

²⁷⁰ Como a TV tradicional tem conseguido enfrentar o avanço do streaming. **UOL**, 13 out. 2023. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2023/10/11/como-a-tv-tradicional-tem-conseguido-enfrentar-o-avanco-do-streaming.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

A educação teológica a distância, impulsionada por estas convergências midiáticas, rompe as barreiras físicas e geográficas, permitindo que alunos de diferentes regiões e contextos socioculturais acessem conteúdos de qualidade e interajam com professores e colegas não apenas de suas regiões, mas de todo o mundo. Essa flexibilidade facilita a conciliação dos estudos com as demais atividades da vida, tornando a formação teológica mais acessível e inclusiva. Essas convergências permitem que a educação teológica se torne mais interativa e personalizada. Através de fóruns de discussão, chats online, grupos de estudo virtuais e ferramentas de avaliação individualizada, os alunos podem construir seu próprio ritmo de aprendizado, aprofundar seus conhecimentos e tirar dúvidas de forma direta e eficaz. A criação de conteúdos ricos e multimídia, como vídeos, podcasts, animações, infográficos e simulações, tornam o aprendizado mais dinâmico, envolvente e acessível. Essa diversidade de formatos facilita a assimilação do conhecimento por alunos com diferentes estilos de aprendizado e amplia as possibilidades de engajamento. A construção de comunidades virtuais de alunos e professores, onde o compartilhamento de experiências, a troca de ideias e a colaboração mútua se tornam pilares fundamentais da formação teológica, fortalece o senso de comunidade, promove o trabalho em equipe e desenvolve habilidades interpessoais essenciais para a liderança religiosa.

A educação teológica a distância também apresenta desafios. É preciso garantir a qualidade dos conteúdos, o acompanhamento individualizado dos alunos e a integração das ferramentas digitais com os valores e princípios da fé. Além disso, é fundamental que os alunos desenvolvam habilidades como autonomia, autodisciplina e responsabilidade para aproveitar ao máximo as oportunidades que essa nova era oferece. Nem todas as pessoas possuem acesso de qualidade à internet, portanto, a televisão se torna um meio comunicacional interessante, pois ela se estabelece independentemente de o sinal ou dados móveis serem disponibilizados ou não. A formação de indivíduos capazes de assumirem a missão e o mandato dado por Jesus resulta de ser ela capaz de efetuar proposições não muito complexas, embora a reflexão sobre a vida de fé esteja por si só calcada em percepções nada simplórias, e que sejam compreensíveis aos estudantes, sejam eles ministros ou não. É por meio de pregações, reflexões, cursos básicos, meditações e outras atividades comunicativas que aqueles telespectadores

membros das igrejas podem receber a sua formação enquanto cristãos que produzem frutos e reproduzem os objetivos das organizações religiosas.²⁷¹

O pentecostalismo, com suas diversas vertentes, é um dos movimentos religiosos que mais crescem no Brasil. Sua expansão está intimamente ligada ao uso estratégico da televisão, que se tornou um poderoso púlpito virtual para a propagação da fé e a construção de comunidades religiosas. As igrejas pentecostais rapidamente reconheceram o potencial da televisão como ferramenta de comunicação de massa. Através de programas religiosos, transmissões ao vivo de cultos e mensagens de fé, os líderes pentecostais alcançaram um público amplo e diversificado, transcendendo as barreiras geográficas e socioeconômicas. O discurso pentecostal, com sua linguagem simples, direta e catártica, encontrou na televisão um canal ideal para conectar-se com um público cativo e receptivo. A mensagem de salvação, cura e prosperidade, transmitida com fervor e convicção, encontrou eco em muitos brasileiros que buscavam respostas para seus anseios e problemas enfrentados no cotidiano.²⁷² A televisão também se tornou um instrumento fundamental para a construção e o fortalecimento de comunidades pentecostais. Através da programação religiosa, os fiéis são incentivados a se reunirem em suas casas ou em igrejas locais para assistirem aos cultos e compartilharem a fé. Essa prática promove a coesão social, o senso de pertencimento e a identidade religiosa.

As igrejas pentecostais também investiram na criação de suas próprias emissoras de televisão, gerando conteúdo religioso de alta qualidade e alcançando ainda mais fiéis. Essa iniciativa se tornou uma forma de negócio, com a venda de produtos religiosos, doações e publicidade, pois a realidade da televisão é a realidade da disputa e da produção de conteúdos atraentes, sem os quais as igrejas ficariam ocupando lugar à toa e investindo recursos desnecessários. No norte do Brasil, atualmente a Rede Boas Novas se destaca, estando “presente em 23 capitais, e transmitindo sinal para mais de 220 cidades do Brasil”.²⁷³ A Rede Boas

²⁷¹ SOUZA, E. C. B. de.; MAGALHÃES, M. D. B. de. Os pentecostais: entre a fé e a política. **Revista Brasileira De História**, 22(43), 85–105, 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/sj7KKXtNzFzJMDc6ZDZk9DN/#ModalHowcite>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

²⁷² CAMPOS, Leonildo. **Teatro, templo e mercado**: organização e marketing de um empreendimento pentecostal. Petrópolis/São Paulo, Vozes/UMESP, 1999.

²⁷³ BOAS NOVAS TV. Disponível em: <<https://boasnovas.tv/institucional/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

Novas é a maior rede evangélica de retransmissão de TV dentro da Amazônia Legal, e é vinculada à Assembleia de Deus no Amazonas, presidida pelo pastor Jônatas Câmara.²⁷⁴ Por meio da Fundação Evangélica Boas Novas, a igreja possui uma emissora geradora de TV em Manaus, o canal 8, e 11 retransmissoras, que cobrem as capitais de Tocantins, Roraima, Amapá, Maranhão, Rondônia e Mato Grosso. A Rede Boas Novas reconhece a importância da educação como ferramenta de desenvolvimento individual e social. Por isso, oferece diversos cursos e programas de formação, que compreendem recursos que vão desde a educação básica até a educação superior, visando qualificar seus membros para o mercado de trabalho e para a vida em comunidade. A Assembleia de Deus do Amazonas possui mais 57 retransmissoras no estado em nome da empresa Cegrasa, a Central de Emissoras, Gravações e Repetidoras Ajuricaba. A igreja também é proprietária de uma geradora em Porto Velho, o canal 6, por meio da empresa RBN – Rede Brasil Norte de Televisão. Além destas emissoras, existem outras não apenas pentecostais, mas de outras vertentes religiosas.²⁷⁵

A comunicação na Amazônia Legal é complexa, em termos de infraestrutura, e seu alcance e necessidade são gigantes em todos os sentidos. Tanto a Região Norte quanto as regiões que compõem a Amazônia Legal, nove estados, representando 56% do território nacional, constituem uma área coberta por florestas gigantesca, e o acesso aos municípios é difícil, e mais difícil ainda o acesso a certos municípios como Japurá, um município amazonense na fronteira com a Colômbia, cuja sede fica a quase mil quilômetros de distância de Manaus. A infraestrutura das comunicações de modo geral é precária. É neste contexto que a televisão ganha relevância. Em um panorama midiático nacional dominado por grandes redes de televisão, a região norte e a Amazônia Legal se destacam por uma paisagem televisiva única e vibrante. Uma legislação especial permitiu a proliferação de miniemissoras de TV aberta, que produzem conteúdo local e moldam a comunicação na região com suas próprias vozes. Ao contrário das retransmissoras tradicionais que apenas replicam a programação das grandes redes, as miniemissoras destas regiões têm a liberdade de criar e transmitir conteúdo próprio.

²⁷⁴ A TV Boas Novas de Manaus não se classifica como uma emissora regional no sentido tradicional, mas possui características que a aproximam do conceito. Ela possui sinal aberto via satélite, o que a permite alcançar um público mais amplo do que o de uma emissora regional tradicional.

²⁷⁵ LOBATO, Elvira. TVs da Amazônia. **Agência Pública**. Disponível em: <<https://apublica.org/tvsdaamazonia/>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

Isso significa que os telespectadores da região têm acesso a uma programação diversa e regionalizada, que reflete suas realidades, cultura e identidade.

A história dessa peculiaridade televisiva remonta a 1978, quando um decreto do presidente Ernesto Geisel permitiu que retransmissoras em “regiões de fronteira de desenvolvimento” fizessem inserções locais na programação.²⁷⁶ Essa iniciativa buscava incentivar o investimento em comunicação em áreas remotas e fortalecer a identidade local. Dez anos depois, em 1988, o então ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães definiu a Amazônia Legal como a área beneficiada por essa legislação especial. A portaria, assinada a pedido do empresário Phellipe Daou, um dos fundadores da Rede Amazônica, visava atrair investimentos em TV para a região.²⁷⁷

Para tornar o investimento em TV na Amazônia Legal mais atraente, a portaria permitiu que as miniemissoras transmitam até 3 horas e meia de programação própria por dia. Essa autonomia na produção de conteúdo possibilita que as emissoras gerem receita com publicidade local, tornando o modelo economicamente viável.

Atualmente, existem 1.737 canais de TV aberta espalhados por 742 municípios na Amazônia Legal, compreendendo municípios no Pará, Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Amapá, Tocantins, Maranhão e Mato Grosso. Essas emissoras locais se tornaram plataformas essenciais para a comunicação regional, dando voz a comunidades, movimentos sociais e diferentes segmentos da sociedade. A luta pela influência nesse espaço midiático é intensa. Políticos, empresários e igrejas investem na criação e manutenção de miniemissoras, buscando alcançar o público local e ampliar sua influência na região. A televisão na Amazônia Legal se consolida como um canal fundamental para o desenvolvimento regional, promovendo a democratização da comunicação, a valorização da cultura local e a participação da sociedade civil. Ao oferecer uma programação diversa e regionalizada, as

²⁷⁶ A Lei 13.649/18 e o Decreto 5.371/05 permitiram a inserção de programação e publicidade locais por retransmissoras que atuam, respectivamente, na área da Amazônia Legal e em regiões de fronteira de desenvolvimento do País, assim definidas pelo Ministro das Comunicações. BRASIL. Câmara dos Deputados. Legislação. Agência Câmara de Notícias, 07 abr. 2021. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2005/decreto-5371-17-fevereiro-2005-535726-norma-pe.html>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

²⁷⁷ BRASIL. Câmara dos Deputados. Educação aprova publicidade e programas locais em retransmissoras de TV. Agência Câmara de Notícias, 07 abr. 2021. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/743503-educacao-aprova-publicidade-e-programas-locais-em-retransmissoras-de-tv/>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

miniemissoras contribuem para a construção de uma identidade amazônica forte e autêntica.²⁷⁸

Com uma programação diversificada, que inclui cultos, programas musicais, talk shows, telejornais e novelas, essas emissoras alcançam um público amplo e fiel, impactando a vida de milhões de brasileiros. A abrangência e o alcance das emissoras de televisão evangélicas no Brasil são impressionantes. Estima-se que existam mais de 200 emissoras evangélicas no país, presentes em todo o território nacional. Além disso, muitas dessas emissoras possuem sinais via satélite, o que amplia ainda mais seu alcance e permite que seus programas sejam assistidos por pessoas em todo o mundo. A programação destas emissoras é diversificada e atende a diferentes públicos. Os cultos religiosos, com a participação de pastores renomados, são um dos principais atrativos dessas emissoras. Os telespectadores dessas emissoras se identificam com a mensagem de fé e esperança transmitida em seus programas e encontram neles um refúgio para suas angústias e um guia para suas vidas. Seu impacto social e cultural no Brasil é significativo. Essas emissoras contribuem para a difusão da fé cristã, para a promoção de valores como a família e a solidariedade e para a construção de uma sociedade mais justa e fraterna. Essas programações devem atender ao que as regionalidades necessitam, como afirma Silva, “A Televisão Regional tem como principal objetivo trabalhar a comunicação entre público e região onde está inserida”.²⁷⁹

Apesar de seu sucesso, as emissoras de televisão evangélicas também enfrentam desafios. Um dos principais desafios é a qualidade da programação, que muitas vezes é considerada repetitiva e sem inovação. Outro desafio é a competição com as emissoras seculares, que possuem mais recursos e tecnologia. O investimento em tecnologia e na produção de conteúdo de qualidade é fundamental

²⁷⁸ “Na legislação brasileira há duas formas de outorgas¹⁷ para a funcionabilidade de TV. A primeira são geradoras que acumulam um total de 538 emissoras que podem inserir programação própria localmente, registradas pela Anatel, a Agência Nacional de Telecomunicações, criada pela Lei 9.472, de 16 de julho de 1997. A segunda são as Retransmissoras de Televisão (RTVs), somando 11.493 emissoras, das quais 1.696 podem inserir programação local, sendo elas instaladas na Amazônia Legal [...]”. SILVA, Luiz Otávio Borges. **TVs da Amazônia Legal: uma realidade desconhecida.** Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo. (Graduação) - Escola de Direito, Negócios e Comunicação, PUC Goiás, 2021. p. 22. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/2627?mode=full>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

²⁷⁹ SILVA, 2021.

para que essas emissoras mantenham sua competitividade e alcancem ainda mais pessoas.

A televisão se tornou um poderoso púlpito virtual para as igrejas pentecostais no Brasil, oferecendo diversas vantagens para a educação e o crescimento da fé. Dentre eles, podemos elencar alguns muito importantes:

1. Alcance ampliado:

A principal vantagem da educação por televisão é o seu alcance ampliado. Através da TV, as igrejas pentecostais podem transmitir sua mensagem para um público vasto e diversificado, transcendendo barreiras geográficas, socioeconômicas e culturais. Essa abrangência permite que a fé pentecostal alcance pessoas que talvez nunca tivessem a oportunidade de frequentar uma igreja física. Seu poder é muito grande, pois uma transmissão nos EUA, por exemplo a de um televangelista, pode ser traduzida e disponibilizada globalmente. Além disso, gravações são disponibilizadas para a educação teológica e formação de lideranças em lugares de difícil alcance dos meios tradicionais de educação.

2. Imediatez e Acessibilidade:

A televisão oferece comodidade e acessibilidade, permitindo que as pessoas assistam aos cultos e programas religiosos no conforto de suas casas, em qualquer dia e horário. Essa flexibilidade facilita o acesso à fé para pessoas com agendas lotadas, dificuldades de locomoção ou que residem em locais distantes das igrejas. Hoje em dia, com o processo de convergência midiática, a televisão está se tornando em algo mais dinâmico e pulverizada em termos de alcance. Com as novas tecnologias, é possível ver um programa quando for mais cômodo para o telespectador.

3. Diversidade de Conteúdos:

As igrejas pentecostais podem utilizar a televisão para oferecer uma diversidade de conteúdos que vão além dos cultos tradicionais. Programas musicais, *talk shows*, telejornais e novelas com temática religiosa podem atrair públicos específicos e apresentar a fé pentecostal de forma mais dinâmica e interessante.

4. Fortalecimento da Comunidade:

A televisão pode ser utilizada para fortalecer a comunidade pentecostal, transmitindo mensagens de fé, esperança e incentivo aos membros das igrejas. Através da TV, as igrejas podem promover a unidade, o senso de pertencimento e o engajamento dos fiéis. Além da construção de um senso de pertencimento regional ou regionalista cujo objetivo é fortalecer as características da vinculação territorial em situações de fronteira.

5. Profissionalização e Credibilidade:

O investimento em produção audiovisual de qualidade pode contribuir para a profissionalização das igrejas pentecostais e para o aumento da credibilidade da fé pentecostal perante a sociedade. Programas bem-produzidos, com boa qualidade de imagem e som, podem atrair novos públicos e fortalecer a imagem das igrejas.

6. Ferramenta de Marketing e Divulgação:

A televisão pode ser utilizada como uma ferramenta de marketing e divulgação para as igrejas pentecostais. Através da TV, as igrejas podem divulgar seus eventos, projetos sociais e atrair novos membros. Elas podem conduzir suas atividades missionárias ao mesmo tempo em que produzem um serviço público, uma vez que são organizações que fazem uso de dispositivos de legais de colaboração com os objetivos do Estado Brasileiro na integração regional.

7. Impacto Social e Cultural:

A educação por televisão pode ter um impacto social e cultural positivo, promovendo valores como a família, a solidariedade, o amor ao próximo e a fé em Deus. As igrejas pentecostais podem utilizar a TV para contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e fraterna.

É importante ressaltar que a educação por televisão também apresenta desafios. A qualidade da programação, a competição com as emissoras seculares e o risco de mercantilização da fé são alguns dos pontos que precisam ser considerados pelas igrejas pentecostais. A educação por televisão se tornou uma ferramenta poderosa para as igrejas pentecostais no Brasil, oferecendo diversas vantagens para a propagação da fé e o crescimento da comunidade. No entanto, é importante que as igrejas utilizem essa ferramenta de forma responsável e ética, buscando sempre a qualidade, a profissionalização e o impacto positivo na sociedade.

A televisão é um instrumento valioso na condução da educação e no processo de construção de missões que avulsem a relevância das comunidades pentecostais em condições e contextos nos quais as denominações pentecostais compreendem como localidades de seu crescimento na força do Espírito, como é a Região Norte do Brasil. O uso da televisão para a educação tem sofrido mudanças significativas, porém, tem se reconfigurado nos processos de convergência midiática e encontrado novos caminhos de sobrevivência, levando em frente sua missão institucional e doutrinária na utópica criação de um mundo em comunicação e, portanto, em comunhão.²⁸⁰

Diante disso, a educação teológica proposta é dividida em três pilares: História da Teologia, Teologia Bíblica e Teologia Sistemática.

4.5 PROPOSTA DE EDUCAÇÃO TEOLÓGICA: HISTÓRIA, BÍBLIA E SISTEMÁTICA

A educação teológica proposta segue a História da Teologia, a Teologia Bíblica e a Teologia Sistemática.

Objetivos do Curso de educação teológica a distância por televisão:

- Compreender o desenvolvimento histórico da teologia nas principais tradições religiosas.
- Analisar as influências sociopolíticas, culturais e filosóficas no pensamento teológico.
- Refletir sobre a relevância da teologia na contemporaneidade.
- Desenvolver a habilidade de crítica e interpretação de textos teológicos.

Público-alvo da educação teológica

- Pessoas em regiões remotas, com acessibilidade por via televisiva.
- Modalidade: Presencial ou EAD.

A educação teológica pela televisão segue os três pilares: História da Teologia, Teologia Sistemática e Teologia Bíblica.

²⁸⁰ REDE BOAS NOVAS. **Institucional**. Disponível em: <<https://boasnovas.tv/institucional/>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

Para a História da Teologia, abordagem tanto os dos aspectos históricos quanto os teológicos, permitindo aos alunos entenderem o desenvolvimento do pensamento teológico ao longo do tempo e sua influência nas diferentes tradições religiosas.

Conteúdo Programático para História da Teologia

Módulo 1: Introdução à Teologia

História e Definição: O que é Teologia? Conceitos-chave e metodologias.

Teologia e Religião: Diferenças e inter-relações.

Módulo 2: Teologia na Antiguidade

Teologia no Egito Antigo, Mesopotâmia e outras civilizações antigas.

Teologia na Grécia Antiga: Pré-socráticos, Sócrates, Platão e Aristóteles.

Teologia Judaica: O Antigo Testamento e o pensamento teológico judaico.

Módulo 3: Teologia Cristã Primitiva e Medieval

O Novo Testamento e o desenvolvimento da Teologia Cristã.

Pais da Igreja: Agostinho, Orígenes e outros teólogos influentes.

Teologia Medieval: Tomás de Aquino, Escolástica e a síntese entre fé e razão.

Módulo 4: Teologia Islâmica

O Alcorão e a teologia muçulmana.

Os grandes teólogos do Islã: Al-Ghazali, Averróis e outros.

Módulo 5: Teologia na Era Moderna

Reforma Protestante: Lutero, Calvino e a nova visão teológica.

Iluminismo e Teologia: A crítica da religião e as respostas teológicas.

Desenvolvimentos na teologia católica e protestante no período moderno.

Módulo 6: Teologia no Século XX e XXI

Teologia da Libertação, Neo-ortodoxia, e Teologia Feminista.

Desafios contemporâneos: Secularização, pluralismo religioso e diálogo inter-religioso.

Para o módulo de Teologia Sistemática, abordagem que contemple as principais doutrinas teológicas e sua evolução ao longo do tempo.

Conteúdo Programático para Teologia Sistemática.

Módulo 1: Introdução à Teologia Sistemática

Definição e Importância: O que é Teologia Sistemática?

Métodos e Abordagens: Diferentes escolas e tradições na teologia sistemática.

Relação com outras disciplinas teológicas: Teologia Bíblica, Teologia Moral, etc.

Módulo 2: Doutrina de Deus (Teontologia)

Atributos de Deus: Imutabilidade, onipotência, onisciência, etc.

Trindade: Desenvolvimento histórico da doutrina trinitária.

Teologia Natural e Revelação: Argumentos clássicos sobre a existência de Deus e a revelação divina.

Módulo 3: Cristologia

Pessoa de Cristo: Desenvolvimento da doutrina sobre a natureza divina e humana de Jesus.

Obras de Cristo: Expição, ressurreição e ascensão.

Controvérsias Cristológicas: Heresias antigas e ortodoxia cristã.

Módulo 4: Pneumatologia (Doutrina do Espírito Santo)

Papel do Espírito Santo na Trindade.

Obra do Espírito Santo: Na criação, na salvação e na vida da igreja.

Movimentos Pneumatológicos: Pentecostalismo e carismatismo.

Módulo 5: Soteriologia (Doutrina da Salvação)

Justificação, Santificação e Glorificação: Desenvolvimento histórico e implicações doutrinárias.

Predestinação e Livre Arbítrio: Perspectivas calvinistas, arminianas e outras.

Críticas Contemporâneas à Soteriologia: Diálogos com teologias da libertação, feminista, etc.

Módulo 6: Eclesiologia (Doutrina da Igreja)

Natureza e Missão da Igreja: Como a doutrina da igreja se desenvolveu ao longo da história.

Sacramentos: História e teologia do batismo, eucaristia e outros.

Igreja e Sociedade: O papel da igreja em diferentes contextos históricos e culturais.

Para o módulo de Teologia Bíblica, focar na análise das Escrituras a partir de uma perspectiva teológica, explorando como as doutrinas emergem e se desenvolvem dentro do próprio texto bíblico.

Conteúdo Programático para Teologia Bíblica.

Módulo 1: Introdução à Teologia Bíblica

Definição e Importância: O que é Teologia Bíblica? Diferenças em relação à Teologia Sistemática.

Métodos de Estudo: Análise temática, exegética e histórica da teologia bíblica.

Unidade e Diversidade da Bíblia: Como a teologia bíblica lida com a diversidade de textos e tradições.

Módulo 2: Teologia do Antigo Testamento

A Criação e o Povo de Deus: Gênesis e as narrativas de criação.

Aliança e Lei: A teologia da aliança com Abraão, Moisés e Davi.

Profetas e a Justiça de Deus: O papel dos profetas e suas mensagens teológicas.

Sabedoria e Poesia: Teologia nos Salmos, Provérbios e outros livros sapienciais.

Exílio e Restauração: O impacto teológico do exílio babilônico.

Módulo 3: Teologia do Novo Testamento

O Reino de Deus: A centralidade do Reino na pregação de Jesus.

Cristologia: A identidade e obra de Jesus nos Evangelhos e nas Epístolas.

Soteriologia: Doutrinas da salvação e justificação em Paulo e nos demais apóstolos.

Eclesiologia: A igreja como o novo povo de Deus nas Epístolas e Atos dos Apóstolos.

Escatologia: Temas escatológicos no Novo Testamento, com foco em Apocalipse.

Módulo 4: Temas Intertestamentários e Continuidade

O Messias: Expectativas messiânicas no Antigo Testamento e seu cumprimento no Novo.

Aliança: Continuidade e descontinuidade entre as alianças do Antigo e Novo Testamento.

Lei e Graça: A transição da lei mosaica para a nova aliança em Cristo.

Povo de Deus: De Israel à Igreja – um estudo comparativo.

Módulo 5: Teologia Bíblica Aplicada

Interpretação Teológica: Como aplicar a teologia bíblica na exegese e na pregação.

Desafios Contemporâneos: A relevância da teologia bíblica para questões atuais.

Diálogo Interdisciplinar: A relação da teologia bíblica com a arqueologia, história e estudos culturais.

4.5 SÍNTESE

Vimos que a Região Norte possui dimensões ainda difíceis de medir, tanto em termos de riqueza natural quanto geográfica, sendo suas proporções colossais. Neste ambiente, o pentecostalismo nasceu e se desenvolve. Para sua necessária veiculação é fundamental que sejam possibilitadas as ferramentas educacionais adequadas, e neste sentido, a educação a distância possibilitada pela televisão tem se mostrado imprescindível. As emissoras de televisão na Região Norte têm caráter

integrativo, desenvolvimentista e cidadão. A comunicação de qualidade é de suma importância para a região, uma vez que o deslocamento é dificultado por fatores florestais e hidrográficos, além de humanos. Nesse aspecto, a formulação de uma educação teológica a distância se faz preciosa, objetivando-se a reprodução de valores próprios ao pentecostalismo aliados a pautas civilizatórias de integração dos territórios. A televisão se mostra um instrumento ainda eficaz e necessário, ainda que se propague há tempos sua caducidade. A televisão é revigorada pelos processos de convergência midiática as quais potencializam a interação da televisão com as mais recentes elaborações e tecnologias da informação.

5 CONCLUSÃO

O tema da pesquisa é a educação teológica através da televisão, um veículo com poder de influenciar os indivíduos em suas decisões. Defende-se a tese de que a televisão, apesar de todo o desenvolvimento ininterrupto do aparato tecnológico das mídias digitais de comunicação, continua ainda a ser um meio de interação com as pessoas, seja por viverem em locais de difícil acesso, como na Região Norte e na Amazônia, seja por se tratar do aparelho que está mais presente nas casas das pessoas.

Para tanto, a pesquisa iniciou destacando a cultura de massa e as tecnologias da informação nos séculos XX e XXI. Destacou a importância da indústria cultural para compreender o fenômeno da massificação em um contexto de universalização da educação. A cultura de massa é um processo que pode ou não levar à alienação, dependendo dos métodos e propostas de comunicação utilizados, especialmente no uso de tecnologias como a televisão no processo educacional. As teorias sobre a indústria cultural – apesar de seu caráter crítico – permitem analisar o impacto dos meios de informação massificados na cultura, bem como suas potencialidades para expandir os direitos à educação, especialmente na segunda metade do século XX e suas consequências para os dias atuais. O uso dos meios de comunicação e informação em massa, por si só, não implica necessariamente em processos alienantes; contudo, seu emprego se alinha de maneira dinâmica às formas e desejos de inclusão das massas submetidas à industrialização moderna.

Seguiu com a revolução trazida pelos meios de comunicação também nas últimas décadas. Verificou-se que a televisão, um dos maiores inventos da humanidade, sem dúvida transformou a maneira como vemos e pensamos o mundo. Mesmo com o avanço de outras formas de comunicação, especialmente a internet, a televisão mantém seu espaço. Nos lares mais humildes, a televisão aberta é assistida por longas horas diariamente. No Brasil, o consumo médio é de cinco horas diárias. Entre as classes mais abastadas, a vasta oferta de canais nas TVs por assinatura faz dela uma companheira tanto nas horas de lazer quanto de trabalho, já que muitos acessam canais que oferecem cultura e ciência.

Não é mais pensar em termos de uma única audiência de “massa” alcançada por algumas mídias de “massa” dominantes que visam criar uma única cultura global. Por atingir bilhões de pessoas diariamente, a televisão é uma ferramenta que pode ser usada de diversas formas e para inúmeros objetivos. Dependendo de quem ou de que grupo detém seus direitos, a mensagem é formulada de acordo com a orientação do proprietário. No Brasil, é um fenômeno a criação de canais de televisão por igrejas pentecostais, neopentecostais e pelo movimento carismático da Igreja Católica. Cada um busca converter o maior número possível de pessoas às suas crenças.

A televisão corresponde ao antigo desejo humano de se comunicar sem fronteiras e com impressionante rapidez. Essa utopia pode ser validada por seus efeitos positivos ou negativos, quando novas etapas societárias são alcançadas. Exemplos disso incluem maior tempo de descanso, conscientização sobre pautas importantes para a saúde da população por meio de campanhas de vacinação e, como destacamos, a democratização da educação. A televisão desempenha um papel crucial na educação a distância, ajudando a superar distâncias e barreiras colossais, como as encontradas na Região Norte do Brasil, cuja vasta área inclui a Amazônia Legal.

Por fim, destacou a televisão como tecnologia para a educação teológica, delimitando a região Norte do Brasil, especificamente a Amazônia. A televisão desempenha um papel crucial na integração da Região Norte do Brasil, conectando as diversas comunidades e promovendo o desenvolvimento regional de diversas maneiras. Ela possibilita o acesso à informação. A TV fornece acesso à informação local, nacional e internacional, permitindo que a população da região norte se mantenha informada sobre os acontecimentos relevantes. Ela transmite notícias e eventos locais, regionais e nacionais, promovendo a integração social e o conhecimento da realidade das diferentes comunidades. Além disso, a TV oferece programas educativos que contribuem para a formação e o desenvolvimento intelectual da população, especialmente em áreas com menor acesso à educação formal. A educação a distância é um importante contributo da televisão em regiões de difícil mobilidade e acesso. A TV também é um importante canal para a divulgação da cultura regional, transmitindo programas que valorizam a música, a dança, a culinária, o artesanato e outras manifestações culturais da região. Dentro

desta compreensão, o oferecimento de opções de entretenimento e lazer para a população, contribuindo para a qualidade de vida e o bem-estar das pessoas, torna-se fundamental. Isso possibilita a conexão com a cultura nacional, conectando a população da região norte ao restante do país, transmitindo programas e novelas que refletem a diversidade cultural do Brasil.

No âmbito educacional, a TV é de utilidade pública, pois transmite campanhas educativas sobre temas como saúde, educação, meio ambiente e cidadania, promovendo a conscientização da população e a mudança de comportamento. As emissoras podem ser utilizadas como ferramentas para o ensino a distância, oferecendo cursos e aulas para a população em áreas remotas com acesso limitado à educação formal, promovendo valores como a tolerância, o respeito à diversidade, a cidadania e a sustentabilidade, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Ela colabora na divulgação de oportunidades de trabalho, negócios e investimentos na região norte, atraindo investimentos e gerando desenvolvimento econômico. Ela divulga o turismo, a cultura, a política e a possibilidade de migração, atraindo as pessoas de outras regiões do país a partir da divulgação das belezas naturais e humanas da região.

As igrejas pentecostais também participam destas possibilidades, uma vez que a Região Norte é o seu nascedouro no Brasil. A televisão se torna importante método de visibilidade para a educação e missão pentecostal. Em áreas remotas e de difícil acesso, a população ainda não tem acesso à infraestrutura e aos mecanismos sociais que comportam o aparato do estado, o que limita o alcance dos seus direitos. A televisão é um instrumento de comunicação e informação para a população. Além de ser um espelho para a população considerar seus líderes políticos. A televisão leva também – desta forma – a educação teológica para os fiéis pentecostais formação e conscientização acerca de pautas consideradas importantes. Contribuem – ao promover a educação – a cidadania, uma vez que a educação possui elementos para uma vivência cidadã e livre das adições e conturbações familiares que prejudiquem a boa saúde da sociedade.

A televisão, e seu uso pelas igrejas pentecostais, contribui significativamente para a integração da Região Norte do Brasil, conectando as comunidades, promovendo o desenvolvimento regional e fortalecendo a identidade cultural da região. No entanto, ainda há desafios a serem superados para que a TV possa

atingir todo o seu potencial e contribuir ainda mais para o desenvolvimento da região. A televisão, através de constantes convergências midiáticas, fomenta expectativas utópicas de integração e de alcance de uma significativa homeostase entre o elemento humano e a pleitora selva amazônica cuja manifestação a criação geme por sua manifestação (Rm 8. 9).

Por fim, conclui-se que a televisão desempenha um papel crucial na comunicação do Evangelho, especialmente na educação teológica a distância, facilitando a formação de novos líderes religiosos, principalmente em se considerando áreas de difícil acesso, como a Região Norte e a Amazônia Legal, e por ser o aparelho mais presente nas casas das pessoas. Ainda que a internet domine os aparatos comunicativos, a televisão permanece um meio eficaz de comunicação, graças à sua constante renovação através de sucessivas convergências midiáticas que integraram o vídeo aos novos formatos tecnológicos. Isso adapta as novas tecnologias da informação às condições do país, que ainda enfrenta desafios básicos como saneamento e saúde para todos. Além disso, as novas televisões agora incluem tecnologia interativa semelhante à de computadores, laptops e smartphones. A televisão pode ser acessada por outros dispositivos, não se limitando mais ao aparelho tradicional de TV.

REFERÊNCIAS

“Amazônia é vida”. **Agência Assembleia de Notícias**, 05 set. 2022. Disponível em: <[A empresa Gesellschaft für drahtlose Telegraphie System Telefunken, mais conhecida como Telefunken, foi criada na Alemanha em 1903. BURGESS, Mark P. D. **History of Telefunken**. 2011. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/transistorhistory/Home/european-semiconductor-manufacturers/history-of-telefunken>>. Acessado em: 06 out. 2023.](https://portal.al.go.leg.br/noticias/127187/amazonia-e-vida#:~:text=%C3%89%20sabido%20que%20a%20Amaz%C3%B4nia,de%20%22puIm%C3%A3o%20do%20mundo%22.>https://portal.al.go.leg.br/noticias/127187/amazonia-e-vida#:~:text=%C3%89%20sabido%20que%20a%20Amaz%C3%B4nia,de%20%22puIm%C3%A3o%20do%20mundo%22.>. Acesso em: 21 fev. 2024.</p></div><div data-bbox=)

A mudança dos Meios de Comunicação. **Folha Vitória**, Portal R7. Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/geral/noticia/05/2018/-conexao-faesa2105--a-mudanca-dos-meios-de-comunicacao>>. Acesso em: 07 out. 2023.

ABREU, Karen Cristina Kraemer; SILVA, Rodolfo Sgorla da. História e Tecnologias da Televisão. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação - BOCC**. Disponível em: <<https://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2023.

Acervo Museológico dos Laboratórios de Ensino de Física – AMLEF. Raios Catódicos. UFRGS, 2023. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/amlef/glossario/raios-catodicos/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

ADORNO, Theodor W. **Minima Moralia**. São Paulo: Ática, 1992.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2006.

ADORNO, Theodor. **Televisão e formação**. Disponível em: <<https://bibliotecasocialvirtual.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/06/adorno-televisao-e-formacao.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

ADORNO, Theodor. Televisão e Formação. p. 169-186. In: **Educação e Emancipação**. Entrevista concedida a Hellmut Becker e Gerd Kadelbach para a Divisão de Educação e Cultura da Rádio do Estado de Hessen. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179825/mod_resource/content/1/EDUCA%C3%87%C3%83O%20E%20EMANCIPA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

AGUIAR, Josefa de Abreu; LIMA, Alberto Valença L. de; JÓFILI, Zélia. Instrução Programada versus Texto Dissertativo: uma análise comparativa da aprendizagem. Anais do IV Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade – EDUCON – 22 a 24 de setembro de 2010, Universidade Federal de Sergipe - UFS. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10223/64/63.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2023.

ALMEIDA, Rozemberg Ribeiro de. Escravidão, resistência e a formação de quilombos na Amazônia: Jacarequara em Pauta. XXVII Simpósio Nacional de

História, conhecimento histórico e diálogo social, Natal, RN, 22 a 26 de julho de 2013. Disponível em: <https://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364781780_ARQUIVO_Artigo_RozembergAlmeida.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.

ALTINO, Lucas. Mais da metade da população brasileira vive no litoral do país, revelam dados do Censo 2022. **O Globo**, 21 mar. 2024. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2024/03/21/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-vive-no-litoral-do-pais-revelam-dados-do-censo-2022.ghtml>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

ALVES, Andréia Vicência Vitor; GIMENES, Pamela Caetano. Acordos internacionais e sua influência na gestão e no planejamento educacional do Brasil e do Paraguai. **Série-Estudos**, Campo Grande, MS, v. 28, n. 62, p. 215-236, jan./abr. 2023. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/sest/v28n62/1414-5138-sest-28-62-0215.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2023.

ALVES, Soraia. Relatório mostra que a liberdade na internet continua a diminuir no mundo todo. **Social Media, Tech**, 1 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/98881/relatorio-mostra-que-a-liberdade-na-internet-continua-diminuindo-no-mundo-todo/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

ANDERSON, Daniel R.; LORCH, Elizabeth Pugzles; FIELD, Diane Erickson; SANDERS, Jeanne. The Effects of TV Program Comprehensibility on Preschool Children's Visual Attention to Television. **Child Development**, v. 52, n. 1, Mar., pp. 151-157, 1981.

AQUINO, Maria Clara. Interatividade e participação em contexto de convergência midiática. p. 11-3. In: RIBEIRO, J.C., FALCÃO, T., SILVA, T. (Orgs.). **Mídias sociais: saberes e representações** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/hcmrr/pdf/ribeiro-9788523217341-02.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

ARENDT, Hannah. **Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das letras, 2012.

ASSMANN, Hugo. **A Igreja eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

BAILY, Bernard. **Education in the forming of American society**. Nova York: W. W. Norton, 1960.

BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BARROS FILHO, E. A. de. “Se não nos unirmos, a televisão estará estatizada”: empresários das comunicações e ditadura militar no Brasil. **Estudos Históricos** (Rio De Janeiro), 36(78), 162–181, 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S2178-149420230109>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

BARROSO, Ricardo Cavalcante. Regulação da mídia, opressão e democracia. **RIL**, Brasília, a. 52, n. 208, out./dez., p. 101-114, 2015. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/52/208/ril_v52_n208_p101.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

BECKER, B. **A construção audiovisual da realidade**: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2022.

BERNARDO, Fernanda Clarissa da Silva; LIMA, Mariane Bastos de. K-POP: A CULTURA POPULAR COREANA INFLUENCIANDO O BRASIL. XVENECULT Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 01 a 03 de agosto de 2019, Salvador, Bahia. Disponível em: <<http://www.xvenecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/112160.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2023.

BERNSTEIN, Dennis S. Feedback control: an invisible thread in the history of technology. **IEEE Control Systems Magazine**, Authorized licensed use limited to: Universidade Federal da Bahia, 2002. Disponível em: <<http://alunoeletrica.eng.ufba.br/material/eletronicaanalogica/materialdeestudo/9.1feedbackintrod.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

BERTUOL, Patrícia de Oliveira Assumpção. **Tratados Internacionais e as políticas públicas educacionais no Brasil**. Dissertação. 92 f. (Mestrado em Educação escolar) - Programa de Pós-graduação em Educação Escolar, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita, UNESP, Araraquara, 2020. Disponível em: <https://agendapos.fclar.unesp.br/agenda-pos/educacao_escolar/5291.pdf>. Acesso em: 30 out. 2023.

BEZERRA, Durvalina B. Educação Teológica. **Teologia Brasileira**, n. 99, dez. 2009. Disponível em: <<https://teologiabrasileira.com.br/educacao-teologica/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

BIRGIN, Alejandra. **Massificação do ensino**. Grupo de Estudos sobre Política Educacional e Trabalho Docente – GESTRADO, UFMG, 2022. Disponível em: <[https://gestrado.net.br/verbetes/massificacao-do-ensino/#:~:text=A%20massifica%C3%A7%C3%A3o%20do%20ensino%20refere,pas sa%20a%20ser%20para%20muitos\).](https://gestrado.net.br/verbetes/massificacao-do-ensino/#:~:text=A%20massifica%C3%A7%C3%A3o%20do%20ensino%20refere,pas sa%20a%20ser%20para%20muitos).>)>. Acesso em: 30 out. 2023.

BOAS NOVAS TV. Disponível em: <<https://boasnovas.tv/institucional/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Educação aprova publicidade e programas locais em retransmissoras de TV. Agência Câmara de Notícias, 07 abr. 2021. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/743503-educacao-aprova-publicidade-e-programas-locais-em-retransmissoras-de-tv/>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Legislação. Agência Câmara de Notícias, 07 abr. 2021. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2005/decreto-5371-17-fevereiro-2005-535726-norma-pe.html>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

BRASIL. Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE). Disponível em: <<https://www.gov.br/inpe/pt-br>>. Acesso em: 13 fev. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Decreto no 2.494, de 10 de fevereiro de 1998**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASIL. Ministério da educação. **Publicações**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/conaes-comissao-nacional-de-avaliacao-da-educacao-superior/195-secretarias-112877938/seb-educacao-basica-2007048997/12598-publicacoes-sp-265002211>>. Acesso em: 09 out. 2023.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<https://www.gov.br/mma/pt-br>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 8.069, de 13 de Julho de 1990**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2015**. Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-2013-a-2018/RelatrioFinalPesquisaBrasileiradeMdiaPBM2015.pdf/view>>. Acesso em: 07 out. 2023.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais**. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/ttransversais.pdf>>. Acesso em: 09 out. 2023.

BRETAS, Valéria. Quem são os brasileiros que passam mais tempo em frente à TV. **Exame**, 11 out. 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/quem-sao-os-brasileiros-que-passam-mais-tempo-em-frente-a-tv/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

BRIGGS, Asa, BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. De Gutenberg à internet. 2. Ed. Revista e Ampliada – Novo Capítulo. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2006.

BRONFENBRENNER, U. Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. **Developmental Psychology**, 22(6), 723–742, 1986. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/0012-1649.22.6.723>>. Acesso em: 10 out. 2023.

BUSETTO, Áureo. Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 54, p. 177-196, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/SWbgjcSDJyhTzr5d3xPjswy/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 07 out. 2023.

Cai o percentual de domicílios com televisão e TV por assinatura perde espaço. **O Tempo**, 16 set. 2022. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/economia/cai-o-percentual-de-domicilios-com-televisao-e-tv-por-assinatura-perde-espaco-1.2734522>>. Acessado em: 06 out. 2023.

CÂMARA, Thiago Jônatas Ferreira. **A televisão a serviço da evangelização da Igreja Evangélica Assembleia de Deus no Amazonas**. São Leopoldo, RS, 2016. 66 p. Dissertação (Mestrado Profissional) - Faculdades EST, Programa de Pós-Graduação, São Leopoldo, 2016 Disponível em: <http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/779/1/c%c3%a2mara_tjf_tmp491.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

CAMARGO, A. C.; VIEIRA MIRANDA, G.; MAGNONI, A. F. Convergência midiática e cultura participativa: a possibilidade de novas relações entre os agentes sociais no campo da comunicação e as novas tecnologias. **Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”**, 12(1), 75-87, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6071>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

CAMARGO, Camila. História da Televisão. **Tecmundo**, 09 jul. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/projetor/2397-historia-da-televisao.htm>>. Acesso em: 07 out. 2023.

CAMARGO, Cláudio. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In: MARTINS, Ana Luiza e LUCA, Tania Regina de (Org.). 2. ed. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

CAMPOS, Leonildo. **Teatro, templo e mercado**: organização e marketing de um empreendimento pentecostal. Petrópolis/São Paulo, Vozes/UMESP, 1999.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília Von (Org.). **A criança e a violência na mídia**. 3. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2007.

CARVALHO LIMA, Bruna Della Torre de. Resenha de: MICHAEL LÖWY. A jaula de aço: Max Weber e o marxismo weberiano. São Paulo: Boitempo, 2014. **Crítica Marxista**, n. 43, p. 167-169, 2016. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/resen%20a2017_06_09_18_37_20.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

CARVALHO, Cristiana. Internet das coisas: entenda o que é e como funciona. **Tecmundo**, 29 dez. 2021. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/312/pdf>>. Acesso em: 09 out. 2023.

COHN, Gabriel. “O meio é a mensagem: análise de McLuhan”. p. 363-371. In: **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo, TA-Queiroz, 1987.

COMITÊ INTERNACIONAL DA CRUZ VERMELHA. Como o Direito Internacional Humanitário protege os jornalistas em situações de conflito armado? Entrevista com Robin Geiss, 27 jul. 2010. Disponível em: <<https://www.icrc.org/pt/doc/resources/documents/interview/protection-journalists-interview-270710.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

COMITÊ INTERNACIONAL DA CRUZ VERMELHA. **Diplomacia humanitária e comunicação**. Disponível em: <<https://www.icrc.org/pt/acoes/diplomacia-humanitaria-e-comunicacao>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

Como a TV tradicional tem conseguido enfrentar o avanço do streaming. **UOL**, 13 out. 2023. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2023/10/11/como-a-tv-tradicional-tem-conseguido-enfrentar-o-avanco-do-streaming.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

Copa do Mundo turбина audiência da Globo em até 400%; veja ibope dos jogos. **UOL**, Notícias da TV, 18 dez. 2022. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-do-mundo-turbina-audiencia-da-globo-em-ate-400-veja-ibope-dos-jogos-94510>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

COSTA, Magnus Carlo de Oliveira. **A Frente Parlamentar Evangélica e Apoio à Vida (FPE): desafios para a teologia pública**. São Leopoldo, RS, 2015. 86 p. Dissertação (Mestrado Profissional) - Faculdades EST, Programa de Pós-Graduação, São Leopoldo, 2015. Disponível em: <http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/601/1/costa_mco_tmp390.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2024.

CRISTALDO, Heloisa. Censo: matrículas em cursos superiores de EAD superam presenciais. **Agência Brasil**, 18 fev. 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2022-02/censo-matriculadas-em-cursos-superiores-de-ead-superam-presenciais>>. Acesso em: 09 out. 2023.

CRUZ, Ana Clara Rabelo Saraiva de Oliveira. **“O Magnetismo da Televisão: seus encantos e segredos”**. Monografia. 52 f. (Bacharelado) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1439/1/ACruz.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

DE MELLO PEIXOTO AMARAL, Rita de Cássia. **Festa à Brasileira: Significados do festejar no país que “não é sério”**. Tese de Doutorado, USP. São Paulo, 1998. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21102004-134208/pt-br.php>>. Acesso em: 23 mar. 2024.

DIAS, Júlio César Soares; PEREIRA JUNIOR, Lucimar da Silva. Indústria cultural e seu impacto na educação. **Revista Educação Pública**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, 8 fev. 2022. Disponível em: <<https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/22/5/industria-cultural-e-seu-impacto-na-educacao>>. Acesso em: 09 out. 2023.

DUARTE, Rodrigo A. de Paiva. **Mímesis e Racionalidade: A Concepção de Domínio da Natureza em Theodor W. Adorno**. São Paulo: Loyola, 1993.

Ensino a distância cresce 474% em uma década. **Gov.br**, Assessoria de Comunicação Social do Inep, 04 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-cresce-474-em-uma-decada>>. Acesso em: 30 out. 2023.

FELTRIN, Ricardo. Exclusivo: TV aberta e TV paga têm quase 85% do ibope no Brasil. **UOL**, 02 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2023/03/02/exclusivo-tv-aberta-e-paga-ainda-tem-76-do-ibope-no-brasil.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

FERRARI, Fábio. O impacto da Internet nas mídias de massa, na publicidade, nas vendas e nos conteúdos digitais. **LinkedIn**, 28 abr. 2016. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/o-impacto-da-internet-nas-m%C3%ADdias-de-massa-na-vendas-e-fabio-ferrari>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

FERREIRA, Diana. **Meios de Comunicação Social**. Educação moral e religiosa e Católica. Disponível em: <<https://prezi.com/s2nxe3-b-whi/funcao-social-dos-meios-de-comunicacao/>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Os indígenas e os impactos da colonização europeia. **Jornal da USP**, 29 nov. 2016. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/os-indigenas-e-os-impactos-da-colonizacao-europeia/>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

FERREIRA, Rosângela Gomes. Uma abordagem morfossemântica das formações TELE-X no português brasileiro. **Linguagem**: teoria, análise e aplicações, (6), 2011. Disponível em: <http://www.pglettras.uerj.br/linguistica/textos/livro06/LTAA06_a04.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

FIANCO, Francisco. Adorno: Ideologia, cultura de massa e crise da subjetividade. **Revista Estudos Filosóficos**, DFIME – UFSJ - São João del-Rei-MG, eletrônica, n. 4, p. 128-142, 2010. Disponível em: <<https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistaestudosfilosoficos/art8-rev4.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2023.

FILATRO, Andréa. As teorias pedagógicas fundamentais em EAD. In: LITTO, Fredric M; FORMIGA, Marcos (Orgs.). **Educação a distância**: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão e educação**: fruir e pensar a TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

Formatos de interesse do rádio continuam em alta ou crescendo em consumo. **SindiRádio**, 27 jul. 2023. Disponível em: <<https://www.sindiradio.org.br/noticias/item/formatos-de-interesse-do-radio-continuem-em-alta-ou-crescendo-em-consumo-2.html>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 43. ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 2006.

FUNDAÇÃO NACIONAL DOS POVOS INDÍGENAS – FUNAI. Disponível em: <https://www.gov.br/funai/pt-br>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

Futebol de bilhões: quanto o mercado da bola movimentou por ano no Brasil. **Portal NE45**, 17 nov. 2022. Disponível em: <[https://ne45.com.br/2022/11/17/futebol-de-bilhoes-quanto-o-mercado-da-bola-movimentou-por-ano-no-brasil/#:~:text=Um%20estudo%20realizado%20pela%20Confedera%C3%A7%C3%A3o,Produto%20Interno%20Bruto%20\(PIB\).](https://ne45.com.br/2022/11/17/futebol-de-bilhoes-quanto-o-mercado-da-bola-movimentou-por-ano-no-brasil/#:~:text=Um%20estudo%20realizado%20pela%20Confedera%C3%A7%C3%A3o,Produto%20Interno%20Bruto%20(PIB).>)>. Acesso em: 10 out. 2023.

GARNHAM, N. La economía política de la comunicación – El caso de la televisión. **Telos**, Madri: Fundesco, n. 28, p. 68-84, dez. 1991-fev. 1992.

GARRISON, D. R.; ANDERSON, T. **El e-learning em el siglo XXI**: investigación y práctica. Barcelona: Octaedro, 2005.

GLOSSÁRIO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. Verbetes: aldeia global. Disponível em: <<https://apdsi.pt/glossario/a/aldeia-global/>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

GOMES, Irene. Pobreza cai para 31,6% da população em 2022, após alcançar 36,7% em 2021. **Agência IBGE Notícias**, 06 dez. 2023. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38545-pobreza-cai-para-31-6-da-populacao-em-2022-apos-alcançar-36-7-em-2021>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

GOOD, Carter V. (Org.). **Dictionary of education**. Nova York: McGraw Hill, 1945.

GORDIANO, Raimundo C. Elementos de Teologia Amazônica. **Revista Eletrônica Espaço Teológico**, v. 11, n. 20, jul/dez, 2017. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/reveleteo/article/download/35994/24783/99234>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HERMIDA, Jorge Fernando; BONFIM, Cláudia Ramos de Souza. A Educação a Distância: história, concepções e perspectivas. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, n. especial, p. 166–181, ago., 2006. p. 173. Disponível em: <https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/4919/art11_22e.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

HICKETHIER, Knut. Early TV: Imagining and realizing television. p. 95-135. BIGNELL, Jonathan; FICKERS, Andreas (Eds.). **A European television history**. Wiley-Blackwell, 2008. Disponível em: <https://www.academia.edu/1018671/A_European_television_history>. Acesso em: 07 out. 2023.

HOINEFF, N. **A nova televisão** – desmassificação e o impasse das grandes redes. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. p. 169-214. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

HORKHEIMER, Max (Org.). **Temas básicos da sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1973.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169-214. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

IDEC. Acesso à Internet na Região Norte do Brasil. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor e Derechos Digitales. Mar. 2022. Disponível em: <<https://idec.org.br/pesquisas-acesso-internet>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

IMAZON. A Amazônia em números, 23 jun. 2009. Disponível em: <<https://amazon.org.br/imprensa/a-amazonia-em-numeros/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2022**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Panorama. Censo 2022. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 22.ed. Tradução de Izidoro Blikstein; José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7747497/mod_resource/content/1/JENKINS%20Converg%C3%Aancia.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.

John Logie Baird (1888-1946). **BBC Londres**, History, 2014. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/baird_logie.shtml>. Acesso em: 07 out. 2023.

JOY, David C.; BRADBURY, Savile; FORD, Brian J. “Microscópio eletrônico”. **Enciclopédia Britânica**, 12 set. 2023. Disponível em: <<https://www.britannica.com/technology/electron-microscope>>. Acessado em: 06 out. 2023.

KANAZAWA, F. N.; GIRALDI, J. de M. E.; OLIVEIRA, J. H. C. de. Online and offline communication for country brands: an exploratory study of the Brazil Brand. **Rev Bras Pesq Tur** [Internet]. Jan;13(1):58–71, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1472>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

KRCMAR, Marina; COOKE, Mark C. Children's Moral Reasoning and Their Perceptions of Television Violence. **Journal of Communication**, 51, 2, p. 300-316, 2001.

LAMAS, Cristiane Giglio. **Desenho Animado**: entretenimento, ideologia e cultura de massa. Dissertação. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2012. Disponível em: <<https://uniso.br/mestrado-doutorado/comunicacao-e-cultura/dissertacoes/2012/cristiane-giglio-lamas.pdf>>. Acessado em: 06 out. 2023.

LARROSA, Jorge. Experiência e paixão. p. 151-165. In: **Linguagem e educação depois de Babel**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

LIBÂNEO, J. C. Políticas educacionais no Brasil: desfiguramento da escola e do conhecimento escolar. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 46, n. 159, 2013.

LOBATO, Elvira. **Antenas da Floresta**: as sagas das TVs da Amazônia. São Paulo: Objetiva, 2017.

LOBATO, Elvira. TV's da Amazônia. **Agência Pública**: Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo, São Paulo, Casa da Cultura Digital, 2016. Disponível em: <<http://www.apublica.org/tvsdaamazonia/lei-da-selva-na-disputa-entre-igrejas/>>. Acesso em 30 out. 2016.

LUCAS, Adriano S. Top 10 países com maiores índices de formados em ensino superior. **Top10+**, 10 jul. 2017. Disponível em: <<https://top10mais.org/top-10-paises-com-maiores-indices-de-formados-em-ensino-superior/>>. Acesso em: 30 out. 2023.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: editora SENAC, 2001.

MAGALDI, Sylvia. A TV como objeto de estudo na educação: idéias e práticas. In: FISCHER, Rosa Maria Bueno (Org.). **Televisão & Educação**: fruir e pensar a TV. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MAGRONE, Eduardo. O Impacto do Processo de Massificação do Ensino sobre a Autoridade Docente: uma tentativa de interpretação. **27ª Reunião Anual da ANPEd, 2004**. GT14 - Sociologia da Educação. Disponível em: <<https://www.anped.org.br/biblioteca/item/o-impacto-do-processo-de-massificacao-do-ensino-sobre-autoridade-docente-uma>>. Acesso em: 30 out. 2023.

MAIA, Jussara P. Programas de variedades na TV e entretenimento: investigando o rastro dessas relações. XII CONGRESSO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Comunicación y Estudios Socioculturales, Faculdade de Ciências e Artes da Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP), Lima, de 6 a 8 de agosto de 2014, Grupo Temático 11: Comunicação e Estudos Sócio-culturais. Disponível em: <<https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT11-Jussara-P.pdf>>. Acessado em: 06 out. 2023.

MARQUES, Darcielle Paula; LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira. A telenovela brasileira: percursos e história de um subgênero ficcional. **Revista Brasileira de História da**

Mídia (RBHM), v. 1, n. 2, jul. 2012-dez. 2012. Disponível em: <<https://www.unicentro.br/rbhm/ed02/dossie/07.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

MARTINS, André Luis. **Desentrelaçamento de vídeo com suporte de um detector de efeito *feathering* e de um índice de concentração de artefatos**. Tese. 132 f. (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica, Escola de Engenharia, Universidade de São Carlos, 2018. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18152/tde-27032018-114259/publico/Andre.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2023.

MATTELART, Armand. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MATTOS, Sérgio. **A história da TV Brasileira**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Trad. De Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora da USP, 1972.

MCLUHAN, Marshall. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Ubu, 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Decio Pignatari. 3. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 1971.

MELLO, Guiomar Namó. **Cidadania e competitividade**: desafios educacionais do terceiro milênio. São Paulo: Cortez, 1994.

MODERNA, Pipoca. IBGE revela que quase metade dos lares brasileiros tem Smart TVs. **Entretê**, 17 set. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/ibge-revela-que-quase-metade-dos-lares-brasileiros-tem-smart-tvs,28fdb5f3bec2d82ceab34e179db7bb67vsfbbum2.html?utm_source=clipboard>. Acessado em: 06 out. 2023.

MOGENDORFF, Janine Regina. A Escola de Frankfurt e seu legado. **Verso e Reverso**, XXVI, (63), p. 152-159, set-dez. 2012. Disponível em: <<https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2012.26.63.05/1178>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a Distância**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

MORAN, José Manuel. **O que é educação a distância**. [on-line]: Disponível em: <<http://www.virtual.nuca.ie.ufrj.br/infoeducar/artigos/moran2.htm>>. Acesso em: 10 out. 2023.

NERY, Carmen. Em 2022, streaming estava presente em 43,4% dos domicílios com TV. **Agência IBGE**, Pnad Contínua: Acesso à internet e à televisão e posse de celular, 09 nov. 2023. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38306-em-2022-streaming-estava-presente-em-43-4-dos-domicilios-com->>

children. **Developmental Psychology**, 46(5), 1283–1293, 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/a0020614>>. Acesso em: 10 out. 2023.

Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil. **Agência Brasil**, 21 fev. 2018. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>>. Acessado em: 06 out. 2023.

Pesquisa sobre investimentos e estratégias de mídias essenciais 2018. **Negócios SC**, 23 nov. 2018. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/pesquisa-sobre-investimentos-em-midias-de-massa-2018/>>. Acesso em: 07 out. 2023.

PETERS, Jean-Jacques. *A History of Television*. (EBU), Brussels, 1985. Disponível em: <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/tvd/tv_history.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

PETERS, Otto. **Didática do ensino a distância**. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia**. Introdução. 2 ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2010.

QUARTIERO, Elisa Maria; CATAPAN, Araci Hack; GOMES, Nilza Godoy; CERNY, Roseli Zen. **Introdução à Educação a Distância**. Florianópolis: UFSC/EAD/CED/CFM, 2005.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

Rede Amazônica. **G1**. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/redeamazonica/>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

REDE BOAS NOVAS. **Institucional**. Disponível em: <<https://boasnovas.tv/institucional/>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

RÊGO, João. K-pop é fenômeno em ascensão no Ocidente. **UOL**, 03 jun. 2019. Disponível em: <<https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2019/06/03/k-pop-e-fenomeno-em-ascensao-no-ocidente-380196.php>>. Acesso em: 06 out. 2023.

REGO, Patrícia Alves do. O nascimento da TV. **Observatório da Imprensa**, 18 abr. 2005. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/o-nascimento-da-tv/>>. Acessado em: 06 out. 2023.

RIZZO ASSUNÇÃO, Felipe Portes. **O processo de internacionalização de uma empresa brasileira: o caso da Rede Globo**. Dissertação. 147 f. (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto COPPEAD de Administração, 2006. Disponível em: <https://www.coppead.ufrj.br/wp-content/uploads/2021/02/Felipe_Assuncao.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire; FONSECA, Christiany Regina. Análise sobre o direito de imagem do jogador de futebol. **Motrivivência**, Ano XXIII, n. 37, p. 134-155, dez., 2011. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2011v23n37p134>>. Acesso em: 11 out. 2023.

RODRIGUES, Ricardo Batista. **Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação**. Recife: IFPE, 2016.

RODRIGUES, Roberto. O desenho animado nos 60 anos da TV brasileira. **Mídia em pauta**, 19 nov. 2010. Disponível em: <<https://midiaempautaufmg.wordpress.com/2010/11/19/o-desenho-animado-nos-60-anos-da-tv-brasileira/>>. Acessado em: 06 out. 2023.

ROSINEIDE, Assis. A televisão possibilitando novos olhares no fazer pedagógico. **Brasil Escola**, monografias. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/pedagogia/a-televisao-possibilitando-novos-olhares-no-fazer-.htm>>. Acessado em: 06 out. 2023.

RUFF, H. A; CAPOZZOLI, M; WEISSBERG, R. Age, individuality, and context as factors in sustained visual attention during the preschool years. **Developmental Psychology**, 34(3), 454–464, 1998. Disponível em: <<https://doi.org/10.1037/0012-1649.34.3.454>>. Acesso em: 10 out. 2023.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e Mercado: a Mídia Empresa-rial-Religiosa. **Revista de Estudos da Religião** - REVER, n. 1, p. 54-67, 2005. Disponível em: <https://www.pucsp.br/rever/rv1_2005/p_santana.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

SANTANA, Rafael Gonzaga de Oliveira. **Revista eletrônica televisiva: show da vida, da informação e do entretenimento**. Monografia. 57 f. (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Escola de Comunicação – ECO, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro, 2014.

SANTOS JUNIO, Samuel dos. et ali. **Educação a distância na Amazônia: desafios e possibilidades na implantação**. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/319880235_EDUCACAO_A_DISTANCIA_NA_AMAZONIA_DESAFIOS_E_POSSIBILIDADES_NA_IMPLANTACAO>. Acesso em: 21 fev. 2024.

SANTOS, Ana Carolina Franco dos. **Vila Sésamo: o contexto político e educacional das duas edições audiovisuais educativas brasileiras**. 2015. 176 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/items/9fd401fb-cc0a-4a0f-a130-1d428145cafd>>. Acesso em: 07 out. 2023.

SANTOS, Fabrício. Desafios logísticos: quais oportunidades e soluções na região Norte do Brasil? **Logweb**, 17 out. 2023. Disponível em: <<https://www.logweb.com.br/artigo/desafios-logisticos-quais-oportunidades-e-solucoes-na-regiao-norte-do-brasil/>>. Acesso em: 15 mar. 2024.

SANTOS, Pablo Victor Fontes; LUZ, Cristina Rego Monteiro. História da Televisão: do Analógico ao Digital. **Inovcom**, v. 4, n. 1, p. 34-46, 2013. Disponível em:

<<https://revistas.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/view/1599>>. Acessado em: 06 out. 2023.

SANTOS, Valdeci da Silva. Educação Cristã: Conceituação teórica e implicações práticas. **Fides Reformata**, XIII, n. 2, p. 155-174, 2008. Disponível em: <https://cpaj.mackenzie.br/fileadmin/user_upload/7-Educa%C3%A7%C3%A3o-crist%C3%A3-conceitua%C3%A7%C3%A3o-te%C3%B3rica-e-implica%C3%A7%C3%B5es-pr%C3%A1ticas-Valdeci-da-Silva-Santos.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

SANTOS, Valdeci S. Educação Teológica para um Ministério Urbano Multicultural. **Fides Reformata**, XXII, n. 1, p. 63-70, 2017. Disponível em: <https://cpaj.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/150-int-ext/cpaj/2021/Fides_Reformatadas/Fides_Reformatada_22_N1/4-Educa%C3%A7%C3%A3o-teol%C3%B3gica-para-um-minist%C3%A9rio-urbano-multicultural-Valdeci-S.-Santos.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

SARLET, Ingo Wolfgang; SARLET, Gabrielle Bezerra Sales. Tecno-autoritarismo, tecno-fascismo societal, democracia e proteção de dados. **Revista Consultor Jurídico**, 13 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2022-nov-13/direitos-fundamentais-tecno-autoritarismo-tecno-fascismo-societal-protECAo-dados>>. Acesso em: 23 ago. 2023.

SCHREIBER, William F. The FCC Digital Television Standards Decision. GERBARG, D. (Ed.). **The Economics, Technology and Content of Digital TV**. Kluwer Academic Publishers, 1999.

SENA, Junno. Qual foi o primeiro desenho animado exibido na TV brasileira? **Legião dos Heróis**. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/qual-primeiro-desenho-animado-tv-brasileira.html>>. Acessado em: 06 out. 2023.

SÉRVIO, Gabriel. E o streaming? TV aberta domina consumo de conteúdo no Brasil. **Olhar Digital**, 02 mar. 2023. Disponível em: <[SILVA, Fábio César da. O conceito de fetichismo da mercadoria cultural de T. W. Adorno e M. Horkheimer: uma ampliação do fetichismo marxiano. **Kínesis**, v. II, n. 03, p. 375 – 384, Abr, 2010. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Kinesis/FabioCesardaSilva.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2023.](https://olhardigital.com.br/2023/03/02/pro/e-o-streaming-tv-aberta-domina-consumo-de-conteudo-no-brasil/#:~:text=TV%20aberta%20domina%20consumo%20de%20conte%C3%BAdo%20no%20Brasil,-TV%20%C3%A9%20o&text=A%20maioria%20dos%20brasileiros%20continua,recen te%20divulgado%20pela%20Kantar%20Media.>. Acesso em: 21 fev. 2024.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SILVA, Luiz Otávio Borges. **TVs da Amazônia Legal**: uma realidade desconhecida. Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo. (Graduação) - Escola de Direito, Negócios e Comunicação, PUC Goiás, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/2627?mode=full>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

SILVA, R. R. da.; BACHA, C. J. C. Acessibilidade e aglomerações na Região Norte do Brasil sob o enfoque da Nova Geografia Econômica. **Nova Economia**, 24(1), 169–190, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/neco/a/KZkNmmMZNxvhGCDByZFX5TC/#>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

SILVA, Wellington Pedro da; LEITE, Ivonaldo Neres. **A influência da mídia televisiva sobre o processo de formação infantil**. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/fiped/2013/Trabalho_Comunicacao_oral_idinscrito_1407_a2fa101d1f71a69ad8dce84f753cd57c.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

SOARES, Jorge Miguel Acosta. **Direito de imagem e direito de arena no contrato de trabalho do atleta profissional**: análise após as modificações incluídas pela Lei n. 13.155/2015. 3. ed. São Paulo: LTr, 2018.

SOUZA, E. C. B. de.; MAGALHÃES, M. D. B. de. Os pentecostais: entre a fé e a política. **Revista Brasileira De História**, 22(43), 85–105, 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/sj7KKXtNzFzJMDc6ZDZk9DN/#ModalHowcite>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

SOUZA, Nádia Simas. A Amazônia brasileira: processo de ocupação e a devastação da floresta. **Boletim Científico**, Escola Superior do Ministério Público da União, Ano 9 – Números 32/33 – janeiro/dezembro 2010. Brasília-DF. Disponível em: <<https://escola.mpu.mp.br/publicacoescientificas/index.php/boletim/article/download/307/278#:~:text=A%20Amaz%C3%B4nia%20Legal%20engloba%2C%20hoje,%2C%20Amap%C3%A1%2C%20Rond%C3%B4nia%20e%20Roraima.>>. Acesso em: 20 fev. 2024.

TAVARES, Nilceu Romi Kerecz. **Variação pronominal (Nós/A Gente) nos telejornais nacionais da Rede Globo**. Dissertação. 131 f. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, 2014. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/37024/R%20-%20D%20-%20NILCEU%20ROMI%20KERECZ%20TAVARES.pdf;jsessionid=58F39A0DB36E56E1D635F25B24D28047?sequence=1>>. Acessado em: 06 out. 2023.

Tieta. Produção: TV Globo. 197 episódios. Autores: Aguinaldo Silva, Ricardo Linhares e Ana Maria Moretzsohn. Transmissão: De 14 de agosto de 1989 a 31 de março de 1990. Produção: Mariano Gatti. Direção: Paulo Ubiratan; Reynaldo Boury; Luiz Fernando Carvalho e Ricardo Waddington.

Transmissão da Copa por Casimiro bate recorde mundial no YouTube. **Meio & Mensagem**, 28 de novembro de 2022. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/transmissao-da-copa-por-casimiro-bate-recorde-mundial-no-youtube#:~:text=Exibida%20pelo%20canal%20Caz%C3%A9%20TV,por%201X0%20sobre%20a%20Su%C3%AD%C3%A7a.>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa. **G1**, 24 jan. 2017. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acessado em: 06 out. 2023.

UNESCO. **World Declaration on Education for All and Framework for Action to Meet Basic Learning Needs.** Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127583>>. Acesso em: 30 out. 2023.

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência em doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009. Coleção Comunicação.

VAMPRÉ, O. A. **Raízes e evolução do rádio e da TV.** Porto Alegre: Feplam/ RBS, 1979.

VIANNEY, J; TORRES, P. L; SILVA, E. **A Universidade Virtual no Brasil.** Tubarão: Ed. Unisul, 2003.

VOIGT, Emílio. A ponte sobre o abismo: educação semipresencial como desafio dos novos tempos. **Estudos Teológicos**, São Leopoldo, v. 47, n. 2, 2007. Disponível em: <https://www3.est.edu.br/publicacoes/estudos_teologicos/vol4702_2007/ET2007-2c_evoigt.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

VON MIHÁLY, Dénes. **Foro Histórico de las Telecomunicaciones**, Biografía, 2023. Disponível em: <<https://forohistorico.coit.es/index.php/personajes/personajes-internacionales/item/mihaly-denes-von>>. Acesso em: 07 out. 2023.

WEBER, Luciano William. **Streaming de vídeo esportivo: uma outra forma de torcer e acompanhar futebol.** Monografia. (Trabalho de Conclusão de Curso) - Curso de Comunicação Social, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/9190/TCC%20Luciano%20William%20Weber.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 out. 2023.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** Tradução José Marcos Mariani de Macedo; revisão técnica, edição de texto, apresentação, glossário, correspondência vocabular e índice remissivo Antônio Flávio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. .

WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and Cultural Form.** Hanover: University of New England Press, 1974.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público.** Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

XAVIER, R.; SACCHI, R. **Almanaque da TV: 50 anos de memória e informação.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.