

A televisão educativa e seus olhares sobre os territórios culturais paraenses: um estudo do programa *Brasil Visto de Cima* pela perspectiva do *edutenimento*.¹

Laura Costa MIRANDA²
Ana Paula Dias ANDRADE³
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O presente artigo busca pensar a relação entre as mídias de comunicação televisivas e a produção de conhecimentos educativos a partir dos episódios do programa *Brasil Visto de Cima*, exibido pela TV Brasil. Diante disso, pretende-se analisar como a televisão, pelo seu significativo alcance no país, tem a capacidade de transmitir informações que estimulem o público a aprender sobre os territórios culturais que o cercam. Nesse contexto, o foco está situado nos episódios que retratam a cidade de Belém-PA e suas localidades próximas, de modo a destacar não somente os seus aspectos estéticos e visuais, como também a maneira com a qual a mídia televisiva entretém e educa os telespectadores a respeito de elementos histórico-culturais e geográficos do Pará, tomando como viés analítico o *edutenimento*.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão educativa; TV Brasil; Educação; *Edutenimento*.

1. INTRODUÇÃO

A mídia televisiva de comunicação conquistou um espaço significativo no cotidiano dos brasileiros desde a sua implementação. Em 2022, foram estimados 65,5 milhões de domicílios com recepção de sinal analógico ou digital de televisão aberta, o equivalente a 91,6% dos domicílios com TV no país (Brasil-IBGE, 2022). Tal dado demonstra que as emissoras de televisão possuem um alcance nacional expressivo e permanecem dominantes entre os meios comunicacionais, o que se deve às diversas estratégias pensadas para garantir o engajamento do público, como as transmissões de programas de TV, filmes, novelas, telejornais e esportes, as quais são intercaladas em uma programação dinâmica que visa manter seus níveis de audiência. Desse modo, ao

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do Curso de Cinema e Audiovisual da FAV-UFPA, e-mail: laura.miranda@ica.ufpa.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual da FAV-UFPA, e-mail: anapaulaandrade.jornalista@gmail.com

buscar maneiras de produzir interesse em um público contemporâneo cada vez mais diverso e adaptado aos formatos de mídia virtual, a televisão lida com o desafio de prender a atenção dos telespectadores. Por conseguinte, os planejamentos de transmissão e interação se atualizam, o que fortalece a sua eficiência em atingir e gerar identificações com diferentes públicos.

A TV torna visíveis para nós uma série de olhares de pessoas concretas – produtores, jornalistas, atores, roteiristas, diretores, criadores, enfim, de produtos televisivos – a respeito de um sem-número de temas e acontecimentos. Quando assistimos à TV, pode-se afirmar que esses olhares dos outros também nos olham, mobilizam-nos, justamente porque é possível enxergar ali muito do que somos (ou do que não somos), do que negamos ou daquilo em que acreditamos, ou ainda do que aprendemos a desejar ou a rejeitar ou simplesmente a apreciar. Em poucas palavras: em maior ou menor grau, nós sempre estamos um pouco naquelas imagens (FISCHER, 2006, p.12).

Com a expansão dos meios de comunicação, para manter sua hegemonia, as emissoras de televisão se adaptam às novas demandas, incluindo programações que ampliem seu impacto social, mas, entre as possibilidades de fortalecimento, se faz importante aderir ao eixo da educação.

Em 1964, durante a ditadura militar, foi elaborado o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira⁴, no qual constava que “a radiodifusão focaria na educação, visando à formação integral da pessoa humana, preparando-a para uma vida útil a si própria e à coletividade a que pertence” (WOLFF, 1966, p.22)⁵. Posteriormente, em 28 de fevereiro de 1967, o decreto-lei nº 236, em seu art. 13, ao criar a televisão educativa, imaginava-a dedicada à “transmissão de aulas, conferências, palestras e debates” (BRASIL, 1967). É importante destacar que o governo brasileiro cria tal decreto tendo em vista que a TV educativa funcione como um complemento dos conhecimentos compartilhados no ambiente estudantil, preservando as dinâmicas de ensino-aprendizagem experienciadas em sala de aula como essenciais à formação do indivíduo. Mas com a evolução das emissoras educativas, este olhar para a programação com foco

⁴ O Código de Ética da Radiodifusão Brasileira foi apresentado pelo colunista Fausto Wolff no Jornal do Brasil em 1966 e estabelecia normas para a circulação de programas de rádio e televisão no Brasil.

⁵ Segundo Fausto Wolff, como já existia um Código de Ética desde 1964, bastaria que os concessionários televisivos assinassem um termo se comprometendo a basear suas programações dentro daquelas premissas. A emissora que infringisse o código poderia ser informada, punida ou ter sua concessão cassada. O Código de Ética permitiria uma autocensura por parte das próprias emissoras, mas que continuariam a ser fiscalizadas pelos conselheiros do CONTEL (FILHO, 2017).

na formação e informação do espectador se ampliou, como podemos observar na programação de emissoras como a TV Brasil.

Fundada em dezembro de 2007, sob gerência da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a TV Brasil tem o objetivo de oferecer uma programação informativa, cultural, educativa, artística e científica. A emissora abrange uma exibição diversa de conteúdo para todos os públicos, com sintonização em canais abertos, TVs por assinatura e parabólica. Dentre os programas exibidos, este artigo pretende analisar o intitulado *Brasil Visto de Cima*, que constrói, através de imagens feitas por helicópteros e drones, uma narrativa sobre os territórios culturais brasileiros. Os episódios em foco são: Ep. 35 Temporada 3: *Belém do Pará – A Cidade Morena* e Ep. 4 Temporada 5: *Ilhas em Torno de Belém*, ambos realizam um sobrevoo por terras paraenses e narram seus aspectos históricos e geográficos. O programa, mediante um formato informativo e intrinsecamente visual, ao ser assistido por uma diversidade de telespectadores, promove uma experiência de formação coletiva que comunica conhecimentos sobre os territórios do país e nos convida a olhar e aprender sobre eles em episódios didáticos, isto é, ao aliar o audiovisual e a transmissão de saberes, podemos perceber uma busca pela construção do *edutenimento*.

Posto isso, o presente estudo busca refletir sobre as seguintes questões: a televisão é capaz de ser efetivamente educativa? Ao olhar para os territórios culturais paraenses, que tipo de conhecimentos o programa *Brasil Visto de Cima* produz e como eles podem envolver o público? Que aspectos audiovisuais ajudam na construção de uma comunicação baseada no *edutenimento*?

O objetivo dessa análise é entender como a mídia televisiva e a educação se complementam na produção de conhecimentos, além de pensar que tipo de narrativa é construída sobre os territórios culturais paraenses por um canal de alcance nacional.

2. TELEVISÃO E EDUCAÇÃO

A TV, enquanto comunicação de massa, atende a uma lógica comercial e capitalista, baseada nos interesses de uma classe dominante que detém o controle da Indústria Cultural⁶ na medida em que utiliza a linguagem audiovisual para influenciar o

⁶ O conceito de “Indústria Cultural” foi desenvolvido pelos filósofos Max Horkheimer (1895-1973) e Theodor Adorno (1903-1969), intelectuais da Escola de Frankfurt, na Alemanha. Apresentado inicialmente em 1944 na obra “Dialética do Esclarecimento”, o termo se refere à produção artística e cultural feita para

consumo, padronizar conteúdos e promover marcas e empresas, por exemplo, durante os intervalos comerciais. Historicamente, as produções televisivas estão associadas a momentos de lazer e entretenimento da população como uma forma de moldar o pensamento coletivo, visto que, segundo Adorno e Horkheimer (2006, p.78) “é na ordem fixa da propriedade dada com a vida sedentária, que se origina a alienação dos homens”. Isso significa que a mídia de comunicação televisiva, a partir dos programas de entretenimento, tem o poder de desestimular o pensamento crítico do público.

Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los abertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria económica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 119).

Em decorrência disso, existem diversos debates a respeito da legitimidade do uso de entretenimento em consonância com a educação, pois a hegemonia da Indústria Cultural prevê formatos de transmissão televisivos que perpetuem a alienação nos telespectadores para incentivá-los a consumir, distanciando-os do esclarecimento.

Pensar em uma TV que se propõe a subverter essa lógica dominante e estimular a difusão do ensino para além da sala de aula é, ainda, se deparar com diversos desafios e possibilidades. A criação da EBC, por exemplo foi autorizada em 10 de outubro de 2007 pela Medida Provisória (MP) nº 398, convertida no ano seguinte na Lei nº 11.652, a qual estabelecia que a gestão deve ter autonomia em relação ao governo para que os próprios veículos da empresa definam estratégias de produção, programação e exibição, com a finalidade de desenvolver a consciência crítica do cidadão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

É nesse contexto que a busca pelo educar e informar com uso de elementos de entretenimento se faz necessário e oportuno na medida em que a dificuldade de manter a atenção da audiência é cada vez maior. Mesclar elementos lúdicos, que guardem relação com o dia-a-dia dos jovens, e conteúdo das disciplinas tradicionais pode ser a chave para que se busque êxito na formação de cidadãos conscientes sobre o verdadeiro papel de cada um na sociedade contemporânea (AMÉRICO & CARDOZO, 2014, p. 8).

atender aos interesses capitalistas da burguesia e fortalecer o seu controle ideológico sobre a classe trabalhadora.

Dessa forma, a criação de canais de televisão educativos é uma alternativa promissora para a democratização do acesso ao conhecimento devido ao poder de alcance que as emissoras de TV têm no país. Contudo, é um planejamento que exige compromisso com o processo formativo, sobretudo, de crianças e adolescentes na era digital contemporânea.

3. EDUTENIMENTO E OS NOVOS FORMATOS EDUCATIVOS

O uso do audiovisual como complemento educativo para a formação cidadã vem sendo intensamente experimentado pela televisão brasileira nos últimos anos. Diante disso, surgem novas maneiras de pensar o processo de ensino-aprendizagem fora do âmbito escolar. Nessa pesquisa, destacamos a perspectiva teórica do *edutenimento* ou *edutretenimento*, que se refere a “programas que utilizam diversas mídias para incorporar mensagens educativas em formatos de entretenimento, ou seja, educam com métodos de entretenimento”. (WALLDÉN, 2004, p. 7). O surgimento desse conceito é pouco preciso, pois deriva de estudos de diferentes autores. Para Américo e Yonezawa (2009, p. 1085):

A partir de Sabido⁷, criou-se a ideia de que faz sentido utilizar o entretenimento para levar aos meios de comunicação de massa e, por extensão, às grandes audiências desencadeadas principalmente pela televisão, mensagens educativas que promovessem mudanças comportamentais desejáveis. O grande mérito de Sabido foi criar e sistematizar, com as ferramentas e conhecimentos que dispunha, um novo gênero televisivo: Entertainment-Education ou Entretenimento-Educação (E-E).

Dessa maneira, ao aliar jogos, filmes, programas, desenhos e músicas à educação, o conhecimento se torna mais atrativo ao público, visto que a difusão da *internet* e das mídias virtuais fortaleceram a indústria do entretenimento ao serem eficazes em prender a atenção por um longo período.

Frente a este panorama, o convite é para que comunicadores, educadores, engenheiros, gestores de informação pensem, desenhem e avaliem juntos a introdução das novas tecnologias na educação, perguntando-se permanentemente

⁷ **Miguel Sabido** é produtor, escritor, pesquisador e teórico mexicano, conhecido pelo pioneirismo no Entretenimento-Educação, desenvolvendo a "Teoria do Tom" e produzindo diversas novelas de sucesso comercial para a Televisa na década de 1970.

pelo modelo de comunicação que subjaz ao sistema educativo específico. A isso denominamos gestão da comunicação e da informação em espaços educativos[...]. Desta maneira, o ambiente mediado por tecnologias pode ajudar a produzir sentidos, convertendo-se em mediação. É o sentido que provoca a aprendizagem, não a tecnologia, e é por isso que o campo compete à comunicação ou à educomunicação (OLIVEIRA, 2002).

No Brasil, um dos desafios para a implementação do *edutenimento* fora da escola é criar programações acessíveis ao público das periferias e zonas ribeirinhas, onde a assimetria do acesso às tecnologias de comunicação é mais evidente, daí a importância desses canais educativos serem exibidos em TV aberta, com possibilidade ampliada de um alcance democrático. Sendo assim, é possível que os telespectadores como um todo, não somente crianças e adolescentes, exercitem seu aprendizado cotidianamente, enriquecendo seu conhecimento de mundo mediante o contato com a linguagem audiovisual.

4. BRASIL VISTO DE CIMA: OLHARES SOBRE TERRITÓRIOS CULTURAIS

Partindo da ideia de televisão como meio educativo, a TV Brasil se apresenta como uma rede de exibição de diferentes programas dos mais variados temas, os quais buscam compartilhar com o público conhecimentos sobre cultura, educação, ciência, meio ambiente, culinária e esportes. Dentre eles, o foco de análise dessa pesquisa é o programa *Brasil Visto de Cima*, lançado em 2014, que conta com cinco temporadas, totalizando 135 episódios com duração média entre 20 e 28 minutos cada, disponíveis no catálogo de entretenimento da TV Brasil. Vale ressaltar que o programa é uma produção independente, também encontrada em outras emissoras e plataformas como Globoplay e Canais Globo e que, por se adequar à proposta da TV Brasil, foi escolhido para estar em sua grade de programação.

Nessa produção, a proposta é realizar um sobrevoo pelo país com a utilização de helicópteros e drones para a captura de diversas imagens aéreas. Nela, são características “as inserções cartográficas de localização, as legendas que contêm as toponímias ou breves apontamentos e, sobretudo, a narração que traz informações acerca de aspectos geográficos, históricos e culturais dos espaços e paisagens em evidência” (CHAVES & PREVE, 2022, p. 9), o que a aproxima de um formato documental.

Ao analisar os dois episódios do programa que retratam a cidade de Belém e as ilhas em seu entorno, buscamos refletir sobre como se controem as imagens e as narrativas

televisivas a respeito desses territórios ricos tanto em aspectos naturais quanto histórico-culturais e o que elas transmitem de educativo aos telespectadores, ou seja, quais recortes são apresentados ao público, considerando que

Uma das portas de entrada da cidade é apreendê-la como lugar social de utilização e lugar simbólico produtor do espaço, o que faz surgir a multiplicidade de imagens que a cidade tem dela mesma e a diversidade de seus ocupantes, detectando as diferentes possibilidades de apropriação do espaço. É dentro da perspectiva física de ocupação do espaço, da cidade como um conjunto de construções e regulamentos e a partir do habitante dessa, que se dá a relação entre duas visões sobre o espaço: a da extensão (ocupar um certo espaço) e a da identificação (conferir a um certo espaço uma significação que permite compreendê-lo) (DA SILVA & GONZAGA, 2005).

4.1. Belém do Pará – A Cidade Morena

Este episódio busca destacar a paisagem urbana de Belém, bem como seus aspectos histórico-culturais. A partir de sobrevoos pelos principais pontos turísticos da cidade, a narração nos informa sobre aspectos da arquitetura e da história de como esses lugares foram construídos e permanecem enquanto patrimônios da cultura paraense. Desde a região portuária até os templos religiosos, parques e museus, o episódio propõe uma maneira de enriquecer os conhecimentos do público a respeito de Belém, como ao pontuar curiosidades históricas sobre as influências indígenas na cultura local ou ao demonstrar o impacto do Ciclo da Borracha no desenvolvimento urbano, por exemplo, nas construções influenciadas pela arquitetura neoclássica.



Figura 1 – Imagem do Mercado Ver-o-peso.
Fonte: *Brasil Visto de Cima*, ep. 35, T3. Captura de tela.

Nas filmagens, o uso do Grande Plano Geral instiga o espectador à contemplação da paisagem belenense. A câmera sempre permanece distante, no entanto, a narração nos guia para uma clara compreensão do que está sendo mostrado e, aliada ao uso de *letterings* contendo informações relevantes a respeito de cada local, configura uma espécie de guia de turismo pelos pontos frequentemente usados para a divulgação da cidade. Aqui, o destaque está na combinação dessas imagens com o uso de *motion graphics*, como as animações que indicam mapas e localizações, além da criação de uma trilha sonora instrumental que intercala entusiasmo e calma, acompanhando o ritmo dos cortes feitos na montagem. Os movimentos panorâmicos e de *travelling* da câmera ajudam na construção a ideia de sobrevoo, o que funciona como estímulo visual para o público e, por consequência, o atrai para permanecer assistindo.

Ao apresentar o Theatro da Paz, por exemplo, o narrador nos revela que esse nome lhe foi dado no ano de 1878 como tributo ao fim da Guerra do Paraguai. Em seguida, é mostrado um *lettering* na tela para o espectador com uma informação adicional sobre esse conflito, aprofundando sua didática.



Figura 2 – Imagem do Theatro da Paz
Fonte: *Brasil Visto de Cima*, ep. 35, T3. Captura de tela.

Nesse sentido, o programa é capaz de construir o *edutenimento*: nas vias da educação, ao utilizar uma linguagem acessível a todos os públicos e juntar imagens aéreas com curiosidades históricas, aborda aspectos menos conhecidos sobre Belém: as antigas construções, as belezas naturais, a influência dos povos originários na cultura paraense e como se deu o desenvolvimento econômico e urbano dessa capital. Percebendo esses elementos, quem o assiste pode aprender sobre os aspectos tanto geográficos quanto socioculturais que constituem a cidade de Belém por meio do formato audiovisual e,

inclusive, contribuir para a socialização desses conhecimentos e a valorização da cultura regional pelo país, o que enriquece o processo formativo do indivíduo enquanto telespectador.

4.2. Ilhas em torno de Belém

Neste episódio, o público é convidado a um passeio pelas paisagens naturais que são encontradas em torno de Belém. São destacadas as ilhas e suas respectivas praias no entorno da capital paraense, tanto de água doce quanto salgada. Logo de início, um *motion graphic* aparece na tela nos mostrando sua localização no mapa, um dispositivo que facilita a compreensão do espectador. A narração nos contextualiza sobre a existência de comunidades ribeirinhas nessas ilhas, que realizam seus trajetos por meio de embarcações, incluindo o transporte escolar aquático. Muitas praias mostradas são locais turísticos na alta temporada do verão, como em Outeiro e Salinópolis.

As ilhas também são lugares ricos em fauna e flora, pois preservam riquezas naturais, sobretudo, na sua vegetação. O cultivo do cacau para a produção de chocolate, por exemplo, é colocado como um ponto forte da Ilha do Combu, bem como seus restaurantes à beira do rio, muito procurados pelos belenenses aos finais de semana. As famílias que vivem nessa região também baseiam seu sustento na pesca artesanal e na coleta do açaí, fruta típica paraense.



Figura 3 – Imagem da Ilha do Combu.
Fonte: *Brasil Visto de Cima*, ep. 4, T5. Captura de tela.

No episódio, também é enfatizada uma curiosidade sobre essa ilha: nela, foi realizado o projeto *Street River*, concebido pelo artista visual paraense Sebá Tapajós, que

transformou as casas ribeirinhas do Combu em telas coloridas a céu aberto, por meio de pinturas em palafitas, com perspectiva de contemplar as demais ilhas da região.



Figura 4 – Imagem da Ilha do Combu.
Fonte: *Brasil Visto de Cima*, ep. 4, T5. Captura de tela.

O cenário paisagístico das ilhas é mostrado por meio de movimentos de câmera suaves e panorâmicos, que dão destaque para as praias e a vegetação regionais. Além disso, são lugares onde o contato com a natureza é próximo, diferente da paisagem urbanizada de Belém, por isso a grande procura pelas ilhas no período de férias, principalmente por balneários, onde os bares e restaurantes com música ao vivo valorizam o *tecnomelody* e o arrocha, ritmos apreciados pelos paraenses.

A trilha sonora instrumental é semelhante em todos os episódios do programa e, nesse caso, também guia o ritmo da montagem, criando uma atmosfera contemplativa da natureza das ilhas. O narrador nos diz que a nomenclatura dessas localidades tem forte influência indígena, como Cotijuba, que significa “trilha dourada”, e esses nomes são revelados na tela por meio do efeito de *lettering*, recurso característico do formato documental usado para reforçar informações.

Sendo assim, o espectador é levado a conhecer, por meio de imagens e informações contextualizadas, uma parte do Pará ainda pouco mostrada pelas mídias televisivas. Os conhecimentos compartilhados com o público de modo didático se tornam mais envolventes pelas escolhas visuais de captura de imagens em conjunto com a edição. Os recortes trazidos pelo texto narrado são objetivos e nos instigam a pensar sobre a diversidade socioambiental que a região Norte como um todo apresenta. É uma forma de socializar fatos e curiosidades que explora a metodologia educativa audiovisual, isto é, o *edutenimento*. Logo, conhecer essa cultura é aprender sobre a própria história.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de ensino-aprendizagem é colocado em debate quando surgem ferramentas capazes de atualizá-lo e torná-lo mais eficaz, como no caso da inclusão de novas tecnologias comunicacionais, tão presentes no cotidiano dos brasileiros. Todavia, é preciso se atentar para o tipo de conhecimento produzido por essas mídias, tendo em vista a dominação da lógica capitalista sobre as narrativas audiovisuais no contexto da Indústria Cultural.

Sob esse viés, a TV educativa surge como uma promissora aliada à produção de conhecimento, pois é idealizada para atender às demandas educacionais contemporâneas do público infantojuvenil, principalmente. Com isso, são criadas redes como a TV Brasil, que exhibe uma diversidade de conteúdos e se comunica com diferentes perfis de telespectadores. Neste artigo, foi apresentado o conceito de *edutenimento*, termo estudado por pesquisadores da educação e da comunicação, para refletir se a televisão é capaz de ser efetivamente educativa e quais artifícios ela utiliza para fazê-lo. Para isso, analisamos os aspectos audiovisuais do programa *Brasil Visto de Cima*, o qual se enquadra no catálogo de entretenimento, apesar de seu caráter mais informativo e documental, e lança olhares sobre os territórios culturais do país. Nesse caso, estudamos o olhar sobre o Pará. Qual tipo de olhar é construído pela TV sobre as terras e a cultura paraenses? Ele promove uma comunicação educativa?

No decorrer da pesquisa, notou-se que existem múltiplas maneiras de se educar através do audiovisual. Em *Brasil Visto de Cima*, a narração guia o telespectador em um passeio aéreo repleto de conhecimentos. Aprendemos sobre a geografia, a cultura, a história, a arquitetura e a natureza do Pará, entretanto, não de forma detalhada, e sim objetiva com uma linguagem de fácil entendimento, pois o formato seriado dos programas televisivos exige uma duração restrita. Nesse processo, é importante que essas narrativas, por alcançarem uma audiência expressiva, não reforcem estereótipos enraizados a respeito das culturas regionais e não as trate como meros elementos turísticos. Essa subversão da lógica dominante também contribui com o processo de educar e o aprender para além da sala de aula.

Portanto, entende-se que o *edutenimento* é possível e contribui como aliado na educação contemporânea. A televisão, enquanto um dos meios de comunicação mais acessíveis aos lares brasileiros, deve expandir suas programações educativas e auxiliar na

democratização do conhecimento por meio do entretenimento, eixo de maior alcance entre o público. O incentivo às dinâmicas educacionais pelas novas tecnologias é fundamental para estimular o pensamento crítico, o acesso ao conhecimento dos territórios culturais e a inclusão social no Brasil.

REFERÊNCIAS

AMÉRICO, M.; YONEZAWA, W. M. **EDUTRETENIMENTO: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA E CONCEITUAL**. LECOTEC - II Simpósio de Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã. Bauru, 2009, p. 1072-1087.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M.; **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio De Janeiro: Zahar, 2006.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 28. fev. 1967.

BRASIL. **Lei 11.652 de 7 de abril de 2008**.

BRASIL, IBGE. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio**. Síntese de Indicadores de 2022. Acesso em 15 de junho de 2024. Disponível em <ftp://ftp.ibge.gov.br/>

CARDOZO, P. H. R.; AMÉRICO, M. **TRANSMÍDIA, EDUTRETENIMENTO E INFOTRETENIMENTO: APROXIMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS**. 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/48785667/1218-6277-1-PB.pdf>. Acesso em 10 de junho de 2024.

DA SILVA, Regina Helena Alves; GONZAGA, Milene Migliano. **Redes culturais em territórios urbanos** 2005. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95886119686219666309224499248009628799.pdf> Acesso em 12 de junho de 2024.

FILHO, Eduardo Amando de Barros. **A Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa: debates, projetos e práticas à produção e difusão de conteúdos tele educativos na Ditadura Militar, 1964-1981**. Assis, 2017.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV**. – 3. ed – Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

NUNES CHAVES, A. P.; SARTOR PREVE, W. A ficção da Ilha da Magia: sobre imaginações geográficas de Florianópolis no Brasil Visto de Cima. **Visualidades**, Goiânia, v. 20, 2022. DOI: 10.5216/v.v20.71153. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/71153>.> Acesso em: 9 jun. 2024.

MORENO. Marisol. **Información, comunicación y tecnología**. Signo y Pensamiento. Bogotá, n. 34. 1999. p 89-104.

SEVERINO, Tiago Nunes. **Faixa educativa da TV Brasil: o fluxo televisual com sentido pedagógico.** Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0374-1.pdf>. Acesso em 9 de junho de 2024.

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 23, p. 16–25, 2002. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37012>>. Acesso em 12 de junho de 2024.

WOLFF, Fausto. **Jornal do Brasil.** Rio de Janeiro, 23 nov. 1966, p. 22. Disponível em: http://memoria.bn.gov.br/docreader/030015_08/92489. Acesso em: 15 de junho de 2024.

WALLDÉN, Sari; SORONEN, Anne. **Edutainment: from television and computers to digital television.** ACM International Conference Proceeding Series; Vol. 207. 2006