
ARTE-EDUTENIMENTO TELEVISIVO COMO BASE PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS.

Ana Paula ANDRADE¹
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

A arte é um direito dos cidadãos e um campo fundamental para a experiência crítica e sensibilização humana sobre as mais diversas temáticas. Buscar formas de democratizá-la é um dos importantes papéis que podem ser cumpridos pela televisão. Esta pesquisa reflete sobre formas de desenvolver produtos audiovisuais televisivos que tratem o campo da arte em profundidade e com viés informativo e educativo, porém se utilizando de recursos tecnológicos que possam gerar interesse e atrair o público com uma estrutura ligada ao entretenimento. Para isso, empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica conectando temas como edutenimento, arte-educação e audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; arte; edutenimento; arte-edutenimento televisivo.

Edutenimento e a junção entre Arte-Educação, Mediação em Artes e a Linguagem Audiovisual

Fazer televisão é um desafio diário. É preciso se reinventar, não só junto com as tecnologias, mas principalmente com as pessoas. Em mais de duas décadas de trabalho com televisão, pude acompanhar algumas dessas mudanças de tecnologia. Passamos para o formato digital, abandonamos as fitas, as câmeras grandes e pesadas, aderimos aos cartões e câmeras *DSLR*, até à pequenas câmeras de mão. As *gruas* foram substituídas pelos *drones* para captação de imagens aéreas e a possibilidade de abertura de ângulos cresceu inversamente proporcional ao tamanho desse equipamento. O trabalho operacional parece ter ficado mais leve. A linguagem também tem sofrido adaptações, se tornado mais dinâmica, muito influenciada pela internet e pela velocidade de consumo de conteúdos, assim como pela multiplicidade de opções que o telespectador tem hoje.

A TV tem vivido intensamente essa metamorfose e, mesmo com a necessidade de repensar alguns conteúdos, sua permanência enquanto veículo de grande alcance é

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

importante, porém, apesar de suas atualizações, sua essência permanece: a possibilidade de explorar o som e as imagens potencializadas pelo movimento. É essa característica gera seu uso como entretenimento, lazer, passatempo. Porém, a palavra entretenimento costuma ser polêmica entre os profissionais da área. Isso porque vem carregada pela ideia de esvaziamento de conteúdo.

Segundo Moraes (2014), o vocábulo pode assumir duas origens, uma francesa (entretenir), sendo compreendido como “apoiar, manter junto, unir”, e outra latina (intertenerere), significando deter, distrair, enganar (palavras associadas a atitudes e situações prejudiciais). Américo (2010) contribui com uma compreensão do uso do termo ao longo da história revelando como aspectos negativos foram a ele associados. Segundo sua pesquisa, no século XIX o entretenimento passou a ser relacionado ao consumo popular, antes se referia a divertimento atrelado ao conceito de pecado - um tipo de atividade que só era permitida para as elites - até que “migrou da ideia de comportamento desregrado para uma conceituação que exprimia um sentido de desaprovação, até depreciativo, posto que era associada a elementos opostos à erudição representados pela cultura da elite” (AMÉRICO, 2010, p.32).

No século XX, com a consolidação do que os pensadores Adorno & Horkheimer, da Teoria Crítica, denominaram Indústria Cultural - a conversão da cultura em mercadoria, em um uso manipulatório que atende aos interesses da classe dominante - a percepção de entretenimento sofreu alteração, passando a ser associada à característica do produto para consumo neste ambiente mercadológico, neste contexto o entretenimento é associado à ignorância, mantendo a massa alienada, dominada (AMÉRICO, 2010). Segundo Bucci (2007), a partir da segunda metade do século XX, a palavra entretenimento deixou de designar apenas os atributos dos produtos especializados em distrair a audiência e passou a se referir a uma indústria diferenciada, a indústria do entretenimento.

Mais do que uma indústria, um negócio global. Com o advento dos meios de comunicação de massa, a palavra, sempre que enunciada, traz consigo esse sentido material: o de negócio. Assim como a própria palavra indústria – que antes nomeava apenas uma habilidade humana – mudou inteiramente de sentido com a revolução industrial, a palavra entretenimento foi revolvida por um processo de resignificação definitivo a partir da indústria do entretenimento. Ao afirmar que faz entretenimento, ainda que marginalmente, uma emissora de televisão se declara pertencente a essa indústria e a esse negócio (BUCCI, 2007, p.2-3)

Na verdade, acredito na possibilidade de uma ressignificação do termo a partir de um novo conceito. Esse pensamento encontra forças no trabalho de outros pesquisadores, que desenvolveram o conceito de Edutenimento, em uma busca por associar características sensoriais com conteúdos educativos que possam estimular o interesse e a atividade intelectual dos receptores. Edutenimento seria a junção das palavras educação e entretenimento, um neologismo derivado da expressão americana “*Edutainment*” (*education + entertainment*). Segundo Okan (2003), “*is a hybrid genre that relies heavily on visual material, on narrative or game-like formats, and on more informal, less didactic styles of address*” (OKAN, 2003, p.01). A nomenclatura possui variações não só em inglês (*edutertainment* ou *entertainment-education*), como também em português, que levam a compreensões similares, como infotenimento e ludoeducação. Há divergências sobre a origem do conceito, alguns autores dizem que se originou a partir da elaboração de jogos de videogame na década de 80, outros citam produções anteriores a este período, como criações da *Walt Disney Productions* que datam da década de 1940 e tinham objetivo educativo.

Independente de seu início, o Edutenimento está conectado ao uso da tecnologia para criar ambientes favoráveis a aprendizagem. Okan (2003) destaca que neste formato a tecnologia seria subserviente à pedagogia e o produto final persiste no foco de fazer a aprendizagem inevitavelmente divertida. Mas não basta ser divertido, “*the creation of such materials will require more than mere colour and movement. Tasks designed to raise interest must be balanced with those to develop intellectual capacity.*” (OKAN, 2003, p.06).

O conceito pode ser aplicado a uma série de produtos, programas e mídias que utilizam, em sua fundamentação, programação e formato, métodos de entretenimento com finalidade educativa, como por exemplo jogos, aplicativos, sites, espetáculos, eventos, filmes, programas de TV. Desta forma, o Edutenimento contribui com um alargamento dos contextos educativos dentre as possibilidades de educação complementar, que se difere da educação formal que tem seu fundamento na escola.

Como estas possibilidades educativas surgem nos produtos televisivos ou como podem ser alcançadas por eles nos formatos especializados em arte? Esta problemática levou ao desenvolvimento de um novo conceito: Arte-edutenimento televisivo, que surge

da associação de conhecimentos das áreas de Arte-Educação, Mediação em Artes e Audiovisual (Figura 1).



FIGURA1: Mapa Mental sobre o desenvolvimento do conceito *Arte-Edutenimento Televisivo*.

Desmenbrando a escrita do conceito, podemos ilustrar este pensamento como: “EDU” está fundamentada nas contribuições das áreas de Arte-Educação e Mediação em Artes e o “TENIMENTO” está fundamentado nos formatos televisivos e linguagem audiovisual. Esta junção tem como objetivo gerar um método que possa ser seguido por programas televisivos de edutenimento (ou outros formatos) especializados em arte, é o que denominaremos como *Arte-Edutenimento Televisivo*

Nesta perspectiva, para favorecer a estética do público, se faz necessário perceber alguns elementos que devem compor o conteúdo da mensagem, tornando—na mais informativa e educativa, como por exemplo: a obra de arte ou artista de forma contextualizada temporal e espacialmente, os processos criativos desenvolvidos, as técnicas utilizadas, as conexões com outras escolas ou artistas do presente e do passado e as conexões culturais e sociais. Já o formato da mensagem televisiva, deve, através da tecnologia e dos recursos audiovisuais, atrair o olhar e estabelecer a conexão necessária para garantir a atenção dele, fazendo da transferência de conhecimentos ser um processo prazeroso e divertido. Aqui, a dimensão pedagógica afetiva é destacada. A linguagem televisiva tem múltiplas possibilidades de combinações provenientes de vários elementos ligados a imagem e ao som, a única regra é que eles respeitem e estejam de acordo com as mensagens que serão transmitidas e com a linha editorial e roteiro do produto, para isso é preciso conhecer e entender como cada aspecto colabora com a construção de significados no audiovisual. Podemos destacar alguns elementos essenciais para a criação de produções que busquem explorar sensações, emoções em prol do edutenimento, como:

a direção de fotografia, a direção de arte, a edição e a sonorização. Para facilitar a compreensão das múltiplas perspectivas que compõe a construção da mensagem pelo *Arte-edutenimento Televisivo*, considereei necessária a construção de um mapa mental, a ser observado na figura 2.

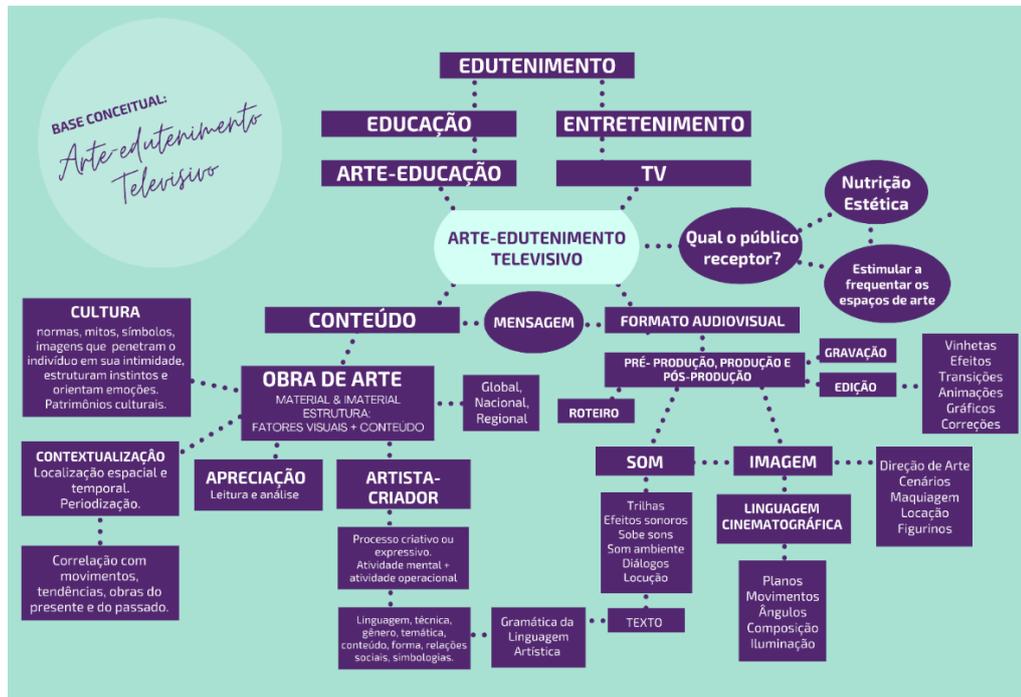


FIGURA 2: Mapa Mental 'Arte-Edutenimento Televisivo'.

Após definir e delimitar o conceito de *Arte-Edutenimento Televisivo*, esperamos que este possa ser útil ao fortalecimento da arte nas emissoras de televisão através do desenvolvimento de produtos que pensem de fato em contribuir com a formação do público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar sobre arte na TV tratando de informações realmente relevantes sobre as obras e os artistas e ainda buscando métodos educativos para estimular o olhar e o interesse dos telespectadores sobre o tema é contribuir com a formação de público para o campo das artes e também com processos educativos não-formais, ou seja, que acontecem fora da escola, mas que funcionam de forma complementar a educação formal. A partir do contato com reflexões pedagógicas, o *arte-edutenimento televisivo* pode contribuir com a dimensão cognitiva, propiciando a aquisição de conhecimentos, dando subsídios

téóricos e visuais para que o telespectador possa entender e construir ativamente suas próprias compreensões acerca do que é tratado; com a dimensão afetiva, provocando a sensibilidade e as emoções a partir dos estímulos sensoriais, sendo essa dimensão fundamental para a capacidade de apreender e aprender dos indivíduos, os recursos audiovisuais estabelecem um vínculo de resgate emocional, um vínculo de significado, e o processo educativo tem que ser significativo para quem aprende, senão o receptor se evade, não assiste, não acompanha; pode-se ainda contribuir com a dimensão psicomotora, dependendo da proposta do programa, se contempla alguma atividade motora, repetição de movimentos ou se leva o público a desenvolver alguma nova habilidade, a construir algum material, por exemplo.

É também um dever do *arte-edutenimento televisivo* estimular o público a frequentar os espaços de arte, a buscar o contato direto com as obras, deixando claro que a experiência da obra é insubstituível e está muito além da tela da TV; assim como democratizar o espaço às mais diferentes linguagens artísticas - ligadas à diferentes culturas, classes, etnias, gêneros, classes sociais, descolonizando olhares, valorizando as produções regionais, pluralizando o acesso a arte.

REFERÊNCIAS

AMÉRICO, M. **TV Digital: Propostas Para o Desenvolvimento de Conteúdos em Animação Para o Ensino de Ciências**. 2010. 213 Folhas. Tese. Universidade Estadual Paulista. Bauru. Formato digital PDF.

ANDRADE, A. P. **O lugar da arte na TV: caminhos possíveis e experimentações no programa circuito**. Belém: PPGArtes/UFGPA, 2021.

AUMONT, J. **A Estética do Filme**. Campinas: Papirus, 2012.

BARBOSA, A. M. e COUTINHO, R. (orgs). **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

BUCCI, E. **TV pública não deve fazer entretenimento**. TV em Questão, edição 416, I Fórum Nacional de TVs Públicas, Brasília, 2007, <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/tv-publica-nao-deve-fazer-entretenimento/>, acessado em 15 de junho de 2024.

MORAES, F. G. **Bom de Boca: Educação e Cultura na cozinha da TV Digital**. 2014. 218 Folhas. Dissertação. Universidade Estadual Paulista. Bauru. Formato digital PDF.

OKAN, Z. **Edutainment: is learning at risk?** British Journal of Educational Technology, Vol 34, N.3, 2003, <https://bera-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-8535.00325>, acessado em 15 de junho de 2024.