

025

AMERICA LATINA MUDIATIZADA PRODUTOS TELEVISIVOS E RECEPÇÃO AS CONFIGURAÇÕES DA TV EDUCATIVA E A REDE RECORD NA CONSTRUÇÃO AUDIOVISUAL DOS LATINO AMERICANOS E A SUA REALIDADE SOCIOCULTURAL AS CONFIGURAÇÕES FABRICADAS PELOS SEUS TELESPECTADORES SOBRE A.

Aline Figueiro Guterres, Alberto Efendy Maldonado (orient.) (UNISINOS).

As redes de televisão brasileiras – TV Educativa/ RS e Rede Record - são estudadas a partir de três perspectivas: estudo das estratégias de construção dos discursos, análise das mensagens emitidas e pesquisa de recepção, estruturando uma problemática sobre processos televisivos que tratam da América Latina. Pressupõe-se que essas redes estruturam campos simbólicos que apresentam uma imagem fragmentada, descontextualizada, preconceituosa, superficial e esporádica da realidade latino-americana, colocando-a num lugar secundário. Nossos objetivos se concentram em detectar como participam os fatores educacionais na comunicabilidade dos telespectadores; identificar de que forma os telespectadores resignificam, usam e geram opiniões e significações a partir do contato com os produtos midiáticos; propiciar a participação dos públicos na crítica da mídia; registrar de que maneira as duas redes contribuem para a compreensão mais aprofundada do mundo ou fabricam produtos e estratégias, que favorecem a ignorância e o conhecimento superficial da realidade socioistórica e, enfim, o projeto busca aprofundar os conhecimentos teórico-metodológicos sobre pesquisa televisual. Para a análise dos produtos midiáticos, grava-se uma amostra significativa da produção das redes, editando-se os produtos que apresentem a América Latina. A pesquisa de recepção é realizada levando em consideração: índice de assistência à TV e diferenças educativas, visto que educação e comunicação são dimensões próximas. Nesta etapa, além de questionários exploratórios, realiza-se uma pesquisa qualitativa utilizando as técnicas de entrevista em profundidade, vídeoconversa e videofórum, as quais, utilizadas em conjunto, possibilitam diferentes ângulos de análise dos entrevistados.