

MEIOS DE COMUNICAÇÃO, FONTES DE ENTRETENIMENTO

Christiane Pitanga¹

Resumo

Este artigo retrata o aumento da demanda por lazer e entretenimento e o papel dos meios de comunicação de massa como importante fonte provedora dessas atividades. No final do século XX, os indivíduos, cansados do trabalho e tensos com os problemas cotidianos, começaram a valorizar as horas livres destinadas ao lazer, superando a cultura industrial que incutiu na sociedade o trabalho como a principal atividade do ser humano. Os meios de comunicação de massa, principalmente os eletrônicos, transportaram para as telas as programações culturais e lúdicas, possibilitando, assim, o acesso e a democratização de tais atividades.

Abstract

This paper shows the increase of the demand for LAZER and entertainment and the PAPER of the mass media as an important supplier source of these activities. In the end of the 20th Century, persons tired of their jobs and tense because of the day by day problems, began to enhance the spare time destined to the LAZER, overcoming the industrial culture that inculcated in society the job as the main activity of human being. Mass media, mainly the electronic ones, brought to the screen the LÚDICAS and cultural PROGRAMAÇÃO, making possible, the access and the democratization of these activities.

Sumário: Introdução - De *homo ludens* a *homo faber* - O resgate do *homo ludens* - Meios de comunicação, fontes de entretenimento - Comunicação de massa e entretenimento -

Introdução

¹ Designer Gráfica, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora dos cursos de Publicidade e Propaganda e Produção Editorial das Faculdades Promove, professora da Pós-Graduação em Administração Pública do Senac/MG.

O século XX pode ser considerado o século da evolução tecnológica que provocou mudanças profundas na sociedade moderna de forma intensa e com uma velocidade alucinante. Convivemos com avanços que contribuíram não só com o setor produtivo, mas também com as ciências ligadas à saúde, às questões do meio ambiente, à educação, à exploração espacial, entre outras, e que acabaram por afetar o comportamento social.

O desenvolvimento tecnológico permitiu também o surgimento e o aprimoramento dos meios de comunicação. O aumento da produção de jornais e revistas ilustradas, graças às máquinas rotativas, aliado ao surgimento do cinema, rádio, televisão e, por último, da Internet, massificou e democratizou o acesso às informações. A invenção dos satélites foi fundamental para que as informações pudessem circular por todo o planeta em tempo real, possibilitando ao indivíduo o contato com outras realidades e experiências. A diversidade e a intensidade com que as informações passaram a ser produzidas e distribuídas acabou por valorizá-las com um bem precioso, aumentando o seu consumo e provocando o desenvolvimento de novas mídias. Além de informar, os meios de comunicação também divertem, persuadem e ensinam, como resumiu ROSA NETTO (1995).

A cultura mecanicista, advinda da Revolução Industrial, transformou o trabalho na principal atividade realizada pelo ser humano, o que ocasionou a redução das horas livres ocupadas com lazer e entretenimento. Ao final do século XX, cansado do trabalho e absorvido pela pressão do cotidiano, o ser humano começou a inverter os valores e dar importância às atividades que o distraem, relaxam, que alimentam suas fantasias, sonhos, criatividade e, dessa forma, que renovam suas energias para continuar produtivo.

As poucas atividades de lazer, oferecidas com qualidade e acessíveis à grande massa, fizeram com que os meios de comunicação assumissem o papel de principal fonte de entretenimento da sociedade moderna. As parabólicas passaram a compor o cenário urbano, inclusive as favelas, indicando que seus habitantes estavam não apenas sintonizados com o que acontece no mundo, mas sintonizados com a fantasia e o divertimento. Cada vez mais, a programação dos meios de comunicação, seja ele impresso ou eletrônico, passou a ser ocupada por espetáculos ligados ao entretenimento, como novelas, programas de auditório, curiosidades, jogos, filmes, entre outros. Até mesmo o jornalismo, programa de

caráter informativo, começou a produzir matérias de comportamento, em que a poesia e o “show” são permitidos.

De homo ludens a homo faber

O trabalho sempre foi uma tarefa relacionada à sobrevivência do homem. Desde o homem primitivo, que era caçador e colhedor, passando pelo homem fazendeiro no período Neolítico, pelo artesão na Idade Média, até chegar ao operário, após a Revolução Industrial, no final do século XIX, o trabalho é uma atividade rotineira e cotidiana que envolve o homem em troca de seu sustento e o de seus familiares. O tempo livre é dedicado ao lazer, às brincadeiras e divertimentos, atividades que ocupam, desde as sociedades antigas, um lugar de destaque na vida do homem. VALLE *et al.* (2000, p. 135) lembra que “o brincar, que é um ato indispensável à saúde física, emocional e intelectual do indivíduo, sempre esteve presente em qualquer povo desde os mais remotos tempos”.

A atividade lúdica é considerada como um fator fundamental no processo de desenvolvimento humano. Ao brincar, o homem desenvolve a imaginação, a criatividade, a auto-estima, o autocontrole e a sensibilidade. Os jogos resgatam a alegria e a felicidade ao mesmo tempo em que estimulam a construção do conhecimento e de habilidades. A importância do lúdico para o homem foi retratada por HUIZINGA (2001, p. 19), ao trabalhar o conceito *homo ludens*, isto é, o homem que se diverte, para “proclamar que o jogo era considerado como uma das principais premissas básicas do ser humano”, ou seja, para existir como tal, o homem necessita de lazer.

Vários pesquisadores, a partir do fim do século XIX, analisaram o jogo do ponto de vista científico na tentativa de explicar o seu significado para o homem. NEGRINE (2000, p. 17) relacionou algumas teorias provenientes desses estudos:

A Teoria do recreio, de Schiller (1875), sustentava que o jogo servia para recriar-se, sendo esta sua finalidade intrínseca. Na *Teoria do descanso*, de Lazarus (1883), o jogo é visto como atividade que serve para descansar e para restabelecer as energias consumidas nas atividades sérias ou úteis. Na *Teoria do excesso de energia*, de Spencer (1897), o jogo tem como função a descarga do excesso de energia excedente. Portanto, sua característica seria a de provocar a catarse. Na *Teoria da antecipação funcional*, de Groos (1902), o jogo é visto como um pré-exercício de funções necessárias à vida adulta. Na *Teoria da recapitulação*, de Stanley Hall (1906), o jogo é visto como forma de recapitular gerações passadas, caracterizando a função atávica da atividade lúdica.

Se o trabalho é o meio pelo qual o homem torna-se produtivo e garante a sua sobrevivência, o lazer é a atividade que garante a qualidade de vida, o desenvolvimento cultural e, até mesmo, a produtividade do homem. A alternância entre trabalho e lazer é fundamental pois, segundo FILIPETTO e DIAS (2000, p. 130), “um apóia e fortifica o outro, buscando um equilíbrio pleno da totalidade do ser, envolvendo o sujeito na sua integridade”, ou seja, de bem com a vida, o trabalhador tem condições de produzir mais e se desenvolver melhor.

Algumas empresas estão adotando atividades lúdicas como estratégias para capacitar e qualificar seus funcionários e, em consequência, aumentar a produtividade, pois acreditam que por meio do jogo o aprendizado acontece de forma natural e gratificante. De acordo com SANTOS (2000, p. 60), “para essas empresas, o copiar e o reproduzir deram lugar ao criar e inovar pela via lúdica”, o que significa que a competitividade da era moderna faz da competência, do talento e da criatividade o maior capital da empresa.

Apesar dessas constatações, a modernidade fez com que o homem, cada vez mais, abrisse mão das horas destinadas ao lazer para se dedicar ao trabalho ou à manutenção dele, por meio de um processo contínuo de qualificação e capacitação. O panorama no início do século XX ainda era de harmonia. De acordo com RIFKIN (1995, p. 19), “economistas observaram que a maioria das pessoas se contentava em ganhar apenas o suficiente para prover suas necessidades básicas e alguns pequenos luxos e, após provê-los, preferia ter mais tempo livre para o lazer a horas adicionais de trabalho e rendimentos extras”, o que demonstra que, até aquele momento, o homem procurava manter um certo equilíbrio entre o trabalho e o lazer, preservando a condição de *homo ludens*.

No entanto, a cultura industrial incutiu na sociedade a idéia de que o trabalho era a essência do homem e desprezou as atividades de lazer, considerando-a uma atividade menor, fútil e ligada à ociosidade. Segundo L. FEVRE (apud DUMAZEDIER, 2001, p. 54), “um homem de minha idade viu, com seus próprios olhos, entre 1880 e 1940, concretizar-se a decadência do homem que nada faz, do homem que não trabalha e do ocioso que vive de rendas”. A burguesia emergente, ligada ao trabalho, acreditava que o aumento da capacidade produtiva passava pelo aumento das horas trabalhadas e pela industrialização.

Entretanto, ao longo do século XX, o homem acompanhou a extinção de milhares de postos de trabalho e se viu ameaçado pelo desemprego. Desde a Revolução Industrial, as inovações tecnológicas têm provocado a demissão em massa de trabalhadores. Seduzidos pela possibilidade do crescimento da produtividade e redução dos custos com a mão-de-obra, aumentando, assim, a margem de lucro, os empresários não hesitaram em substituir os trabalhadores por máquinas. Apesar de líderes sindicais e críticos sociais alertarem para as conseqüências negativas da automação industrial, os empresários continuaram investindo nas tecnologias, pois confiavam que com os aumentos de produtividade cresceriam as oportunidades de emprego e o poder de compra.

No final do século, o surgimento e incremento das tecnologias de informação e comunicação novamente provocaram a demissão de milhares de trabalhadores. Segundo RIFKIN (1995, p. 5), “enquanto as primeiras tecnologias industriais substituíram a força física do trabalho humano, trocando a força muscular por máquinas, as novas tecnologias baseadas no computador prometem substituir a própria mente humana”, ou seja, cada vez mais as máquinas exercem tarefas antes reservadas ao homem, em continuidade ao processo de eliminação dos empregos. Economistas garantiam que o problema do desemprego naturalmente seria solucionado por si mesmo. Acreditava-se que novos empregos surgiriam diante da nova ordem econômica. No entanto, o que se verificou, tendo como base a economia americana, foi a criação de empregos temporários e com remuneração inferior. Ainda de acordo com o autor, existem previsões que calculam que “menos de 2% da atual força de trabalho em todo o mundo ‘será suficiente para produzir os bens necessários para atender a demanda total’” (idem, 1996, p. 9). Além disso, a grande oferta de mão-de-obra, resultante da massa desempregada, tem provocado a redução dos salários, como anunciou KARL MARX (1867) ao constatar que

os capitalistas não lucram apenas com a maior produtividade, custos reduzidos e maior controle sobre o processo de produção, mas paralelamente, com a criação de um imenso exército de trabalhadores desempregados, cujo poder de trabalho está prontamente disponível para a exploração em algum outro lugar da economia (*apud* RIFKIN, 1995, p. 16).

O desemprego provoca problemas sociais graves, pois, sem emprego, sem perspectiva, sem renda, o homem empobrece e vê sua sobrevivência comprometida. A insatisfação diante do desemprego em massa e da pobreza generalizada propicia

a angústia, a depressão, a exclusão social, a marginalidade e o surgimento de um terreno favorável a tumultos sociais e revoluções em busca de mudanças no contexto sócio-econômico.

O desemprego também reflete na economia. A prosperidade anunciada pelas modernas tecnologias resultou na produção em massa que não se viu acompanhada do consumo na mesma escala. O setor automotivo, por exemplo, começou o século XX num ritmo acelerado de expansão. A Ford e a General Motors aproveitaram-se da abundância de energia elétrica e das inovações tecnológicas para impulsionar o processo produtivo. De acordo com RIFKIN (1995, p. 18) “em 1904, eram necessários 1.300 horas/homem para construir um carro. Em 1932 era possível construí-lo com menos de 19 horas”. Em todos os setores da economia americana foi verificado o aumento da produtividade, que, segundo estatísticas, girou em torno de 40% na década de 20.

Entretanto, o aumento da produtividade, que provocou a queda do preço unitário dos produtos, não foi suficiente para estimular o consumo. A fila de desempregados continuava crescendo e quando algum trabalhador conseguia um novo emprego, geralmente era numa faixa salarial inferior.

Sem consumidores e com as fábricas abarrotadas de produtos, a economia sofreu um colapso com a recessão e depressão. A quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, em 1929, foi um grande impacto negativo na economia resultante do excesso de produção.

Mesmo assim, economistas e empresários continuaram otimistas em relação às perspectivas da modernidade, pois aprenderam a conviver e superar as crises. A economia global surgia no horizonte como uma possibilidade de ampliar mercados que poderiam absorver toda a capacidade produtiva das empresas e, dessa forma, dar continuidade ao processo desenvolvimentista.

A inserção das tecnologias no setor produtivo não representou apenas o aumento da produção, mas valorizou o trabalho como meio de se alcançar a produtividade, afastando o homem das atividades lúdicas.

O resgate do *homo ludens*

Os trabalhadores que conseguiram manter seus empregos diante das demissões tecnológicas ou foram deslocados para outras fontes de trabalho viram-

se diante de uma nova realidade sócio-econômica. Apesar de se sentirem constantemente ameaçados pelo risco de demissão, acompanharam as discussões para reduzir ou amenizar o número de desempregados. O trabalho compartilhado e a conseqüente redução das horas trabalhadas foi uma alternativa proposta pelos líderes trabalhistas a fim de retornar com as pessoas ao trabalho e, assim, aumentar o poder aquisitivo e reaquecer a economia. A idéia era empregar mais pessoas por menos horas de trabalho como forma de fazer o que os sindicalistas chamaram de 'solução justa para a crise', ou seja, dividir com os trabalhadores os ganhos com o aumento da produtividade decorrentes das novas tecnologias.

No entanto, houve quem se colocasse contrário à redução das horas trabalhadas. O fato de ter menos empregados trabalhando por mais horas representara, para alguns empresários, economia com os encargos sociais e com os custos de benefícios adicionais, como assistência médica e aposentadoria. Sob diversos pontos de vista, essa é uma discussão que ainda não foi encerrada. A redistribuição das horas trabalhadas passou pelo argumento da redução do desemprego e o reaquecimento da economia, pela preocupação com a qualidade de vida dos trabalhadores até ser considerada uma questão de sobrevivência.

O tempo livre destinado ao lazer ganhou importância nas discussões pela redução das horas trabalhadas. No século XIX, a jornada de trabalho variou entre 13 horas, por volta de 1833, baixou para 10 horas em 1848 e retornou para 12 horas no final do mesmo ano. Só em 1919 foi definida em oito horas a jornada de trabalho, graças à persistência dos trabalhadores de reivindicarem mais horas para o seu lazer. Em 1936, na França, os trabalhadores conseguiram impor a lei de 40 horas, os contratos coletivos e as férias pagas, garantindo assim, o tempo reservado à família, ao repouso e ao divertimento. LEO LAGRANGE, ministro francês na época, reconheceu a importância do lazer para o ser humano ao declarar: "desejamos que o operário, o camponês e o desempregado encontrem, no lazer a alegria de viver e o sentido de sua *dignidade*" (*apud* DUMAZEDIER, 2001, p. 57).

Menos horas de trabalho significa mais tempo livre. O homem, que durante o século XX se caracterizou de *homo faber*, envolvido na manutenção do emprego e sufocado pelas tensões da sociedade moderna e pelo ritmo intenso da vida urbana, começa a valorizar e resgatar a sua condição de *homo ludens*. Uma tarefa que parece não ser tão fácil. "Durante séculos, educaram-se, prepararam-se, e formaram-se pessoas para um mundo em que o trabalho era o *leitmotiv*. E atenção:

para o trabalho, mas não para o usufruto de seus resultados, não para a fruição do produzido” (WAICHMAN, 1997, p. 21).

O lazer do *homo faber* limitou-se a ocasiões cada vez mais restritas, como algumas festas e jogos. Em outras situações, a diversão tornou-se individualizada e pessoal. NEGRINE (2000, p. 21) observa que “os tempos modernos nos impõem outras formas de lazer, deslocando o eixo do lazer compartilhado com os outros para formas de lazer individual. Estes últimos podem ser caracterizados nas relações do homem com a máquina (computador, televisão)”.

Entretanto, diante da vida agitada e cansada das exaustivas horas de trabalho, a sociedade contemporânea começa a inverter os valores e sentir a necessidade de dedicar mais tempo à família e ao lazer. As saúdes física e mental dos trabalhadores passaram a ter grande importância, pois é por meio delas que é possível ser produtivo. Assim como, na economia globalizada, a criatividade é considerada pelas empresas o grande diferencial competitivo, DE MASI (2000, p. 162) defende o tempo livre como fator fundamental para o homem se tornar mais criativo e produtivo e garante que “a quantidade total de idéias produzidas não é diretamente proporcional à quantidade de horas de permanência no interior de uma empresa”. A princípio, alguns estudiosos, como Marx, acreditavam que os trabalhadores necessitavam do tempo livre apenas para repousarem, descansarem e recuperarem suas forças de trabalho. “Hoje, o repouso foi substituído por um conjunto integrado pelas mais diversas atividades, não ligadas a necessidades e obrigações, como, por exemplo, os deveres familiares e sociais” (DUMAZEDIER, 2001, p. 28). Atividades essas que caracterizam o lazer, que já foi relacionado por sociólogos norte-americanos a atividades livres, sem custos e que oferecem satisfação imediata.

Portanto, o lazer compreende diversas atividades que levam o indivíduo a vivenciar uma realidade imaginária e prazerosa, realizadas no tempo livre e que não representam compromissos.

Ainda de acordo com DUMAZEDIER (2001, p. 32), o lazer apresenta três funções: “a) função de *descanso*; b) função de *divertimento, recreação e entretenimento*; c) função de *desenvolvimento*”. A primeira função alivia a fadiga e recupera os desgastes físicos e mentais provocados pelas ocupações cotidianas. Mesmo havendo uma melhoria nas condições de trabalho, as tensões urbanas, como o deslocamento entre o local de trabalho e o da habitação, e as pressões

causadas pelo ritmo da produtividade e pelas relações industriais aumentam a necessidade de repouso e de pequenas ocupações sem objetivo.

A segunda função do lazer, que compreende o divertimento, a recreação e o entretenimento, proporciona ao ser humano uma ruptura com a vida real, a evasão para uma realidade diferente da vivida rotineiramente todos os dias, a fuga por meio do divertimento. O recurso à vida imaginária leva ao equilíbrio necessário para contrapor às disciplinas e às coerções inerentes das obrigações sociais. Segundo o autor, “a ruptura poderá levar ainda a atividades reais baseadas em mudanças de lugar, ritmo e estilo (viagens, jogos, esportes), ou então a recorrer a atividades fictícias, com base na identificação e na projeção (cinema, teatro, romance...)” (DUMAZEDIER, 2001, p. 33).

Por último, a terceira função, ligada ao desenvolvimento, permite ao indivíduo participar de atividades recreativas, culturais e sociais, ou seja, atividades ligadas à prática de uma cultura desinteressada do corpo, à exposição aos meios de comunicação de massa, como cinema, rádio e televisão, que difundem informações ao mesmo tempo que distraem, e permitem a participação social maior e mais livre do ser humano. Ainda dentro dessa função existem as formas de aprendizagem por meio dos jogos que, como já foi dito anteriormente, estimulam a construção do conhecimento e das habilidades.

Ao analisarmos o conceito do jogo e compará-lo com o conceito de lazer, encontramos muitas semelhanças que nos fazem concluir que toda a atividade ligada ao lazer pode ser considerada uma atividade lúdica.

Diante disso, reforçamos a idéia do resgate do *homo ludens*, observado na sociedade contemporânea, devido ao desenvolvimento das atividades de lazer, em função da necessidade de evasão e do conseqüente aumento do tempo livre.

Porém, a redução das horas trabalhadas não é o único motivo do aumento do tempo livre. Com a redução do número de empregos, milhares de trabalhadores ficaram sem ter onde trabalhar e, portanto, com tempo disponível para ser ocupado com atividades lúdicas. Os aposentados são outra categoria de trabalhadores que gozam do tempo livre. Com o aumento da longevidade, aposentados ou não, indivíduos da terceira idade ganham mais tempo para usufruir do lazer. Além disso, os jovens estão se qualificando mais, buscando especialização, para melhor se posicionarem como profissionais, o que significa que estão ficando mais tempo nas escolas e atrasando o ingresso no mercado de trabalho. De acordo com LEITE

(1995, p. 32), “mais que as obrigações ocupacionais, as escolares costumam deixar tempo para atividades de lazer e até proporcioná-las”. Juntando-se a isso, as máquinas e os aparelhos eletrodomésticos simplificaram as tarefas domésticas, o que economiza o tempo destinado a essas obrigações.

As tecnologias que, por um lado, causaram um impacto negativo na sociedade ao provocar o desemprego, por outro, são responsáveis por descobertas importantes ao desenvolvimento do ser humano, como o avanço das ciências ligadas à saúde, ao meio ambiente, à educação, à exploração espacial, e o crescimento das atividades ligadas ao lazer.

A indústria cultural e algumas atividades ligadas ao lazer apropriaram-se das técnicas e inovações provenientes dos avanços tecnológicos para se desenvolver. Os meios de comunicação de massa, importantes fontes de informação e entretenimento, evoluíram graças às novas tecnologias e, assim, contribuíram para a popularização do lazer, principalmente o eletrônico. WHITE (1957) revela que “graças aos meios de comunicação de massa, o homem ‘médio’ pode dispor de uma riqueza cultural que em nenhuma época anterior foi posta ao seu alcance” (*apud* ROSA NETO, 1995, p. 28).

O setor automobilístico, um dos setores da economia que mais se desenvolveu com a industrialização, ampliou o seu mercado porque a produção em série tornou o automóvel um produto mais acessível e os consumidores queriam ter um carro para passear nos fins de semana. A construção de parques temáticos, o lançamento de jogos eletrônicos, entre outros, alimentaram a economia ligada ao lazer, utilizando-se cada vez mais das tecnologias.

A valorização do tempo livre pelo ser humano e o desejo de maior investimento no lado pessoal e no lazer, próprios da sociedade moderna, foi constatada por Faith POPCORN (s.d.) em O Relatório Popcorn, resultado de ampla pesquisa na sociedade americana, que apontou 16 tendências para o século XXI. A procura por aventuras e fantasias é uma das tendências apresentadas pelo relatório, que recai sobre a necessidade de fuga da realidade para aliviar as tensões do cotidiano. Outra tendência é o desejo de muitos empresários e executivos buscar uma vida mais simples em pequenas cidades litorâneas ou estações climáticas, abrindo uma pousada e fugindo dos problemas das grandes cidades. A economia é mais uma tendência revelada pelo relatório, em que as pessoas desejam oferecer a si mesmo posses e experiências, ou seja, os indivíduos estão se permitindo investir

mais em si, satisfazendo necessidades próprias. De acordo com NAISBITT; NAISBITT e PHILIPS (1999, p. 33), “os americanos classificam o ‘divertimento’ como prioridade máxima, seguido por perder peso e se organizar”, o que comprova essa tendência e a necessidade de evasão e distração.

Dessa forma, o lazer evoluiu de uma possibilidade para os trabalhadores, passando por uma reivindicação até ser reconhecido como uma necessidade. Hoje, as atividades ligadas ao lazer ocupam um lugar de destaque na economia e na sociedade, movimentando a indústria do entretenimento e ampliando os serviços provenientes dessas atividades. Para SANTINI (1993, p. 58), “o conteúdo do tempo livre conquistado se enche de atividades consumidoras, não só de consumo de bens, mas, também, de consumo de lazeres”.

Meios de comunicação, fontes de entretenimento

Um dos fatos mais significativos e marcantes da vida moderna é a evolução dos meios de comunicação que alteraram profundamente a forma do homem se comunicar. Esses avanços não aconteceram de forma despreziosa, seguindo a ordem evolutiva das experiências e descobertas tecnológicas, mas ocorreram para atender a objetivos ambiciosos, como os relacionados por BORDENAVE (1987, p. 57):

Multiplicar o número de pessoas que podem ser atingidas pela mensagem (...)
 Aumentar o número de mensagens diferentes que podem ser distribuídas de uma só vez (...)
 Aumentar a velocidade de difusão da mensagem (...)
 Incrementar a fidelidade da transmissão (...)
 Tornar possível a recepção da mensagem através de vários órgãos sensoriais: a TV e o cinema, graças à sua possibilidade de percepção múltipla, aumentam a vivacidade e naturalidade da mensagens (...)
 Permitir a realimentação e o diálogo (...)
 Possibilitar a retenção de mensagens para sua distribuição oportuna.

O desenvolvimento da imprensa, impulsionado pelas máquinas a vapor, em meados do século XIX, deu início à “Era da Comunicação de Massa”, possibilitando o surgimento de vários jornais e informativos. Esta nova Era iniciou-se de fato no começo do século XX com a invenção do cinema, do rádio e da televisão, ou seja, somente com os veículos eletrônicos foi possível atingir uma grande diversidade de pessoas, sem que elas estivessem no mesmo ambiente para receberem as informações. Segundo Herbert Blumer, massa é o conjunto de pessoas anônimas, separadas fisicamente, com pouca interação ou troca de experiências entre elas e

sem unidade. Isso indica que a audiência da comunicação de massa reúne elementos isolados, anônimos, sendo, por isso, considerada heterogênea.

O impacto dos novos veículos na sociedade foi notório. Ao colocar o indivíduo em contato com outras realidades e experiências, os meios de comunicação de massa (MCM) passaram a ocupar um lugar de destaque e decisivo no desenvolvimento do ser humano e da sociedade. DUMAZEDIER (2001) exemplifica dizendo que:

a televisão devido à sua estrutura pode nos oferecer oportunidades de descobrir todos os países que não temos possibilidade de visitar, passar a conhecer museus, fazer com que tomemos conhecimento das obras-primas do cinema e do teatro, promover nossa iniciação nas grandes descobertas da técnica e da ciência e ainda fazer transmissões diretas de festas e acontecimentos realizados em locais distantes (p. 88).

Apesar da influência dos MCM ainda ser objeto de estudo e provocar polêmicas, não há como ignorar que “a introdução da mídia modifica o processo de alguma forma crítica” (DE FLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 44), pois amplia o repertório das pessoas e dá a elas condições de melhor se informar e analisar os fatos.

A invenção dos satélites representou um marco importante na história da comunicação de massa. “Os satélites tornaram-se fundamentais para praticamente toda a comunicação de massa” (idem, p. 357). As TVs a Cabo só viabilizaram por meio dos satélites e as emissoras de TV inovaram suas programações ao inserir reportagens ao vivo de várias partes do planeta, utilizando os satélites.

Já no final do século XX, os avanços tecnológicos apontaram para a convergência de todas as mídias ao reunir em um só meio imagem, movimento e áudio. Com a utilização dos computadores pessoais interligados em rede, a Internet surge no cenário das novas mídias da era moderna trazendo a possibilidade de interatividade, que vai se tornar uma das características da comunicação no novo século, como afirmam DE FLEUR; BALL-ROKEACH (1993, p. 361-362):

Outro progresso significativo capaz de ajudar nossa futura mídia é a criação de tecnologias de comunicação interatuantes (...) Nesta, transmissor e receptor alternadamente se revezam no papel de comunicador, cada um recebendo realimentação imediata e plena sob a forma de mensagens verbais e não-verbais”.

Muito em breve a Internet será considerada um veículo de comunicação de massa, devido à rápida disseminação do computador pessoal e ao crescimento das redes de computador, usadas para enviar, receber e armazenar informações. Hoje,

não há como negar que a rede mundial de computadores já faz parte dos sistemas de comunicação e do cotidiano da sociedade contemporânea.

Comunicação de massa e entretenimento

Toda essa evolução dos meios de comunicação de massa facilitou e democratizou o acesso às informações, pois o aumento da velocidade de produção e distribuição das mesmas permitiu que a comunicação atingisse os quatro cantos do planeta. O interesse por informações provocou o aumento do consumo da comunicação de massa e deu início a uma outra etapa da história, a Era da Informação. Informação, hoje, passou a ter um grande valor para profissionais que buscam cada vez mais a capacitação e qualificação para melhor se posicionarem no mercado, e para as empresas, que investem na produção de informações como o principal diferencial competitivo diante das empresas concorrentes.

Além da busca por informações, o aumento do consumo da comunicação de massa se deve em grande parte à procura pelo entretenimento proporcionado pelos MCM. Atualmente, a tensão e angústia, próprias da modernidade, tem aumentado a procura por entretenimento e lazer como um meio de aliviar as pressões do cotidiano. Em uma sociedade em que se registra “o aumento do lazer e da valorização da informação como consequência de conquistas sociais e tecnológicas” (GALINDO; DEJAVITE, 2000, p. 1), os meios massivos de comunicação representam um instrumento importante para a satisfação das necessidades das pessoas, da mesma forma que aumentam sua participação no contexto social. NAISBITT; NAISBITT e PHILIPS (1999, p. 29) revelam que “o entretenimento número um nos Estados Unidos da atualidade é a mídia”. Essa é uma constatação do papel que vem sendo exercido pelos MCM como uma importante fonte de diversão diante de uma realidade com poucas oportunidades reais de lazer e que atendam as necessidades do homem de aliviar as tensões do cotidiano.

Não há como negar que as novas tecnologias fazem parte do nosso dia-a-dia e contribuem para o desenvolvimento de produtos eletrônicos voltados para a indústria do entretenimento, assim como para o contínuo aprimoramento dos MCM. Há quem defenda estes meios como uma evolução tecnológica mais importante para a humanidade do que os notáveis avanços da ciência.

O entretenimento sempre foi apontado pelos teóricos da comunicação com uma das funções dos MCM, principalmente pelos que seguem a corrente do pensamento estrutural-funcionalista. LASSWELL (1948) apresentou três funções principais desempenhadas pelos meios massivos: “fornecer informações, fornecer interpretações que tornem significativas e coerentes as informações, exprimir os valores culturais e simbólicos próprios da identidade e da continuidade sociais” (*apud* WOLF, 1985, p. 64). Às funções relacionadas por LASSWELL, WRIGHT (*ibidem*) acrescentou mais uma, considerada também de extrema importância: “a de entreter o espectador, fornecendo-lhe um meio de se evadir das ansiedades e dos problemas da vida social”. SCHRAMM (1957) também enumerou as funções dos MCM, classificando de *recreacionista* a função ligada ao entretenimento, pois, segundo ele, “do mesmo modo que o contador de histórias, o cantor, o dançarino etc., os MCM nos dão diversão” (*apud* ROSA NETO, 1995, p. 39). ROSA NETTO (1995) resumiu em quatro as funções básicas dos MCM: informar, divertir, persuadir e ensinar. A segunda, de acordo com ele “atende à procura de distração, de evasão, de divertimento, por parte do público” (p. 38).

Vários estudiosos relacionam a mídia com o entretenimento porque consideram os MCM um desdobramento da cultura popular de um longo passado histórico e que agora se apresenta envolvida por todo um aparato tecnológico. O mesmo autor afirma que:

uma perspectiva histórica ajuda-nos a compreender que, conquanto nascidos da recente revolução industrial e filhos da moderna tecnologia, os MCM descendem, por outro lado, de uma tradição de espetáculos, arte e recreação populares cujos elementos mais remotos se encontram em festas, danças, ritos, cantos e representações dramáticas dos primitivos (p. 36).

As tecnologias transportaram para as ‘telas’ as apresentações dramáticas, as competições esportivas, programas musicais, teatrais e, mais recentemente, podemos nos divertir com o cotidiano das pessoas por meio de programas como os ‘*Reality Shows*’. ROSA NETO (1995, p. 37) ainda completa que “além de construir o capítulo mais recente da história dos divertimentos populares, a CM prolonga a história, igualmente remota, da informação ou da disseminação de notícias”, ou seja, os MCM assumiram a produção e difusão da cultura popular, sem deixar de lado as demais funções, como a de caráter informativo.

Diante disso, estes meios passaram a ser o eixo principal entre a cultura de massa e o lazer. De acordo com DUMAZEDIER (2001, p. 41), “com o desenvolvimento do lazer, surgiu uma procura crescente de obras de ficção que pôde ser satisfeita, de modo sem precedentes, depois da descoberta da imprensa, dos sons e das imagens com movimento”. Mais adiante o autor reforça que “o lazer não é somente o tempo da distração, recreação e entretenimento, mas também, aquele no qual se obtém uma informação desinteressada” (p. 42) e ainda completa, “o lazer despertou a necessidade de alargar as fontes de informação, sem qualquer ligação com o meio de trabalho” (p. 43), ou seja, os meios de comunicação favorecem o desenvolvimento do lazer e a difusão cultural na medida em que massificam e popularizam conteúdos informacionais sérios de forma agradável, devido à novas tecnologias. Na mídia impressa, por exemplo, as rotativas permitiram aumentar as tiragens dos jornais diários e das revistas, mas o consumo só aumentou quando as editorias de cultura, esportes e entretenimento ganharam destaque nesses veículos. O cinema foi um marco para a indústria cultural e para a indústria do lazer, ao utilizar sons e imagens em movimento para projetar nas telas sonhos e fantasias, despertando o imaginário das pessoas. GABLER (1999, p. 50) acrescenta: “o poder cultural do cinema estava no fato de ele não ter aparecido apenas como resultado da tecnologia; o cinema chegara como uma espécie de realização dos desejos e anseios americanos”.

Por volta de 1941, o rádio representava o principal veículo de entretenimento, como afirmou DUMAZEDIER (2001, p. 69): “não exigindo o rádio o uso da vista como a imprensa, o cinema e a televisão, tende a constituir o cenário sonoro da vida cotidiana”, ou seja, o rádio pode ser ouvido em diversas situações e lugares, não só dentro de casa, mas no automóvel, nas lojas, escritórios e empresas, onde as pessoas possam cumprir suas obrigações ao mesmo tempo em que se divertem com as músicas. O rádio de pilha foi um fator determinante para a disseminação da cultura radiofônica. Com ele a programação podia chegar aos lugares onde não havia luz elétrica e onde os jornais e os sinais da televisão não chegavam.

Entretanto, a evolução tecnológica e a sedução das imagens em movimento associadas ao som, fez da televisão o mais expressivo veículo de comunicação no que diz respeito tanto à comunicação de massa quanto ao entretenimento. “Há muito tempo, certamente, a informação, por intermédio da imprensa escrita e do rádio, não deixou de abrir o campo de visão dos indivíduos, mas com o desenvolvimento da TV

o fenômeno ganhou uma amplitude incomparável” (LIPOVETSKY, 1989, p. 224). Não existem dados comprobatórios, mas considera-se que uma quantidade expressiva de indivíduos passa em casa a maior parte do seu tempo livre e que, em casa, a maioria se ocupa com os programas de TV boa parte do seu tempo livre.

Dessa forma, LEITE (1995, p. 73) considera que a televisão “torna-se cada vez mais o principal instrumento de lazer de grande parte da humanidade; e lazer, no caso, inclui, além do entretenimento, informações e, de modo geral, cultura (...) Como veículo de notícias a televisão é imbatível e suplanta com folga tanto o jornal como o rádio, graças à feliz combinação de som e imagem, que lhe garante rapidez e impacto”. Para DUMAZEDIER (2001, p. 178), os indivíduos que ocupam o seu tempo livre assistindo televisão o fazem com o objetivo de “desejo de evasão e participação, entretenimento e adaptação, informação e formação desinteressadas”. Com uma programação variada e dinâmica, onde se incluem programas musicais, programas de auditórios, telejornais, documentários, novelas, reprodução de filmes, transmissão de eventos esportivos, entre outros, a televisão é uma das principais fontes de entretenimento da atualidade.

A hipótese do “uso e gratificações” aborda a relação do consumo com a função dos meios de comunicação de massa. Segundo KATZ (1959 *apud* WOLF, 1985, p. 63), “mesmo a mensagem do mais potente dos meios massivos não pode influenciar um indivíduo que não faça uso dela no contexto sócio-psicológico em que vive”, o que dizer que, apesar das técnicas e tecnologias disponíveis, os MCM precisam estar atentos às necessidades das quais é preciso satisfazer e qual a função que eles ocupam na sociedade. De acordo com a hipótese, o consumo dos MCM está diretamente associado com a sua utilização, ou seja, os indivíduos só vão se expor à programação dos meios massivos se se sentirem gratificados por isso. É preciso ter a consciência de qual necessidade deverá ser suprida para justificar o consumo? Por meio de uma pesquisa, KATZ, GUREVITCH e HAAS (1973) distinguiram cinco classes de necessidades do ser humano que os MCM satisfazem:

- a. necessidades cognitivas (aquisição e reforço de conhecimento e de compreensão);
- b. necessidades afetivas e estéticas (reforço da experiência estética, emotiva);
- c. necessidades de integração a nível da personalidade (segurança, estabilidade emotiva, incremento da credibilidade e da posição social);
- d. necessidades de integração a nível social (reforço dos contatos interpessoais, com a família, os amigos, etc);
- e. necessidades de evasão (abrandamento das tensões e dos conflitos)” (*apud* WOLF, 1985, p. 65).

A necessidade de evasão é considerada por muitos autores como a função primordial dos MCM, sendo a função de entretenimento a responsável pela sua massificação: “o estrondoso sucesso alcançado pelas diversas manifestações da cultura midiática deve ser atribuído à sua capacidade de oferecer um universo de mudança de ares, de lazer, de esquecimento, de sonho” (LIPOVETSKY, 1989, p. 221). Até as informações são transmitidas por meio de um estilo alegre e mais pessoal: “informar, é claro, mas no prazer, na renovação, na distração; todas as transmissões com vocação cultural ou informativa devem adotar a perspectiva do lazer” (idem, p. 233).

O contínuo avanço tecnológico acaba por aprimorar ou introduzir novos meios de comunicação e, conseqüentemente, novas fontes de lazer. Com o aumento do tempo livre e as novas tecnologias, o lazer movimentava a economia e se solidifica como uma das necessidades e características do ser humano neste início do século XXI que, aos poucos, vai recuperando a sua condição de *homo ludens*.

Referências bibliográficas

- ACOSTA, Marco Aurélio de Figueiredo. A ludicidade na terceira idade. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- ALONSO, Cleusa Maria Maximino Carvalho. Abertura do 4.º Encontro Sul-Americano sobre Brinquedoteca. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- ANTUNES, Celso. A atividade lúdica e a empresa. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- ASTI VERA, Armando. **Metodologia da pesquisa científica**. Porto Alegre: Globo, 1980.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática**. Tradução: Jorge Arnaldo Fontes. 9.ª ed. S. Paulo: Martins Fontes, 1999. 330 p.
- BORDENAVE, Juan Diaz E. **Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. 4.ª ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 110 p.
- CUNHA, Nylse Helena da Silva. O brincar e as necessidades especiais. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- DE FLEUR, Melvin L.; BALL-ROLKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 397 p.
- DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000. 328 p.

- DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. 317 p.
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. 3.^a ed. 1.^a reimp. S. Paulo: Perspectiva, 2001. 333 p.
- FILIPETTO, Márcia Cristina; DIAS, José Francisco Silva. Novas dimensões da velhice despertadas pela ludicidade. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- GABLER, Neal. **Vida – o Filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. S. Paulo: Cia. das Letras, 1999. 293 p.
- GALINDO, Daniel; DEJAVITE, Fábila Angélica. Entretenimento: uma variável comunicacional no jornalismo e na publicidade. In: **Felafacs**, 2000. 15 p.
- _____. **Mídia, lazer e turismo**. Fev. 2001. Slide apresentado em aula na Universidade Metodista de São Paulo.
- HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. 5.^a ed. S. Paulo: Perspectiva, 2001. 243 p.
- LEITE, Celso Barroso. **O século do lazer**. S. Paulo: LTR, 1995. 128 p.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. 2.^a ed. S. Paulo: Cia das Letras, 1989. 296 p.
- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. S. Paulo: Brasiliense, 1990. 226 p.
- MORAES, Dênis de (org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997. 264 p.
- _____. **O planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo Grande: Letra Livre, 1998. 287 p.
- NAISBITT, John; NAISBITT, Nana; PHILIPS, Douglas. **High tech & high touch: a tecnologia e nossa busca por significado**. S. Paulo: Cultrix, 1999. 304 p.
- NEGRINE, Airton. O lúdico no contexto da vida humana: da primeira infância à terceira idade. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- NETTO, Samuel Pfromm. **Comunicação de massa**. S. Paulo: Pioneira, 1972, p. 20-41; 98-109; 124-129.
- POPCORN, Faith. **O relatório popcorn**. 4.^a reimp. S. Paulo: Campus, s.d. 220 p.
- RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos**. S. Paulo: Markron Books, 1995. 348 p.
- SANTINI, Rita de Cássia Giraldi. **Dimensões do lazer e da recreação: questões espaciais, sociais e psicológicas**. S. Paulo: Angelotti, 1993. 102 p.
- SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). Espaços lúdicos: brinquedoteca. In: **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- SILVA, Helen de Castro. A ludoteca/brinquedoteca na visão de alguns dos seus integrantes. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.
- SODRÉ, Muniz. **Reinventando @ cultura: a comunicação e seus produtos**. 4.^a ed.. Petrópolis: Vozes, 1996. 180 p.

VALLE, Maria Cristina Carreira do *et al.* Programa Ludoteca – UEL: uma experiência na criação de espaços lúdicos em diferentes contextos. In: SANTOS, Santa Marli Pires dos (org.). **Brinquedoteca: a criança, o adulto e o lúdico**. Petrópolis: Vozes, 2000. 182 p.

WAICHMAN, Pablo. **Tempo livre e recreação**. S. Paulo: Papyrus, 1997. 160 p.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1985, p. 19-117.