

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA – CCSST
CURSO DE PEDAGOGIA

CHENIA PINTO MARINHO

**CRIANÇA, TV E EDUCAÇÃO: o que os alunos do 4º ano da Escola Machado
de Assis (Imperatriz – MA) dizem e aprendem sobre a televisão**

Imperatriz
2013

CHENIA PINTO MARINHO

CRIANÇA, TV E EDUCAÇÃO: o que os alunos do 4º ano da Escola Machado de Assis (Imperatriz – MA) dizem e aprendem sobre a televisão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pedagogia da Universidade Federal do Maranhão (CCSST) para obtenção do grau de Licenciatura em Pedagogia

Orientadora: Profª Drª Maria Aparecida Corrêa Custódio

**Imperatriz
2013**

Nádia Lusiane Silva Pereira

Bibliotecária CRB 13/457

Marinho, Chenia Pinto

Criança, TV e educação: o que os alunos do 4º ano da Escola Machado de Assis (Imperatriz – MA) dizem e aprendem sobre a televisão /Chenia Pinto Marinho. - Imperatriz, 2013.

78f.

Orientador: Profª Maria Aparecida Corrêa Custódio.

Monografia (Graduação em Pedagogia) – Curso de Licenciatura em Pedagogia, Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia de Imperatriz Maranhão (CCSST) / Universidade Federal do Maranhão - UFMA, 2013.

CHENIA PINTO MARINHO

CRIANÇA, TV E EDUCAÇÃO: o que os alunos do 4º ano da Escola Machado de Assis (Imperatriz – MA) dizem e aprendem sobre a televisão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pedagogia da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Licenciatura em Pedagogia

Aprovado em:

Banca Examinadora

Profa. Dra. Maria Aparecida Corrêa Custódio (Orientadora)

2ºExaminador

3ºExaminador

Para meus pais, Alzelita Marinho e Antonio Pinto, pelo amor, a compreensão e o incentivo.

Para Stella, minha filha, que me aquece a alma, me anima e me impulsiona a um caminhar constante na busca de novos conhecimentos e novas possibilidades.

Para meu esposo pelo amor, a dedicação e o zelo.

Para minhas irmãs, Concilma e Sueli, pelo apoio e carinho. Para todos os “sujeitos” comprometidos amorosamente com o Ensinar e com o Aprender, nos diversos saberes, espaços e tempos, de luta por uma educação democrática e emancipatória.

AGRADECIMENTOS

A Deus, principalmente.

À professora orientadora, Maria Aparecida Corrêa Custódio, por auxiliar tão fundamentalmente na realização deste trabalho.

A todos os profissionais da educação, meus professores e mestres, inovadores, comprometidos com sua prática, dispostos a enfrentar os desafios; apesar das contrariedades, nunca perderam o entusiasmo.

À minha filha, familiares e amigos pela ajuda, incentivo e apoio, no decorrer dessa caminhada.

"E qual seria a tarefa primordial da educação senão levar-nos a aprender a amar, a sonhar, a fazer nossos próprios caminhos, a descobrir novas formas de ver, de ouvir, de sentir, de perceber, a ousar pensar diferente... a sermos cada vez mais nós mesmos, aceitando o desafio do novo?"

(Rubem Alves)

RESUMO

Este trabalho objetivou discutir os possíveis usos e apropriações da TV, no atual contexto de globalização, bem como as controvérsias literárias a respeito dessa “tecnologia da informação” como a “grande vilã” ou aliada na educação de crianças. Mas o interesse principal recaiu sobre a investigação do que as crianças pensam sobre o que veem na TV no seu dia-a-dia, a partir da análise de “falas”, impressões, opiniões, críticas e expectativas a respeito da televisão, bem como identificar os programas mais assistidos por elas e de que maneira a televisão influencia ou não o comportamento dessas crianças. Objetivou, ainda, analisar o papel do professor diante desse meio de comunicação tão presente na vida das crianças; se e como trabalha com a televisão, reconhecendo-a ou não como ferramenta pedagógica, tendo em vista sua abrangência e riqueza de possibilidades educativas. Participaram da pesquisa 24 alunos, de 09 a 11 anos, juntamente com a professora do 4º ano da Escola Municipal Machado de Assis, da cidade de Imperatriz (MA). Portanto, trata-se de uma pesquisa de campo de natureza qualitativa, desenvolvida com o seguinte procedimento: foi solicitado às crianças que expressassem, por meio de textos ou de desenhos, o que achavam da TV, além das entrevistas, estas, direcionadas também para a professora, as quais deram um maior embasamento e uma melhor compreensão dos dados colhidos. Esses dados apontaram que as crianças de fato estão sendo educadas pela TV no decorrer de suas vidas. Porém, não sendo inteiramente passivos às suas influências, como pregam alguns pensadores mais radicais; os telespectadores infantis interagem com esse meio e formulam suas opiniões a respeito do que veem. Observou-se também que, apesar de ainda haver falta de interesse de alguns professores em adquirir conhecimento sobre o assunto, há educadores, no caso da professora entrevistada, que estão conscientes da importância de avaliar, discutir e orientar os alunos sobre o ato de ver TV, além de fomentar uma postura crítica diante deste meio de comunicação tão importante.

Palavras-chave: Televisão, Educação e Criança

ABSTRACT

This study aimed to discuss the possible uses and appropriations of the TV in the current context of globalization, as well as literary controversies regarding this "information technology" as a "great villain" or ally in the education of children. But the main interest fell on the investigation of what children think about what they see on TV in their day-to-day from the analysis of "discourse", impressions, opinions, criticisms and expectations regarding the flat and identify the programs most watched by them and how television influences or not the behavior of these children. Aimed also to examine the role of the teacher in front of this vehicle so present in the lives of children and how it works with the television, or not recognizing it as a pedagogical tool, given its breadth and wealth of educational possibilities. Participants were 24 students between 09 and 11 years, along with the teacher of the 4th year of the Municipal School Machado de Assis in the city of Imperatriz (MA). Therefore, it is a field research of a qualitative nature, developed with the following procedure: We asked the children to express, through texts or drawings, what they thought of the TV, in addition to the interviews, these, directed also to the teacher, which gave a greater foundation and a better understanding of the data collected. These data show that children are actually being educated by TV throughout their lives. However, it is not entirely passive to their influences, as some preach more radical thinkers; viewers interact with children through this and formulate their opinions about what they see. It was also observed that, despite a lack of interest of some teachers to acquire knowledge about it, there are educators, in the case of teacher interviewed, who are aware of the importance to evaluate, discuss and guide students on the act of seeing TV, as well as fostering a critical view of this medium as important.

Keywords: Television, Education and Child

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. Um contexto de globalização	14
1.1 Tecnologias da informação: a TV.....	17
1.2 TV e o discurso publicitário.....	21
2. TV: a “grande vilã?”	27
2.1 Recepção e interação.....	32
2.2 A TV como espaço de aprendizagem e o professor como mediador.....	35
2.3 A escola como mediadora.....	41
3. A opinião das crianças	47
3.1 O que dizem as crianças	48
3.2 O que diz a professora da sala.....	66
Considerações finais	69
Referências	70
Anexos	74

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 - Resposta à questão: Você tem aparelho de TV em casa? Quantos?

FIGURA 02 - Resposta à questão: Você passa muito tempo assistindo TV?

FIGURA 03 - Resposta à questão: Que tipo de programa você mais gosta?

FIGURA 04 - Resposta à questão: Qual o seu personagem de TV favorito?

FIGURA 05 - Resposta à questão: Por que você gosta desse personagem?

FIGURA 06 - Resposta à questão: Na maioria das vezes, você assiste TV só ou acompanhado?

FIGURA 07 - Resposta à questão: Seus pais permitem que você assista ao que quiser?

FIGURA 08 - Resposta à questão: O que você geralmente faz nas horas vagas?

FIGURA 09 - Resposta à questão: Você já comprou algum produto que viu na TV?

FIGURA 10 - Desenho de Marília

FIGURA 11 - Desenho de Vanessa

FIGURA 12 - Desenho de Juliana

FIGURA 13 - Desenho de Isabela

FIGURA 14 - Desenho de João

INTRODUÇÃO

De antemão é preciso considerar que, num mundo em constantes mudanças, a evolução dos recursos tecnológicos e as conseqüentes transformações ocasionadas por eles na sociedade, requerem uma atenção especial para a questão educacional inserida nessa nova cultura. Esses avanços tecnológicos possibilitaram a expansão da comunicação encurtando tempo e distância, principalmente através da mídia televisiva.

Os meios de comunicação, especialmente a TV, fazem parte do dia a dia das pessoas, inclusive das crianças que desde cedo passam a conhecer esse espaço cheio de aventuras, emoções e descobertas; um espaço atrativo e interessante que antecede o tempo da escola. Dessa forma, as crianças passam a conviver com a televisão, que já passou a fazer parte da vida delas como indispensável instrumento de informação, de entretenimento, e, porque não dizer, de aprendizagem.

Não se pode mais pensar a sociedade sem a mídia televisiva. Crianças de todas as idades e classes sociais mantêm uma relação particular com a TV. Essa relação se reflete na sala de aula quando as crianças comentam, imitam, consomem e se comportam de acordo com o que veem na TV. Foi pensando na relação que as crianças estabelecem com a TV no seu cotidiano, o que veem, seus gostos, críticas, opiniões e expectativas sobre esse meio, que o presente trabalho se debruçou. A fim de compreender qual o significado da TV para elas, e, conseqüentemente, como suas influências se refletem em seus comportamentos, inclusive no ambiente escolar. Diante disso, buscou-se também, analisar como esses comportamentos são percebidos pela professora na sala de aula e de que forma a mesma intervém como educadora colaboradora desse processo de aprendizagem.

Para responder a essas questões, além da pesquisa bibliográfica, que se ancorou em autores como Pacheco (1991), Freire (1996), Ferrés (1996), Perrenoud (1999), Moran; Masseto; Behrens (2000), Sampaio (2000), Baccega (2003), Alarcão (2004), Demo (2004), Orozco (2005), Kramer; Leite (2007), Ianni (2007), Eco (2008), dentre outros, foi realizada uma pesquisa de campo, a qual selecionou uma amostra de 24 alunos entre 09 e 11 anos de idade, do 4º ano da Escola

Municipal Machado de Assis, localizada na Vila Nova, bairro periférico da cidade de Imperatriz, constituído majoritariamente por famílias da classe trabalhadora.

A metodologia utilizada para a coleta dos dados foi na linha de uma pesquisa qualitativa, fundamentada também na sociologia da infância que, de acordo com Kramer (1996, p. 29), vê a criança como parte da humanidade e fruto de uma tradição cultural, alguém capaz de recriá-la e refundá-la. Nessa linha, procurou-se levar em consideração o próprio olhar da criança e como ela pensa, sente e imagina o mundo. Enfim, buscou-se compreender a criança ouvindo-a, sobretudo, por meio de entrevistas estruturadas e produções textuais (GOBBI, 2009, p. 69-92). Assim, foi solicitado que os alunos expressassem, por meio de desenhos ou de textos, suas opiniões acerca da TV, suas impressões, seu grau de conhecimento das linguagens televisivas, seus gostos, críticas e expectativas.

Dessa forma, o presente estudo foi estruturado em 3 capítulos, a saber:

O primeiro capítulo discorre sobre o processo de globalização e sua repercussão na evolução das tecnologias da informação, em especial, a TV, bem como sua forma de comunicação e informação persuasivas, que visam conquistar o público através do discurso publicitário.

O segundo capítulo versa sobre as discussões em torno da TV, tanto das concepções extremamente positivas, quando das extremamente negativas, e também aborda como se dá o processo de recepção e interação da criança com a televisão. Além da sua utilização como espaço de aprendizagem, bem como o papel do professor e da escola como mediadores desse processo.

O terceiro capítulo apresenta os resultados da pesquisa de campo através das respostas das crianças que, de olhos atentos, emitem suas opiniões a respeito da TV. Assim, permite-se compreender as relações que as mesmas estabelecem com esse meio no seu dia-a-dia e como isso repercute, de alguma forma, na sua vida escolar.

Seguem as considerações finais, as referências bibliográficas e os anexos.

1. UM CONTEXTO DE GLOBALIZAÇÃO

*Antes mundo era pequeno
Porque terra era grande
Hoje o mundo é muito grande
Porque a terra é pequena
Do tamanho da antena
parabolicamará...*

Gilberto Gil

O processo de globalização mundial, à primeira vista, parece algo que está distante de nós, uma palavra não muito atrativa, mas que trata de transformações que afetam nossas vidas, nossos lares, fazendo parte do nosso cotidiano, como afirma Giddens:

É um erro pensar-se que a globalização só diz respeito aos grandes sistemas, como a ordem financeira mundial. A globalização não é apenas mais uma coisa que ‘anda por aí’, remota e afastada do indivíduo. É também um fenômeno interior que influencia aspectos íntimos e pessoais das nossas vidas. (GIDDENS, 1999, p. 23)

Mas qual a definição de globalização? Para os autores Held e McGrew (2001), não existe definição única e universalmente aceita para a globalização e seu sentido exato é contestável. A globalização se configura em várias direções e áreas como a economia, a política e a cultura, seus efeitos atravessam regiões e fronteiras, onde os acontecimentos locais podem ter uma repercussão global e vice-versa. É preciso ressaltar, antes de tudo, que a literatura sobre a globalização, segundo Held e McGrew (2001), tem várias interpretações, não se esgotando os debates.

Mesmo aceitando essa heterogeneidade, é viável identificar um conjunto de argumentos em torno de uma fissura emergente entre os que consideram que a globalização contemporânea é um acontecimento histórico real e significativo – os globalistas – e aqueles que a concebem como uma construção primordialmente ideológica ou mítica de valor explicativo marginal – os céticos. (HELD; MCGREW, 2001, p. 9)

Os autores afirmam que esses rótulos “globalistas” e “céticos” ajudam a esclarecer as linhas de argumentação em torno do assunto, estabelecendo pontos

de discordância fundamentais. Vale ressaltar que o termo globalista é o mesmo que Giddens denomina de “radicais” em seus estudos. Na visão dele, “de acordo com os cépticos, toda esta conversa acerca da globalização não passa disso mesmo, de conversa. Quaisquer que sejam os seus benefícios, preocupações ou dificuldades, a economia global não é assim tão diferente da que existia em períodos anteriores”, afirma o autor. Já para os radicais, “a globalização é um fato bem concreto, cujos efeitos se fazem sentir por toda parte. O mercado global está, segundo eles dizem, muito mais desenvolvido do que estava em épocas recentes, nos anos 60 e 70” (GIDDENS, 1999, p. 20). Apesar dos radicais estar com a razão em relação aos cépticos, o processo de globalização vai bem mais além do aspecto econômico:

Por conseguinte, eu diria sem hesitar que a globalização, tal como estamos a vivê-la, a muitos respeitos, não é apenas uma coisa nova, é também algo de revolucionário. Porém, creio que nem os cépticos nem os radicais compreenderam inteiramente o que é a globalização e quais são as suas implicações em relação às nossas vidas. Para ambos os grupos trata-se, antes de tudo, de um fenómeno de natureza econômica. O que é um erro. A globalização é política, tecnológica e cultural, além de econômica. Acima de tudo, tem sido influenciada pelo processo nos sistemas de comunicação registrado a partir do final da década de 1960. (GIDDENS, 1999, p. 22)

Enquanto que uns concebem a globalização como um fenómeno exclusivamente econômico e tecnológico, outros a concebem como multidimensional, ou seja, “composta de diversas ordens institucionais ou redes de poder distintas: as de natureza econômica, tecnológica, política, cultural, natural etc.” (HELD; MCGREW, 2001, p. 18).

Para autores como Cesnik e Beltrame (2005), a globalização é tratada pela literatura como efeito de um fenómeno natural, algo que ocorreria normalmente em nosso momento histórico, independentemente dos Estados nacionais, como consequência do desenvolvimento econômico e tecnológico. Ainda segundo os autores, “em algumas circunstâncias a globalização surge como um grande negócio e oportunidade de estarmos onipresentes ou, como querem os mais tecnológicos, permanentemente *on-line*. Em outras, ela aparece como um grande maléfico, arma de dominação econômica e um grande perigo para a humanidade” (CESNIK; BELTRAME, 2005, p. 1).

A verdade é que, de todas as formas, sentimos os impactos da globalização e suas manifestações: a globalização econômica, onde as relações de mercado

acabam seguindo parâmetros determinados pelo mercado internacional. Para Cesnik e Beltrame, esse sistema obriga as economias nacionais a se abrirem aos mercados mundiais e exige que os preços domésticos estejam adequados aos preços internacionais. Sendo assim, parece que vivemos num mundo sem fronteiras, onde o capital é movimentado por todo planeta em grande velocidade.

Quanto à globalização política, as decisões tomadas em alguns países repercutem nos demais e “os Estados-nações são, com certeza, ainda poderosos e os líderes políticos ainda têm papéis importantes a desempenhar no mundo” (GIDDENS, 1999, p. 28); na globalização tecnológica ocorre “a difusão de um instrumental adequado para a produção e distribuição de produtos e valores globalizados. E neste âmbito, a informática e as telecomunicações ocupam lugar de destaque” (BARROS, 1997, p. 24); na globalização cultural, comportamentos e valores são expostos nos diferentes cantos.

A globalização importa à cultura na medida em que esta permite trazer a negociação das experiências culturais para o centro das estratégias no sentido da intervenção social nos outros campos da conectividade, por ser elemento de grande sensibilidade e mediador da integração social, podendo nortear práticas nos setores político, econômico e ambientais de uma sociedade. (CESNIK; BELTRAME, 2005, p. 13)

É a modernidade presente nos diversos espaços e que se manifesta também através das novas tecnologias, principalmente a comunicação eletrônica que transmite informação com grande rapidez a todos os cantos do planeta, como afirma Giddens: “quando a imagem de Nelson Mandela nos pode ser mais familiar do que a do vizinho que mora na porta ao lado da nossa, é porque qualquer coisa mudou na nossa vida corrente” (1999, p. 23).

Esse novo contexto em que se encontra a sociedade globalizada tem provocado mudanças em vários aspectos da vida social: na forma de trabalhar, de nos informar, de nos vestir, de nos alimentar, de consumir, de nos relacionar, enfim, esse novo contexto social exige adaptação, obriga que se encare “o ser humano em sua pluralidade, em sua condição multidimensional” (BARROS, 1997, p. 27). Enfim, pessoas dinâmicas que se adaptam às mais diversas situações, profissionais de grandes competências, de horizontes alargados, capazes de se comunicar e interagir, seres consumidores e produtores de informação.

Conseqüentemente, essa corrida pela adaptação, adequação e aceitação na nova sociedade tecnológica gera uma concorrência entre pessoas e empresas que,

para Tancredi, “faz com que o individualismo aumente cada vez mais devido à competição desenfreada” (1998, p. 71). Assim, as pessoas passam a levar uma vida isolada sem a participação do outro; a convivência social e as formas de lazer se restringem ao próprio lar na companhia de aparelhos eletrônicos como a TV e o computador, os quais oferecem um leque de alternativas e fazem com que se conectem com várias pessoas em qualquer canto do mundo.

As atividades de lazer acabam se centrando na própria pessoa, não exigindo a participação do outro, substituindo-se a convivência social por outra mais facilmente ‘consumível’. Em alguns casos, paradoxalmente, o homem se isola, mas tem acesso ao mundo. (TANCREDI, 1998, p. 72)

O ser humano torna-se cada dia um “homem técnico”, prático e competidor de uma sociedade onde tudo parece ser artificial, até as relações humanas se tornam superficiais, como afirma Barros: “passam a ser descartáveis, superadas pelo tempo. As próprias relações humanas parecem ficar mais distantes” (1997, p. 26).

As tecnologias passam a fazer parte da vida das pessoas em todos os sentidos, são inúmeras suas utilidades como ferramenta de comunicação e informação, tanto para o trabalho quanto para o entretenimento. Porém, apesar das tecnologias, especialmente a TV, atingirem grande parte da população, não atingem a todos de maneira democrática, pois como afirma Cesnik e Beltrame, “dizemos grande parte, mas não a maioria, pois a globalização não superou algumas barreiras sociais e sua lógica está centrada em uma parcela da população que interessa à lógica do capitalismo” (2005, p. 2).

Já que os avanços tecnológicos são tão importantes e imprescindíveis na sociedade da informação, veremos um pouco mais sobre as tecnologias da informação, mais especificamente a TV, sua importância para a sociedade e para a educação escolar, considerando a relevância de formar as crianças frente às exigências da sociedade atual, principalmente, convivência e uso crítico das novas tecnologias em geral.

1.1 Tecnologias da informação: a TV

As tecnologias da informação são decisivas no desenvolvimento das nações, é através delas que se transmite para todos o que acontece no mundo em matéria

de política, economia, cultura, diversão etc. Disseminando ideologias e valores, torna-se não só um veículo de informação, mas também de participação social.

Os novos recursos tecnológicos estão presentes em casa, na escola, no trabalho e nos espaços de lazer. Sua presença na vida contemporânea vai se tornando cada vez mais necessária, e se faz notar através da linguagem da informática, do rádio, do telefone e da televisão.

O campo da comunicação é um campo que cresce intensamente e preenche diferentes funções: informativa, ideológica, de entretenimento e cognitiva. Assim, as mídias vão penetrando e interferindo nas ações de outras instituições como a família e a escola, dentre outras.

Em especial, as novas gerações têm seus valores, opiniões e atitudes que, de certa forma, são afetados por veículos que não assumem explicitamente seu caráter pedagógico, mas acabam, muitas vezes, influenciando mais profundamente a juventude do que a própria educação escolar (BARROS, 1997, p. 28). Esses veículos colocam-se assim, no espaço dos lares e nas dinâmicas sociais do dia-a-dia. É justamente a informalidade desses meios, ao se aproximar mais do entretenimento, que atrai a atenção das crianças e jovens pela combinação das várias linguagens que possuem.

Outra questão é que as informações são tantas e tão rápidas que exigem a mesma rapidez para serem processadas e maior disponibilidade de tempo. Pessoas que se ocupam com outros afazeres, que trabalham e só acessam a TV ou o computador quando chegam a casa cansadas, já se sentem desinformadas e desorientadas sobre as últimas novidades. O tempo acaba sendo curto para tanta informação.

Portanto, nos dias de hoje, velocidade é a palavra-chave do conhecimento. Velocidade para aprender e para esquecer. Velocidade para acessar as informações, interagir com elas e logo superá-las com outras inovações. O importante não é apenas ter acesso à informação, mas saber lidar com ela e transformá-la em oportunidades para as diversas realizações em nossas vidas. (GOMES; ANDRADE, 2005, p. 03)

Nesses tempos de informação, convive uma espécie de superinformação e, ao mesmo tempo, de desinformação, havendo certo descompasso entre quantidade e qualidade. Vive-se a superação das barreiras de tempo e espaço numa grande velocidade na transmissão das mensagens e grande alcance geográfico, trata-se de uma avalanche de informações que chegam até os

telespectadores e os sobrecarregam de tal maneira que eles não conseguem dar conta de processá-las.

Segundo Moran, “quanto mais mergulhamos na sociedade da informação, mais rápidas são as demandas por respostas instantâneas. As pessoas, principalmente as crianças e os jovens não apreciam a demora, querem resultados imediatos”(2000, p. 20). Essa avidez por respostas rápidas certamente levará as pessoas às conclusões precipitadas, superficiais, sem o menor aprofundamento do que é transmitido, que não chega a ser transformado em conhecimento efetivo.

Nesse sentido, um bom exemplo é a TV: por meio dela, é possível saber tudo o que está acontecendo em todos os cantos sem precisar sair de casa.

A mídia televisiva, como tecnologia de comunicação e informação, invade o cotidiano e passa a fazer parte dele. Não é mais vista como tecnologia, mas como complemento, como companhia, como continuação do espaço da vida das pessoas. Por meio do que é transmitido pela televisão, as pessoas adquirem informações e transformam seus comportamentos. Tornam-se ‘teledependentes’, consumidores ativos, permanentes e acrílicos de tudo o que oferecido pelo universo televisivo. (ALMEIDA; MORAN, 2005, p. 94)

Saber o que está acontecendo a todo o momento ao redor do mundo já passou a fazer parte do nosso cotidiano, porém devemos questionar quais são as implicações na educação de crianças e jovens e o que a escola com seus professores podem fazer diante desta realidade; quais são as possibilidades educativas da TV, uma vez que esta e os demais meios de comunicação já estão influenciando e influenciarão mais ainda a educação e o processo de ensino e aprendizagem. Mas antes de aprofundarmos essas questões, as quais trataremos no conjunto deste estudo, vejamos brevemente a trajetória da TV no nosso país.

A palavra televisão é a junção de duas palavras: “tele” que vem do grego e quer dizer distante e *visione* que vem do latim e significa visão. De acordo com Pinto (2007), a TV chegou ao Brasil na década de 1950, feita de caixa de madeira com imagens em preto e branco e com poucos recursos de qualidade. Segundo Hamburger e Bucci (2000), o país foi o primeiro da América Latina e o quarto do mundo a adotar a TV. Nessa década, foram inauguradas as primeiras emissoras brasileiras. A TV era artigo de luxo, tida como símbolo de status, mas paulatinamente foi se tornando cada vez mais acessível.

De acordo com as mudanças técnicas, da década de 1950 até hoje, modificou-se o tamanho da tela, introduziram-se cores, controle remoto e a TV por

assinatura. A tecnologia da TV foi se aprimorando com a variedade de canais, novas programações, novas linguagens, novas maneiras de seduzir o telespectador em função do público específico que se quer atingir.

Na década de 1970, chega a TV em cores. De acordo com Hamburger e Bucci “a tecnologia permitiu a implantação de uma rede de telecomunicações em todo o território e as imagens puderam trafegar a longas distâncias” (2000, p. 11). Na década de 1990, chega a TV a cabo. O ano de 2007 marcou a estréia da TV digital, uma tecnologia que promete revolucionar em todos os aspectos da vida moderna. Será implantada gradativamente em todo território brasileiro até 2016. A tecnologia digital promete qualidade audiovisual com transmissão simultânea de dois ou mais programas através de um mesmo canal, além dos recursos de interatividade.

Em linhas gerais, o advento da televisão, bem como a sua rápida popularização – na segunda metade do século XX ganhou força entre as classes populares e passou a ser vista como um importante meio de intervenção social – tornou-a o principal meio de comunicação de massa e formação de opinião, conquistou lares e corações e causou um segundo impacto na maneira de “ver” o mundo. Deste modo, hoje a TV desempenha um papel importante na vida das pessoas, é o veículo de comunicação de maior alcance no país, é o meio de informação e entretenimento mais utilizado pelos brasileiros, crianças e adultos. Por esta razão, os donos das emissoras de televisão buscam torná-la cada vez mais atrativa.

Quanto ao telespectador, com a implantação da TV digital, passa a ter a opção de como quer assistir à TV, em que horário quer acompanhar determinada programação e ainda interagir com os programas transmitidos. De acordo com Almeida e Moran,

na TV digital além de melhor qualidade de som e imagem, transmitem-se dados na forma de vídeos, áudio, gráfico, imagem e texto. Assim, pela televisão, será possível uma série de vantagens e serviços, como ter acesso a bancos, lojas, supermercados, revistas, sinopses e grades de programas, discurso de seu político favorito e outros (2005, p. 89).

Realmente, a indústria midiática está permanentemente se superando, mas há ainda várias questões procedentes acerca do assunto, dentre elas, os reais benefícios dessa tecnologia e de que modo ela poderá efetivamente transformar a sociedade e, especialmente, como esta tecnologia afetará educadores e alunos nas escolas. Nesse sentido, Almeida e Moran ressaltam que “a TV digital valoriza a

autoria e favorece o exercício da autonomia. Este é seu grande valor educacional e, portanto, humano. Concretizar esse desafio exige que a escola assuma como sua a tarefa de educar para o uso das mídias” (2005, p. 90).

Os mesmos autores atentam para a importância dos educadores refletirem sobre o uso da TV interativa e os riscos de uma pessoa ser manipulada pela mídia se não tiver um espírito crítico. Dizem eles: “Usamos tecnologia porque, com recursos lúdicos e contemporâneos podemos educar crianças e jovens para viver com responsabilidade, criatividade, espírito crítico, autonomia e liberdade em um mundo tecnologicamente desenvolvido” (ALMEIDA; MORAN, 2005, p. 91).

Vejamos agora um tema que, de alguma forma, está imbricado com a questão apontada no parágrafo acima: as formas mais persuasivas e convincentes de estímulo ao consumo através da TV, isto é, o discurso publicitário.

1.2 A TV e o discurso publicitário

É preciso deixar claro que todo esse processo de globalização, apesar do nome, não alcança a todos de maneira equilibrada numa justa posição de bens e riquezas, tampouco, o acesso à informação se encontra democratizado. No entender de Porto, “o mercado audiovisual e tecnológico cria a ilusão de a todos servir, embora muitos se contentem apenas com o *fast-food* televisivo e com a esperança de um dia poder acessar todos os bens. Consumidores efetivos e consumidores imaginários reforçam os objetivos do mercado”(2006, p. 43).

Apesar das diferenças econômicas e sociais, a TV é um meio de comunicação atraente que está presente nos lares de todas as classes. É o mundo dentro da telinha, cheio de emoções. É a propaganda que estimula o desejo de compra do trabalhador, dos pais e das crianças. Há um consenso que diz que a criança é uma consumidora em potencial, pois convence os pais a atenderem seus desejos de consumo; e a mídia utiliza estratégias de marketing através dos seus comerciais, criando um mercado específico para o público infantil.

Em geral, as inovações tecnológicas fizeram com que as famílias buscassem mais conforto e qualidade de vida. Disseminou-se a ideia de que para gozar de tais privilégios, é preciso consumir, então surge o ideal de ser humano consumidor através do poder de compra que adquire. Essa força ideológica de incentivo ao

consumo é reforçada pela TV, que a torna possível por meio da propaganda de um modelo de mundo desejável e de modelos de vida, valores e bens de consumo, mesmo que estes sejam acessíveis apenas a uma pequena parcela da população.

Nessa direção, o mercado veicula suas imagens de forma que sua obtenção seja um desejo de todos e de alcance mundial, havendo uma espécie de universalização de gostos e hábitos. Essa idéia de universalidade defende que todos podem ter acesso aos bens culturais, como afirma Penteado: “promovendo mudanças de fora para dentro, vai construindo aparências universais (modo de vestir, de falar, alvos de preocupação e atenção). Pela exposição dos espectadores a comportamentos e condutas diversas, faz acompanhar às ‘aparências universais’”. (1999, p. 22).

Em meio a essa construção histórica e cultural, o mercado da publicidade cresce a cada dia e está continuamente buscando novas formas de chegar até os jovens consumidores, inclusive por meio dos comerciais de TV. Alguns estudiosos afirmam que os anúncios não só aumentam o desejo de compra, como também podem afetar atitudes mais gerais ou os valores que os jovens têm em relação ao consumo, ao dinheiro e, até mesmo, à aparência física (STRASBURGER; WILSON; JORDAN, 2011, p. 83). Principalmente em datas comemorativas como Dia das Crianças, Dia das Mães, Dia dos Pais, Natal, os apelos ao consumismo se intensificam ainda mais e a publicidade ganha força total.

Para Ianni, “o marketing global encarrega-se de popularizar mercadorias e ideais, modos e modas, signos e símbolos, novidades e consumismos, em todos os países, culturas e civilizações” (1996, p. 145), atingindo, sobretudo, crianças e jovens que ficam expostos constantemente aos apelos comerciais. Basta ligar a TV e um mundo de opções lhes é oferecido, pois os produtores das mensagens fazem o possível para torná-las mais atraentes e convincentes. Nessa linha, segundo Libâneo:

A publicidade toma conta dos nossos gostos e desejos. Hoje a propaganda não nos informa para podermos optar livremente pelo produto; ela manipula nossos desejos, nosso paladar, nosso gosto apelando para referências como dinheiro, poder, prestígio, sexo. Nossos filhos comem a imagem Mcdonald, não o sanduíche. (2002, p. 111)

De fato, a mídia aos poucos foi se tornando um meio eficiente de dominação e controle social através de suas mensagens ideográficas e simbólicas de uma

cultura dominante que se impõe hegemônica, no entanto, sem promover a justa distribuição de bens econômicos, culturais, etc. Tanto é que “as classes oprimidas são impiedosamente colocadas diante da fartura e da opulência inacessível das classes privilegiadas” (PENTEADO, 1999, p. 68).

Na mesma linha, Eco (2008) comenta que, por trás de toda direção da linguagem por imagens sempre esteve uma elite de estrategos da cultura, educada pelo símbolo escrito e pela noção abstrata. Essa forma de manipulação de uma elite que pensa sobre as massas submetidas, encontrou na mídia televisiva o seu instrumento disseminador. É como diz Penteado:

Participa do processo de produção da mensagem ampla equipe de profissionais, a maioria procedente da classe média-média e média alta pelo requisito de um acervo cultural específico exigido pelo trabalho e só atingível por pessoas assim localizadas na escala social. (PENTEADO, 1999, p. 16)

E a população de baixa renda é o alvo principal como receptora, concebida pelo discurso publicitário como público fácil de ser capturado por causa de sua (suposta) “baixa capacidade crítica”. Entendemos melhor essa questão com a premissa de Penteado: a TV foi pensada e produzida para constituir um dos processos de controle social.

Para além das classes populares, as mensagens televisivas são elaboradas por meio de representações sociais, por exemplo, uma campanha publicitária veiculada pela TV, mesmo defendendo interesses privados, estará voltada a um determinado grupo social, o grupo que pretende atingir, o público-alvo. Como afirmam Britus e Gastaldo, “em busca de despertar no público-alvo o chamado desejo de compra, o publicitário procura decifrar, no contexto de cada grupo social, o apelo que o levaria a consumir o produto que ele pretende vender” (2006, p. 125). Assim, convence o público a consumir seus produtos por meio de campanhas carregadas de apelos emocionais e de facilidades de acesso.

Nesse contexto de transmissão e divulgação de produtos e serviços pela publicidade, está o setor da mídia que, de acordo com Sampaio, “é aquele que tem como atribuição básica a elaboração de um plano de mídia, que deve garantir uma veiculação satisfatória e adequada das mensagens publicitárias dos anunciantes” (2000, p. 109). Ainda segundo a autora, a propaganda a que o público leitor, ouvinte e telespectador têm acesso, trata-se de um “plano de mídia” que é

resultado de um intenso trabalho coletivo, que envolve profissionais qualificados dessas diversas áreas.

Na medida em que a comunicação é segmentada, os criativos podem contar com coordenadas mais seguras sobre as motivações e expectativas dos consumidores, tanto do ponto de vista do consumo, quanto da comunicação. Na verdade eles elaboram propostas criativas de acordo com as motivações e expectativas, que supõem, a partir de suas observações pessoais e com base nas pesquisas, que sejam aquelas dos consumidores ou segmento de público ao qual eles se dirigem. (SAMPAIO, 2000, p. 141)

Essa capacidade de falar a linguagem do consumidor consiste num grande desafio, por conta da diversidade do público-alvo, de suas particularidades, interesses e preferências. O público infanto-juvenil, em especial crianças, também é alvo das mensagens publicitárias por serem consumidores em potencial, como já dissemos anteriormente. Com breves palavras, a mídia televisiva se encarrega de veicular propagandas que estimulam o desejo de compra do público infantil.

Em função desses contextos, salientamos que é preciso que haja um trabalho educativo, gradativo e contínuo de preparação da população, principalmente das crianças, para se apropriar de forma mais refletida e crítica das informações transmitidas pela TV – podemos estender o pensamento para a utilização do vídeo, internet e outros recursos tecnológicos.

Sem dúvida, é um trabalho gradativo e processual, que envolve fatores culturais ainda enraizados em uma sociedade capitalista.

Talvez seja menos difícil do que se creia, mas não seria utópico propor à TV uma série de transmissões didáticas dirigidas para o 'descondicionamento' do público ensinando-o a não ver televisão mais do que o necessário, a dominar e identificar por conta própria, o momento em que a audição não é mais voluntária, a atenção se torna hipnose e a convicção assentimento emotivo. (ECO, 2008, p.364)

É um trabalho que deve ser feito por pais e educadores: ensinar as crianças a verem TV e serem usuários críticos. Na realidade, os conteúdos televisivos estão repletos de vulgaridade tais como apelos eróticos que utilizam, principalmente, a imagem da mulher, expondo seu corpo e tornando sua sexualidade apenas um objeto depreciativo. Daí a importância de orientar e selecionar os programas que as crianças devem assistir a fim de evitar o que constatou Junior (2002): o Ibope Mídia descobriu que as programações mais vistas por menores foram criadas para adultos tais como telenovelas, *reality shows*, seriados, filmes e programas de auditório.

Mesmo que para os pais seja difícil fazer esse acompanhamento em virtude do tempo, de trabalharem fora de casa o dia inteiro, é preciso investir na orientação e no diálogo. É melhor aconselhar e não proibir; quando se proíbe, o resultado pode ser o inverso, a criança pode se tornar ainda mais curiosa. Ainda de acordo com Junior, “há uma diferença grande entre aconselhar e proibir. Sozinhos eles escolhem mal: o melhor a fazer é monitorar, ver TV junto e orientar sobre o que é bom e por que é bom”(2002, p. 48).

Também é importante estimular as crianças a fazerem outras coisas, outras atividades, para que não dediquem a maior parte do seu tempo à TV. Uma coisa é certa, as crianças só assistem aquilo que interessa e chama a atenção. De fato, querem entender a televisão e, se não conseguem, param de assistir. É por este motivo que a mídia investe tanto nas produções dos programas infantis (STRASBURGER; WILSON; JORDAN, 2011, p. 122).

Com outras palavras, sabendo disso, o discurso televisivo procura ser, cada vez mais, atrativo e envolvente aos olhos do telespectador infantil, pois tem a capacidade de prender a atenção do seu público através das diversas linguagens que apresenta, de forma a fazer com que os espectadores se identifiquem com determinados programas ou personagens, criando preferências de acordo com seus gostos.

Em seus estudos, Fischer (1993, p. 37) fala da forma como a TV combina o real com o fictício, o mágico e o realístico; da mesma forma que personagens fictícios de telenovelas ou filmes vivem, espetacularmente, situações humanas muito semelhantes às de qualquer pessoa comum, criando laços de intimidade com seu público. Segundo a autora, trata-se de uma linguagem mítica quando o espectador se identifica com as vivências dos personagens por se aproximarem da sua realidade, passando a projetá-las em seu comportamento. É onde aparece o estrelismo, o culto aos artistas, atores que caem no gosto popular pelas tramas vivenciadas na telinha da TV. São celebridades, estrelas, transformados em ícones sociais que se apresentam como modelos a serem seguidos.

Em suma, pode-se dizer que a TV é uma indústria totalmente dedicada ao entretenimento, atingindo seu público pela emoção, fazendo rir e chorar através de programas como telenovelas, seriados e *reality shows*. Cabe ao espectador que vê TV, refletir sobre o que lhe está sendo transmitido de mente aberta, dentro da sua

realidade, da sua cultura, com a consciência de que não deve seguir comportamentos veiculados pelas estrelas e celebridades midiáticas.

No próximo capítulo, veremos mais sobre as diversas linguagens combinadas pela TV, as discussões que existem em torno desse instrumento de comunicação, bem como seus pontos positivos e negativos; de que maneira esse veículo participa da vida cotidiana da criança e o seu processo de recepção; a TV como espaço de aprendizagem e instituição social; o posicionamento do professor e da escola diante do aluno/criança/espectador.

2. TV: “A GRANDE VILÃ”?

*O homem da rua
Fica só por teimosia
Não encontra companhia
Mas prá casa não vai não
Em casa a roda já mudou
Que a moda muda
A roda é triste
A roda é muda
Em volta lá da televisão...*

Chico Buarque

A TV é um meio de comunicação tão importante quanto controverso e já despertou amor e ódio de muitos educadores. Alguns dizem que ela aliena, outros a acusam de promover a violência e o consumismo, de ser prejudicial à formação e ao desenvolvimento da criança, de ser uma ameaça dentro de casa, provedora de todos os males. Existem autores para quem o simples fato de assistir televisão, favorece, na criança, uma atividade mental passiva.

Essa visão “pessimista” de alguns estudiosos, ao analisar a TV sob o aspecto da vilania, tem despertado curiosidades e provocado discussões a respeito do tema. No entanto, há também autores que defendem o aspecto positivo e democratizador da televisão e, ainda, aqueles que não são tão radicais, mas reconhecem as vantagens e as desvantagens desse veículo de comunicação. É o caso de Umberto Eco que, segundo Rocco, caracterizou os radicais em “apocalípticos” e “integrados”.

Como bem mostrou U. Eco, num achado verbal muito feliz, diante dos veículos de massa, mormente diante da TV, mesmo que o próprio Eco considere ‘genéricos’ e ‘polêmicos’ os conceitos e um tanto ‘injusta’ sua utilização, diante da TV, as atitudes das pessoas, em geral, fazem com que as classifiquemos ou como ‘apocalípticas’ ou como ‘integradas’.
(ROCCO, 1983, p. 46)

Entende-se que, na visão de Eco, “apocalípticos” são aqueles que condenam os meios de comunicação de massa, que seriam usados para fins de controle e de manutenção da sociedade capitalista. E por “integrados”, os que absolvem os

meios de comunicação de massa, vistos como unificadores da sociedade, contribuindo positivamente com a democracia, levando informação a uma parcela da população que sempre esteve distante das informações.

Para o integrado, não existe o problema de essa cultura sair de baixo ou vir confeccionada de cima para consumidores indefesos. Mesmo porque, se os apocalípticos sobrevivem confeccionando teorias sobre a decadência, os integrados raramente teorizam, e, assim, mais facilmente, operam, produzem, emitem as suas mensagens cotidianamente em todos os níveis. O Apocalipse é uma obsessão do dissenter, a integração é a realidade concreta dos que não dissentem. (ECO, 2008, p. 8)

Eco critica as duas concepções. Os "apocalípticos" estariam equivocados por considerarem a cultura de massa ruim simplesmente por seu caráter industrial, ou seja, um produto do controle capitalista. Os "integrados", por sua vez, estariam errados por esquecerem que normalmente a cultura de massa é produzida por grupos de poder econômico com fins lucrativos, o que significa que a tentativa de manutenção dos interesses desses grupos se dá através dos próprios meios de comunicação.

E seguem os debates em torno da televisão: "a partir da década de 60, em todos os países, a televisão comparece ao tribunal para ser julgada. 'Ela é o mais alienante dos meios de comunicação', dizem uns; 'ela é o melhor invento da sociedade contemporânea', dizem outros (Pacheco, 1998, p. 5). Para essa autora, esses debates ainda continuam acirrados e, apesar de todos os ataques, a televisão continua como peça principal da casa, ora como "babá eletrônica", ora como pano de fundo para as conversas entre amigos, ora como convidada assídua das refeições, ora como convite para preencher o silêncio familiar, mas sempre ligada .

Afirma ainda, que sua posição não é a de "integrada", nem de "apocalíptica" (retornando ao conceito de U. Eco), mas ressalta os riscos e os perigos das avaliações maniqueístas, com respostas que não são definitivas, nem definidoras, e que se cristalizam, gerando conflitos na comunicação. Deixa claro que: "todo programa de televisão é carregado de ideologia, desde o desenho animado mais curto e simples até as publicidades" (p. 5).

Pode-se dizer que grande parte dos estudos voltados para a comunicação no Brasil tem por base as teorias dos fundadores da Escola de Frankfurt particularmente Marx Adorno e Theodor Horkheimer, seus principais

representantes. Segundo Rudiger, a Escola de Frankfurt, fundada em 1923, desenvolveu um programa de pesquisa social, estruturado para servir de base a uma teoria crítica da sociedade e que, em relação à análise crítica dos tempos modernos, seus membros desenvolveram uma crítica à indústria cultural. (1999, p. 14). Segundo o autor, os pensadores, em sua crítica à modernidade, dizem que: “o progresso da razão é gerador de um avanço que não pode ser separado da criação de novas sujeições e dependências, responsáveis pelo aparecimento de sintomas regressivos na cultura e de uma silenciosa coisificação da humanidade” (p. 15).

Os pensadores da Escola de Frankfurt foram classificados como apocalípticos por fazerem afirmações taxativas e grosseiras, como, por exemplo, que “o entretenimento popular responde em realidade a uma necessidade criada artificialmente pela indústria cultural, manipulada e, por conseguinte depravada por ela” (RUDIGER, 1999, p. 8). Em outras palavras, analisam que a cultura de massa distribui um falso entretenimento com a intenção de provocar uma espécie de alienação da população. Outros autores, no caso de Sampaio, mencionam que os pensadores da Escola de Frankfurt

Inauguram uma perspectiva teórica de investigação ordenada a partir de um posicionamento extremamente crítico com relação à chamada ‘cultura de massa’, focalizada primordialmente a partir da ótica da mistificação e da dominação, na qual o conceito de cultura se aproxima da definição de ideologia. Na visão dos autores, a ‘cultura de massa’ constitui o resultado da intervenção da ‘indústria cultural’, que promove a ‘homogeneização das massas’, ameaçando a individualidade e a criatividade dos seus integrantes. Inserida nesse quadro, a mídia é compreendida como um instrumento de poder das classes dominantes, que tem como uma de suas funções básicas, a tarefa de promover a alienação ‘das massas’. (2000, p. 14)

Trata-se de uma visão unilateral, onde o processo de comunicação se dá de maneira verticalizada e centralizada; a mídia é, fundamentalmente, concebida como veículo de difusão da ideologia dominante. Ainda segundo Sampaio, nessa concepção equivocada, a mídia “constitui um instrumento de padronização cultural do público que, qualificado como uma classe acrítica e manipulável é visto apenas como elemento passivo no processo de comunicação” (2000, p. 14).

Outros autores entendem que se trata de uma abordagem um tanto quanto radical quando se refere ao público como massa manipulável e passiva, como se houvesse um poder absoluto de quem fala sobre quem ouve, um discurso unidirecional, sem trocas verbais e interação entre emissor e receptor. Esta

percepção unidirecional do processo comunicativo é negada por Coutinho quando afirma que:

Nas relações através da mídia, o receptor não tem como informar, imediatamente, ao emissor a sua resposta. Mas contra-argumentamos dizendo que essa resposta existe, ainda que não transmitida ao emissor midiático: existe na medida em que o receptor, aparentemente passivo do ponto de vista verbal, não o é, linguisticamente, pois pode manifestar-se por gestos, mímica, posturas, pensamentos, sentimentos, inclusive desligando o *medium*, o que refletiria nos índices de audiência. (2000, p. 79)

A autora frisa ainda que se trate de um processo amplo de interação e que não procede falarmos em comunicação monológica, intransitiva ou irreversível, ao contrário, implica numa comunicação dialógica que se constrói interativamente. São teóricos contemporâneos que detectaram algumas falhas nesses discursos fatalistas, que viam a TV como um meio alienante e manipulador, porém, é preciso reconhecer que, nos tempos de hoje, esse veículo de comunicação não pode mais ser tratado como vilão, já que tem uma importância inegável para a sociedade como um todo.

No caso das crianças, e isso pode ser também preocupante, a TV assumiu grande importância nas suas vidas. Hoje em dia, as formas e o espaço de brincar mudaram e a TV faz parte dessa mudança, pois passou a ser uma companhia constante e agradável para as crianças, que ficam grande parte do seu tempo diante da “telinha”. De acordo com Pacheco, ela “ocupa as horas livres das crianças, impedindo-as de se dedicarem a atividades participativas tais como os folguedos de outrora, onde a criança exercitava naturalmente todo o seu corpo e a sua imaginação” (1991, p. 10).

Seja para crianças, seja para jovens ou adultos, conforme demos a entender no primeiro capítulo, a TV utiliza-se de um sensacionalismo exacerbado e abusa da sensibilidade e do sentimentalismo das pessoas. Visa impressionar os telespectadores, provocando nestes, identificação com as vivências de seus personagens. Sem contar, o mercado da publicidade que divulga tendências, moda, estilos de vida e padrões de beleza, aguçando mais ainda a curiosidade dos espectadores.

Reiteramos que a TV se torna interessante por combinar linguagens diferentes como imagens, falas, músicas, escritas que atingem a todos os sentidos, estimulam a imaginação, entretêm e aguçam as emoções. Para a já citada Porto, “o meio

chega ao receptor com fortes apelos de sedução contribuindo para que o usuário crie códigos de entendimento e se envolva com as mensagens nele divulgadas” (2006, p. 47). Há um impacto emocional que atinge a sensibilidade do sujeito ao aproximar-se de situações do seu cotidiano. Ianni também fala dessas linguagens:

Para avaliar um pouco mais precisamente o significado da mídia impressa e eletrônica no âmbito da cultura e da formação das mentalidades em geral, cabe reconhecer que ela trabalha eficazmente com várias ‘linguagens’. Em nível mais geral, estão a palavra, o som, a cor, a forma e a imagem. (1996, p. 145)

Em meio a esses contextos, os pais estão confusos, se perguntando se a TV pode ser prejudicial para os seus filhos ou se é uma alternativa segura para mantê-los longe dos perigos da rua. Este meio passou a ocupar todos os espaços da casa, em alguns lares existe um aparelho em cada quarto, tornando o convívio familiar mais distante e o diálogo esporádico, principalmente quando o espectador está sozinho, ou seja, quando não há com quem comentar sobre a programação. Em muitos casos, as crianças ficam grudadas na tela da TV horas a fio, assistindo ao que quiserem, inclusive, programas adultos.

Alguns autores afirmam que a atitude familiar pode contribuir como mediadora para a formação dos hábitos da criança frente à TV. No entender de Orozco, a companhia da família pode implicar a possibilidade de uma apropriação mais comentada da programação, sabendo que:

Dentro do ambiente familiar, entretanto, a televisão ainda permanece como catalisador de interação entre os membros da família. A tendência familiar para assistir mais à TV obrigará a criança a também fazê-lo, participando assim dessa atividade comum da família. (1996, p. 49)

Nessas práticas, a relação entre TV e usuário não se dá de forma passiva, muito pelo contrário, pode haver uma interação entre a criança e a programação.

Outra instituição importante no processo de mediação entre criança e TV é a escola, compreendendo o ambiente escolar, a atitude do professor frente à TV e o clima pedagógico que impera na sala de aula. Ainda de acordo com Orozco, pesquisas recentes mostram que, durante o tempo de aula, os alunos fazem comentários sobre o que viram na TV e como recriam os personagens televisivos.

Para esse autor, o processo de recepção do espectador “circula” em outros cenários, mediado por outras instituições, ou seja, a influência que a TV exerce no telespectador não é única:

A influência da TV tampouco é única, devido ao fato de a TV como instituição social não estar só. Ela coexiste ao lado de outras instituições como a família, a escola, o sindicato, a igreja, o partido político, os movimentos sociais etc., com os quais compete na tentativa de fazer valer suas significações e predominar na socialização dos telespectadores. (OROZCO, 1996, p. 30)

Portanto, devido às diversas experiências de sociabilidade as quais a criança está exposta, ela não é um receptor passivo, mas sujeito histórico, social e cultural do processo comunicativo.

2.1 Recepção e interação

Em outro artigo a respeito do telespectador frente à televisão, Orozco (2005) diz que o processo de recepção das mensagens se dá através de “múltiplas mediações”, que são classificadas em: mediação videotecnológica, mediação cognitiva, mediação situacional, mediação institucional e mediação de referência.

A mediação videotecnológica caracteriza a TV como meio técnico de produção e transmissão de conteúdos, com um alto grau de representação. Igual a outras instituições sociais, a TV teria outros recursos para aumentar seu poder de legitimação frente ao público telespectador, tais como a “produção de notícias” e o “apelo emotivo”.

A mediação cognitiva se refere aos esquemas mentais feitos pelo próprio sujeito ao processar as informações recebidas. Esse processamento começaria pela atenção, compreensão, seleção, valoração, armazenamento, apropriação e produção de sentido.

A mediação situacional trata das mediações de outros elementos em volta do público espectador, ou seja, o espectador frente à TV não está só física e mentalmente, mas realiza várias outras atividades simultaneamente. O ato de ver TV pode ser solitário ou acompanhado, e dependendo do espaço onde está instalada a TV, ocorre ou não interações. Quando, por exemplo, a televisão está no centro da única ou principal habitação da casa, a criança mantém um contato mais frequente e mais direto com seus familiares.

A mediação institucional se refere a instituições sociais tais como família, escola, vizinhança etc. Chamadas por Orozco de “comunidades de apropriação”, a família é considerada como primeira comunidade de apropriação e se constitui em um “lugar” natural para ver TV. Ainda de acordo com ele, as crianças ao serem

telespectadores, não deixam de ser filhos de família, alunos de uma escola, membros de um grupo de amigos e vizinhos de uma cultura determinada. Sua condição de telespectador não elimina o fato de pertencerem a outras instituições sociais.

A mediação de referência se refere às características do sujeito e do contexto o qual está inserido, tais como cultura, gênero, etnia, idade e classe social. Segundo o autor, o ser homem ou ser mulher constitui uma relação de referência importante na interação com a TV, pois o sexo do telespectador incide desde seus gostos televisivos e horários para ver TV, até a forma de apropriação do que é visto. Já a etnia compreende fatores culturais como religião, língua, tradições e diversos hábitos que influenciarão nos gostos e maneiras de ver TV. A idade é uma mediação de referência bastante importante, já que os telespectadores na infância e adolescência, “são os que mais veem TV” (Orozco, 2005, p. 35). Já o estrato social, delimita a quantidade de televisões no lar, as possibilidades de acesso a outras atividades culturais da audiência, além dos gostos sobre a programação. O lugar de residência facilita ou impede o acesso do telespectador a outras atividades culturais e meios de informação.

Existem, portanto, diversas mediações a serem levadas em consideração no processo de recepção televisiva.

A pergunta que prevalece nas inúmeras pesquisas a respeito do uso da TV como tecnologia da informação é: como se realiza a interação entre TV e telespectador? O fato é que sua influência é inegável, não só como meio técnico de produção e transmissão de informação, mas também, como instituição social produtora de significados, definida historicamente como tal e condicionada política, econômica e culturalmente (OROZCO, 2005, p. 29). As múltiplas mediações que interferem na recepção do espectador infantil, sintetizadas por nós anteriormente, eliminam qualquer concepção que trata a criança como espectador passivo.

O telespectador não é um mero recipiente que absorve tudo que é oferecido na tela. Não é, tampouco, um ente impermeável ou capaz, em todo momento, de tomar distância crítica da programação; por ser telespectador, não perde totalmente suas capacidades, por exemplo, de crítica ou resistência. (OROZCO, 2005, p. 31)

O autor afirma que se trata de uma falácia que aparece repetidamente nas pesquisas: a criança passiva, desamparada e facilmente influenciada pela televisão. Entende-se que essa concepção só reconhece como receptor ativo

aquele que é capaz de fazer uma análise profunda e detalhada, que relaciona valores e atribui significados. Tal perspectiva desconsidera que as crianças sejam sujeitos pensantes e históricos.

Outra questão que aparece nas pesquisas é em relação ao comportamento agressivo que, possivelmente, algumas programações televisivas causariam nas crianças, além do estímulo ao consumismo e do forte apelo sexual. São questões recorrentes a respeito das influências da TV e do seu poder de persuasão. Porém, continuam tratando apenas dos possíveis efeitos da TV no comportamento cognitivo e emocional das crianças, mas sem incluir outras variáveis, dentre elas, a família e a escola, já que a TV não é a única instituição a fazer parte da vida da criança. Novas pesquisas,

entretanto, tenderam a relativizar a influência da televisão. Muitas variáveis demográficas, econômicas e sociológicas que afetam o contexto da recepção infantil estão sendo estudadas seriamente. A complexidade da situação está sendo melhor apreciada, e é clara a necessidade de maior colaboração interdisciplinar. (OROZCO, 1996, p. 48)

Há, ainda, questões sobre o tempo que as crianças ficam exposta à TV e sua repercussão no processo de socialização. Seguindo Orozco (1996), pode-se especular que o maior tempo gasto na assistência à televisão foi tirado das horas anteriormente usadas para brincar com outras crianças; também as horas de lazer ou quando a criança passa muito tempo em casa. Nesses contextos, as atividades sociais ficam mais restritas.

Para Pacheco (1995), o assunto é sério e exige cautela, reflexão e pesquisa. Não basta basear-se em evidências e dizer que a TV é nociva ao desenvolvimento da criança, mas “é necessário conhecer o desenvolvimento do ser humano em sua totalidade dialética, em seus aspectos bio-psico-sócio-culturais” (1995, p. 44). Ou seja, é preciso conhecer a criança em todos os seus aspectos:

Conhecer a criança é pensá-la como um ser social. Conhecer a criança é pensá-la num tempo e num espaço, interagindo dinamicamente, influenciando e sendo influenciada. Conhecer a criança é pensá-la como um ser de relações que ocorrem no nível da família, da sociedade, da comunidade. É conhecê-la em casa, na escola, na igreja, na rua, no clube, em seus grupos sociais, nas “peladas”, enfim, em todas as suas atividades. (PACHECO, 1995, p. 44)

Nesse sentido, a relação que a criança estabelece com a TV e determinadas programações, como os desenhos animados, é um jogo de interatividade; mesmo quando está só, a imaginação toma asas e estimula a curiosidade. É aí que entra

em cena o “jogo dialético”, isto é, há uma troca de informações, entendimentos e emoções onde a comunicação se faz através do lúdico presente nesse espaço multimídia, fazendo com que a criança queira adentrar os mistérios deste mundo fantástico.

Dessa forma ela realiza todos os seus desejos e necessidades. Mas é inaceitável acreditar que durante tais jogos a criança seja passiva e acrítica. É inacreditável pensar que ela confunda ficção com realidade. Aliás, eu creio que uma não existe sem a outra. Não há realidade que não seja mesclada de ficção, e esta baseia-se no real. (PACHECO, 1995, p.47)

Em suma, conforme os autores mencionados, mesmo podendo causar algum efeito no comportamento da criança, ainda não se tem resultados definitivos de que a TV pode causar danos irreversíveis ao desenvolvimento humano da mesma, em todas as suas dimensões (biológica, psíquica, emocional, intelectual, social etc.).

De um lado, há que se ter um controle maior do consumo deste meio nos lares, reorientando sua utilização; de outro lado, tratar as mensagens, assuntos e temas veiculados pela televisão de forma crítica e reflexiva, tarefa que também pode ser desenvolvida pela escola, é fundamental, visto que sua influência depende de como está sendo utilizada.

2.2 A TV como espaço de aprendizagem e o professor como mediador

Já dissemos que a TV é a mídia mais utilizada pela maioria da população e é presença importante nos lares, fazendo parte da vida política e social das pessoas e contribuindo de forma fundamental para estreitar as relações sociais. Mais: concebendo as crianças como espectadores ativos, percebemos que elas são capazes de questionar, dialogar e criticar dentro das suas possibilidades cognitivas. Portanto, a relação da criança com a TV pode constituir-se um espaço para o desenvolvimento lúdico, para aprender brincando e se divertindo, o que evidencia o caráter ativo da recepção infantil.

Elas [as crianças] não apenas assistem a TV, como interagem com ela e brincam utilizando seus códigos e símbolos como parte integrante de um espaço lúdico no qual agem. Em outros termos, a criança não apenas consome o produto, mas o reconstrói pelo seu próprio imaginário. (MIRANDA, 1992, p. 128)

Talvez seja preciso olhar a TV com olhos de criança, não abrindo mão de uma atitude crítica, sabendo extrair dela o que há de positivo e proveitoso, já que

faz parte do dia-a-dia da criança. É importante que educadores reconheçam que a TV constitui-se num espaço onde a criança exercita sua imaginação, um espaço de interação, de investigação e de descoberta. Como ressalta Teixeira, “perceber que a criança interage com a TV trazendo-a para o seu pequeno mundo próprio, possibilitaria rever uma suposição comum entre pais, professores e intelectuais segundo a qual a TV provocaria uma ‘asfixia da imaginação criativa da criança’” (1985, p. 17).

Ao contrário, a TV possibilita à criança ingressar num mundo da fantasia, do lúdico, de forma dinâmica e não acrítica e passiva, como afirma Pacheco: “é inacreditável pensar que ela confunda ficção com realidade. Aliás, eu creio que uma não existe sem a outra. Não há realidade que não seja mesclada de ficção, e esta baseia-se no real” (1995, p. 47). Portanto, sem estender muito a questão, a imaginação é uma função vital do cérebro humano e uma das suas formas de relação com a realidade se dá quando a fantasia é construída com elementos da própria realidade, ou seja, a imaginação se apóia na experiência.

A atividade criadora da imaginação se encontra em relação direta com a riqueza e a variedade da experiência acumulada pelo homem, porque esta experiência é o material com que a fantasia erige os seus edifícios. Quanto mais rica seja a experiência humana, tanto maior será o material de que dispõe essa imaginação. Por isso a imaginação da criança é mais pobre que a imaginação do adulto por ser menor a sua experiência. (VYGOTSKY, 2003, p. 17).

Aqui se percebe a importância de ampliar a experiência da criança, criando possibilidades para que ela possa ter base para sua atividade criadora. Deste modo, o uso da TV pode significar um importante meio educativo para estimular a capacidade criadora e imaginativa das crianças. Vale lembrar que o mundo da fantasia que a criança encontra na TV, é como o encontrado nos livros, nas literaturas, nas manifestações artísticas, no teatro, etc., não devendo, portanto, ser discriminado.

É notório que a sociedade atual mostra-se exigente em tempos de inovação tecnológica, sujeita às transformações no modo de vida das pessoas, especialmente da nova geração que aprendeu novas formas de brincar. Já não se vê tanto brincadeiras de rua; os brinquedos são mais sofisticados e os jogos eletrônicos cada vez mais avançados. Mas isto não significa que a criança de hoje esteja substituindo suas brincadeiras pela TV, mas encontrando nesta outro brincar.

Através das brincadeiras, do jogo simbólico, a criança cria situações e resoluções para os problemas. É capaz de lidar com dificuldades psicológicas, como medo, dor, perda, conceitos de bem e mal, sendo um reflexo do meio em que vive e de situações imaginárias que os desenhos animados apresentam na televisão. (ROSA, 2006, p. 39)

Dessa forma, a TV aparece como um espaço lúdico de brincadeiras, jogos e uma infinidade de opções que interferem no aprendizado das crianças. Daí a relevância de os educadores não permanecerem indiferentes, pois a TV está em todos os lugares e atinge a todos os públicos; daí a importância de se conviver com esse meio de forma responsável, explorando seus conteúdos de maneira crítica e construtiva.

Nesse sentido, é cada vez mais importante o papel do professor “orientador/mediador”, assessor das atividades dos alunos e não mais um transmissor de informações. Hoje, as tecnologias da informação já assumiram o papel de entregar pacotes prontos de informações e dados; ao professor, cabe o papel de ajudar os alunos a escolher o que for mais pertinente e significativo, fazendo uma reelaboração para uma maior compreensão. Não há que declarar “morte” ao professor. Pelo contrário, na era da informação, ele é o “timoneiro” na viagem da aprendizagem em direção ao conhecimento. (ALARCÃO, 2005, p. 31).

Trata-se também de tornar o espaço da sala de aula mais atraente, estimulante e desafiador; a fim de instigar o aluno a buscar e (re)construir o conhecimento a partir do que é visto na televisão. Nesse sentido, em uma sociedade onde as crianças já nascem em meio às tecnologias e aprendem cada vez mais cedo a se conectar com o mundo, seria andar na contra mão a escola ignorar tudo isso.

Portanto, tornar o espaço da sala de aula estimulante por meio da TV consiste em permitir uma aproximação e percepção do que está presente no cotidiano das crianças por meio de estratégias que possam sensibilizar e conquistar o público infantil. De acordo com Penteado (1999, p. 97), só o fato das crianças passarem a maior parte do seu tempo em frente à TV, já seria o suficiente para trazê-la para a sala de aula. Ainda, segundo a autora,

Entender a TV como um desafio à escola é tentar lidar com este fenômeno, enquanto educadores, de maneira abrangente, de forma que se aproveitem as vantagens que leva a colaboração que presta e aquilo que diz num trabalho que visa favorecer o desenvolvimento da consciência crítica dos educandos. (PENTEADO, 1999, p. 116)

Para atingir essa meta, é sabido que um dos grandes desafios para o professor é estar sempre em processo de formação e autoformação, tendo em vista que:

As mudanças na educação dependem, em primeiro lugar, de termos educadores maduros, intelectual e emocionalmente, pessoas curiosas, entusiasmadas, abertas, que saibam motivar e dialogar. Pessoas com as quais valha a pena entrar em contato, porque desse contato saímos enriquecidos. (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 16)

O professor que reflete sobre sua prática pedagógica e está constantemente alerta para os novos desafios, vive em um processo de amadurecimento intelectual e emocional e se compromete com o seu papel de educar, podendo se tornar um profissional criativo e não mero reproduzidor de ideias e práticas. Aliás, ter a capacidade da autoavaliação é a mola propulsora para uma boa formação docente e isso pode ocorrer até nos contatos com os alunos, ou seja, quando o professor preocupa-se em tornar seus alunos sujeitos críticos e autônomos, através do diálogo e do confronto de ideias, ele poderá também ouvir a si próprio e se autocriticar.

Nessa linha, Alarcão (2005, p. 15), atenta para a questão da nova postura que o professor deve tomar diante das novas circunstâncias que são bem mais exigentes, onde o seu papel “impõe-lhe exigências acrescidas. Ele tem de aprender a gerir e a relacionar informações para as transformar no seu conhecimento e no seu saber”. A autora afirma ainda que:

Desse episódio emerge o poder da criatividade, a capacidade que temos de encontrarmos a nossa própria maneira de agir e de intervir na vida social. A esta capacidade alia-se a de sistematizarmos conhecimento sobre o que fazemos e as condições em que agimos e que condicionam o quê e como. (ALARCÃO, 2005, p. 45)

De fato, um professor reflexivo é aquele que se reconhece, também, um pesquisador, um ser pensante, capaz de gerir sua ação profissional. Mas a reflexão para ser eficaz não pode deter-se ao nível meramente descritivo, é preciso vencer inércias e estar preparado para resolver dilemas e desafios, como discutir na sala de aula determinados conteúdos transmitidos pela TV.

Com base nessa concepção pedagógica, que concebe os alunos como sujeitos críticos e autônomos, na sala de aula poderão ocorrer diálogo e confronto de ideias em relação aos programas televisivos e quaisquer outros temas do

cotidiano e da atualidade, de modo que os alunos possam ser orientados e motivados a pensar criticamente.

Aqui podemos entrar em outra questão pertinente ao tema da TV como espaço de aprendizagem e o professor como mediador. Se o professor é um mediador e não um transmissor de conhecimentos, como dissemos antes, poderá desenvolver a perspectiva apontada por Pedro Demo: ensinar pela pesquisa e fazer com que os alunos aprendam pela pesquisa, o que significa estimular a curiosidade do aluno para ele pesquisar e construir conhecimento de temas que aguçam sua curiosidade tais como alguns daqueles assistidos nos programas televisivos.

Dessa maneira, o professor estimularia uma “atitude construtiva sempre inspirada na pesquisa, capacidades de elaboração própria, atualização constante, emergem como paradigma da relação nova fundada no aprender a aprender” (DEMO, 2004, p. 112). Para isso, o próprio professor precisa transpor a barreira do repasse copiado e assumir a postura de pesquisador, elaborar com mão própria e produzir conhecimento.

Ocorre que com o surgimento das tecnologias da informação, a presença do professor se faz cada vez mais necessária na sala de aula, na verdade, estas inovações e esse novo aluno requerem um professor preparado que seja mediador do processo de aprendizagem dentro da perspectiva do mundo moderno.

Quando se fala de um novo aluno, leva-se em consideração que as crianças e os jovens estão inseridos em uma cultura tecnológica; por este motivo, repetimos, não se deve desconsiderar a participação das mídias na formação dos mesmos. Nesse contexto, em que a TV tornou-se companheira da criança no seu dia-a-dia com seus conteúdos e informações, o professor pode resgatar as temáticas apresentadas na televisão e incentivar a pesquisa em torno delas, conforme a proposta de Demo.

Qualquer conteúdo pode ser pesquisado e refletido de forma educativa, desde que orientado, proporcionando debates e sistematizações. Nessa linha, segundo Moran; Masetto e Behrens “um dos grandes desafios para o educador é ajudar a tornar a informação significativa, a escolher as informações verdadeiramente importantes, entre tantas possibilidades, a compreendê-las de forma cada vez mais abrangente e profunda e a torná-la parte do nosso referencial” (2000, p. 23).

Considerando que a TV é um espaço rico, inesgotável e abrangente, o professor pode explorá-la de diversas formas e desenvolver atividades, como sugerem Almeida e Moran (2005), que possam despertar a curiosidade e a criticidade dos seus alunos tais como discussão de filmes, jornais, documentários, seriados, desenhos animados e outros. E poderá também orientar a pesquisa dos alunos para responder algumas questões básicas da área de comunicação, como por exemplo: a quem interessa esse tipo de notícia; que outras informações deixaram de ser veiculadas; como trazer esta experiência para a nossa realidade; qual cultura, época histórica e contextos das tramas, dramas etc. Outras questões que surgirem no processo investigativo também poderão ser pesquisadas. “Pode também gravar materiais da TV escola, TV a cabo e planejar estratégias para inserir esses materiais e atividades de forma dinâmica, interessante e significativa” (ALMEIDA; MORAN, 2005, p. 98). E ainda, incentivar para que os alunos filmem e apresentem suas pesquisas em vídeo ou produzam seus próprios documentários para apresentá-los à turma.

É importante que cada docente encontre sua maneira de comunicar-se e ajudar os alunos a compreender da melhor forma para uma aprendizagem significativa. Quando o educador propõe a discussão dos conteúdos televisivos, possibilita ao aluno fazer uma leitura crítica, decodificando mensagens, refletindo sobre elas, questionando-as e, ainda, construindo suas próprias conclusões, tornando-se um sujeito capaz de pensar por si mesmo.

No entender de Almeida e Moran, “aos professores é designada a importante tarefa de refletir com seus alunos sobre o que é apresentado pela televisão, suas posições e problemas, reconhecer suas interferências no modo de ser e agir das pessoas e na própria maneira de se comportar diante do seu grupo social, como cidadãos” (2005, p. 94). É necessário fazer, experimentar algo novo, estar atento para os novos desafios, pois educar com as novas tecnologias é um desafio que até agora não foi enfrentado com profundidade.

É importante ressaltar também, que não se trata somente de ver, discutir e relacionar o conteúdo televisivo em sala de aula, mas é preciso que haja a formação da mentalidade crítica, a reflexão contínua e metódica em relação à programação da TV, ou seja, o aluno não precisa somente entender a informação que a mídia veicula, mas também seu processo de produção, as formas e as fontes de informação, o que há por trás, sua intencionalidade levando em conta os

aspectos ideológicos, políticos, econômicos, culturais e estéticos que a mídia está envolvida.

2.3 A escola como mediadora

Nesse exercício de discutir a TV como espaço de aprendizagem e o professor como mediador no cotidiano vivenciado no espaço escolar, é imperativo trazer a figura da escola à reflexão, considerando que o trabalho docente é contextualizado histórica e institucionalmente e que está imbricado com a linha filosófica e política da escola onde atua. Nesse sentido, é importante, nesse momento, refletir sobre a função de mediadora da escola em relação ao uso das novas tecnologias (TV).

Para começar, podemos retomar algumas ideias norteadoras que estamos utilizando para tratar do tema em foco. Dizemos mais uma vez, agora, no contexto escolar: diante da rapidez com que acontecem as mudanças atualmente, a impressão que se tem é de que a escola está sendo atropelada e andando a passos lentos. Vivemos numa época em que o perfil do aluno é outro, o mundo tecnológico torna o aluno mais exigente e curioso diante de tantas inovações. Hoje, as crianças e jovens aprendem muito através das mídias e isso é preocupante, quando se leva em conta que a escola está alheia e distante dessa nova realidade, embora devesse assegurar uma educação condizente com essa nova condição de vida e uma apropriação crítica e criativa desses recursos técnicos à disposição desta sociedade.

A escola prescinde de ser instituição de repasse de informação para tornar-se lugar formador de pensamento, compreensão, interpretação. Preparar crianças e jovens para consumir com seletividade e criatividade a TV, é com eles desenvolver competências para a análise e a crítica a partir de linguagens, produção e recepção. (ALMEIDA; MORAN, 2005, p. 103)

Já dissemos mais de uma vez que é inegável a importância que a TV exerce na construção do repertório infantil, ademais, este veículo de comunicação é uma referência da criança que chega à escola, pois em alguns casos, ela passa mais tempo diante da “telinha” do que na sala de aula, curiosa e concentrada diante de tantas opções.

Nas salas de aula, percebe-se que os alunos não conseguem se concentrar por muito tempo em uma aula expositiva enfadonha. Do "lado de fora", a TV oferece várias alternativas para cada tipo de telespectador, a TV a cabo veicula desenhos animados vinte e quatro horas por dia, além de filmes, seriados, novelas e uma vasta programação onde toda hora é hora de assistir TV. Enfim, a TV é rápida, dinâmica e cheia de novidades, ao contrário da escola que parece monótona e repetitiva. Nesse contexto, se uma escola não orienta seus educandos a se apropriarem criticamente da TV, para que mundo está educando?

Ferrés (1996) assevera que a escola tem a obrigação de ajudar a nova geração de alunos a interpretar os símbolos de sua cultura. Dessa forma, uma educação com e para as mídias é fundamental para o desenvolvimento de habilidades que garantam ao indivíduo uma leitura crítica dos meios de comunicação, bem como a utilização destes na construção do seu conhecimento e em favor de sua formação social que possa contribuir para uma sociedade mais participativa e democrática. "O ideal seria que os alunos não fossem apenas capazes de compreendê-los em profundidade (os meios), mas também de expressar-se por intermédio deles" (FERRÉS, 1996, p. 82).

Portanto, a escola precisa repensar sua posição em relação às novas linguagens tecnológicas, pois há ainda certa resistência na aceitação do novo.

O termo mais adequado para designar a realidade da escola diante dos meios de comunicação e das novas tecnologias, parece-nos, é desajustamento. Enquanto a escola continua com sua retórica pedagógica conservadora, ocupando todo o tempo da sala de aula com esse discurso, o discurso dos meios de comunicação está presente no âmbito da escola de maneira clandestina. Não adentram as salas de aula, mas estão nos corredores, nos intervalos, nas conversas informais, tanto de professores quanto de alunos. É urgente que esses discursos outros saiam da clandestinidade e passem a constituir parte dos diálogos que deveriam ocorrer em sala de aula. (BACCEGA, 2003, p. 61)

Já dissemos alhures: as crianças também são educadas pela mídia, aprendem a informar-se, a conhecer, a sentir, a fantasiar. É uma relação prazerosa feita através da sedução, da emoção e da exploração sensorial. Baccega diz também que a TV, ao trabalhar na base da narrativa, proporciona uma estimulação afetiva permanente, diferente do que ocorre muitas vezes em sala de aula, levando o aluno a desinteressar-se pela escola.

É como reconhecem Moran, Masetto e Behrens:

A criança também é educada pela mídia, principalmente pela televisão. Aprende a informar-se a conhecer; os outros, o mundo, a si mesma; a sentir, a fantasiar, a relaxar, vendo, ouvindo, “tocando” as pessoas na tela, pessoas estas que lhe mostram como viver, ser feliz e infeliz, amar e odiar. A relação com a mídia eletrônica é prazerosa, ninguém obriga que ela ocorra; é uma relação feita através da sedução, da emoção, da exploração sensorial, da narrativa; aprendemos vendo a história dos outros e as histórias que os outros nos contam. Mesmo durante o período escolar a mídia mostra o mundo de outra forma, mais fácil, agradável, compacta, sem precisar fazer esforço. Ela fala do cotidiano, dos sentimentos, das novidades. A mídia continua educando como contraponto à educação convencional, educa enquanto estamos entretidos. (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 33)

A TV, portanto, torna-se, cada vez mais interessante por seu dinamismo e versatilidade:

Televisão e vídeo são sensoriais, visuais, linguagem falada, linguagem musical e escrita. Linguagens que interagem, superpostas, interligadas, somadas, não separadas. Daí a sua força. Atinge-nos por todos os sentidos e de todas as maneiras. Televisão e vídeo nos seduzem, informam, entretém, projetam em outras realidades (no imaginário), em outros tempos e épocas. (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 38)

Ainda segundo os autores, apesar das pessoas não permanecerem totalmente passivas diante da TV e interagirem de alguma forma, muitas não estão preparadas para lidarem com tanta variedade de dados e de estímulos, aceitando e adotando a última moda na mídia ou na roupa. Não é diferente com o público infantil: a criança desde cedo aprende a ler imagens, marcas, logotipos. Quando vai ao supermercado, por exemplo, sabe perfeitamente qual produto lhe interessa, pois a TV se encarrega de sugerir e estimular o consumo através de suas propagandas.

Considerando esse contexto cotidiano, conforme Libâneo (2004), a escola poderia ser um espaço onde professores e alunos poderiam fazer uma leitura crítica das informações, inclusive familiarizar-se no uso das mídias e multimídias já que, segundo o autor, na sociedade tecnológica e da informação, a escola tem um papel que nenhuma outra instância cumpre, e que as novas exigências educacionais pedem:

Um novo professor capaz de ajustar sua didática às novas realidades da sociedade, do conhecimento, do aluno e dos meios de comunicação. O novo professor precisaria, no mínimo, de adquirir sólida cultura geral, capacidade de aprender a aprender, competência para saber agir na sala de aula, habilidades comunicativas, domínio da linguagem informacional e dos meios de informação, habilidade de articular as aulas com as mídias e multimídias. (LIBÂNEO, 2004, p. 12)

Além do mais, ainda segundo Libâneo, há hoje um reconhecimento de que a educação acontece em muitos lugares, por meio de várias agências, inclusive nos meios de comunicação. Portanto, sabendo da possível influência que a mídia exerce nos jovens em idade escolar, esta deve permear os processos educativos da mesma forma que a leitura e a escrita. Seus temas devem trazer ensinamentos e não condicionamento ou alienação. Desse modo, a leitura da mídia também se torna indispensável para uma educação integral do indivíduo. Nessa perspectiva, Freire (1996) menciona que é impossível colocar-se neutro diante da televisão, é preciso debater sobre o que se diz e o que se mostra nela. O autor fala na dialogicidade, numa postura indagadora, curiosa do professor e do aluno, defendendo que:

O bom professor é o que consegue, enquanto fala, trazer o aluno até a intimidade do movimento de seu pensamento. Sua aula é assim um desafio e não uma 'cantiga de ninar'. Seus alunos cansam, não dormem. Cansam porque acompanham as idas e vindas de seu pensamento, surpreendem suas pausas, suas dúvidas, suas incertezas. (FREIRE, 1996, p. 52).

Afirma ainda que, não há dúvida nenhuma do enorme potencial de estímulos e desafios à curiosidade que a tecnologia põe a serviço das crianças e dos adolescentes. Assim, uma aula dinâmica, que envolva as tecnologias da informação como a TV, e estimule a curiosidade dos alunos cada vez mais, é indispensável, mesmo que o professor, segundo Freire, se encontre “repousado” no saber.

Em síntese, a escola não pode mais permanecer alheia, frente às influências que a TV exerce sobre os espectadores infantis. Sendo assim, poderia cumprir uma de suas funções relevantes: formar cidadãos capazes de compreender criticamente a realidade social da qual fazem parte e fazer uma leitura reflexiva das mensagens que recebem via TV. Também as autoras Carlsson e Fellitzen falam de uma educação para a mídia voltada para a participação social e a cidadania crítica.

A educação para a mídia também significa uma luta pela informação, um esforço pela justiça social e cidadania crítica. Numa democracia hoje, a maioria das decisões é tomada por causa da existência da mídia e depende das concepções e impressões que recebemos pela mídia. Portanto, a educação para a mídia, a capacidade para entender a mídia ou a educação para a comunicação precisa levar a uma redistribuição do poder político e social. O diálogo criativo e crítico, a reflexão, a participação e a ação fazem parte de um processo de aprendizagem e prática que dará a todos os grupos e indivíduos da sociedade o direito de se expressar, de se desenvolver e de se libertar,

independentemente da idade, gênero, condições sócio-econômicas, cultura, língua e religião. (CARLSSON; FELLITZEN, 2002, p. 30)

O saber que a escola ofereceu sempre foi formalizado, organizado e hierarquizado em detrimento do saber oferecido pelos meios de comunicação que romperam com essa rigidez e passaram a fazer parte da educação das crianças mesmo que seu compromisso assumido publicamente não fosse de educar, mas sim de entreter. Nesse sentido, a escola vê-se diante do desafio, não de concorrer, mas de se abrir aos novos desafios e se permitir um ambiente prazeroso, dinâmico e interessante. “Trata-se de enriquecer a experiência, mas sem negá-la, de possibilitar uma leitura reflexiva e crítica, mas sem eliminar o prazer sensorial e emocional” (FERRÉS, 1996, p. 83).

A escola, sem dúvida, é privilegiada para a prática pedagógica com a TV, na qual pode proporcionar espaços comunicativos de criatividade, de reflexão, de reconhecimento das relações contextuais existentes entre a informação e o conhecimento, tendo o cuidado de respeitar as experiências dos alunos, levando em conta que a linguagem da TV é envolvente sensorial e emocionalmente, e requer uma leitura interpretativa.

Nesse sentido, a TV pode ser uma importante aliada no processo educativo e a escola pode aproveitar a empatia que a criança tem com a TV a fim de tornar o espaço da sala de aula menos enfadonho.

Mesmo durante o período escolar a mídia mostra o mundo de outra forma mais fácil, agradável, compacta, sem precisar fazer esforço. Ela fala do cotidiano, dos sentimentos, das novidades. A mídia continua educando como contrapondo a educação convencional, educa enquanto estamos entretidos. (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 33).

À educação convencional se coloca a necessidade de criação de estratégias para o uso da TV como instrumento educativo, ciente dos benefícios que se pode obter. Assim, a educação não pode acontecer isolada, deve fazer parte do cotidiano do aluno; nessa perspectiva, Freire salienta: “como educadores e educadoras progressistas não podemos apenas desconhecer a televisão, mas devemos usá-la, sobretudo discuti-la”(1996, p. 139).

Outra questão é que enquanto as crianças acompanham a modernidade a escola parece ter parado no tempo; há uma grande dificuldade da escola e dos professores em se adaptarem ao novo. As escolas ainda não compreenderam que, também elas têm de se repensar. Permanecem na atitude negativa de se sentirem

defasadas, mal compreendidas, mal-amadas, ultrapassadas, talvez inúteis. (ALARCÃO, 2005, p. 36)

Em todo caso, segundo Almeida e Moram (2005), a escola está diante de mais um desafio e espera-se que ela enfoque o mundo audiovisual, faça da TV objeto de estudo, conheça-lhe linguagem, programação, condições de produção e de recepção e a incorpore pedagogicamente.

E assim retornamos às ideias de Pedro Demo: a escola precisa investir na produção de conhecimento novo e inovador, repensar os aspectos metodológicos e integrar ensino e pesquisa, só assim poderá cumprir sua função social de formar o cidadão autônomo, competente técnica e politicamente, reconhecendo seus alunos com colaboradores do processo de ensino-aprendizagem.

Na escola, mesmo socializadora como todos os processos sociais, deveria preponderar a construção da consciência crítica e autocrítica, dentro da perspectiva da formação do sujeito. Educação reclama postura de sujeito. É o cerne da emancipação, que somente medra em sujeitos. Emancipação emerge, quando objetos se apercebem da sua subordinação, e, num processo de conquista, avançam para a condição de sujeitos. (DEMO, 2004, p. 99)

Enfim, para ser motivadora, a escola precisa desafiar seus alunos, tratá-los como sujeitos pensantes, capazes de produzir conhecimento; fazer das salas de aula laboratórios de pesquisa, um espaço para o diálogo, a discussão, o confronto e o prazer de aprender. Subentendendo-se que toda educação se constrói, se desenvolve e se afirma a partir do meio ambiente, do processo de socialização do indivíduo, no entanto, os meios de comunicação, como a TV, são agentes socializadores que fazem parte da educação das crianças.

No próximo capítulo, será relatada a análise dos dados da pesquisa de campo, com as opiniões, críticas e expectativas dos alunos a respeito do que aprendem com a TV no seu dia a dia.

3. A OPINIÃO DAS CRIANÇAS

*Eu fico com a pureza da resposta das
crianças...*

Gonzaguinha

Retomemos aqui algumas considerações sobre o papel das mídias, especialmente a TV, como presença jacente na vida das crianças e no seu processo de socialização.

De acordo com Lazar (1999, p. 101), antes do surgimento das mídias de massa e principalmente da televisão, o primeiro papel nesse processo pertencia à família, “parece assim que a socialização das crianças sofreu uma importante modificação com a chegada dessa nova mídia, e que essa modificação tem estreita relação com a diminuição do prestígio da escola”. A criança, a partir de então, passou a ter contato com inúmeros assuntos e informações.

A criança de hoje, nascida numa sociedade industrial, não entra num mundo harmonioso, imóvel, ordenado. Desacertos, conflitos, lutas pelo poder esgaçam esta sociedade. A criança recebe ordens, conselhos contraditórios, percebe em torno dela atitudes divergentes em relação às quais deverá progressivamente se situar. Parece-me importante observar que, contrariamente a uma visão determinista, esse processo não é nunca uma pura e simples inserção social, é a passagem de um papel social para outro. (LAZAR, 1999, p. 102)

A autora afirma que inicialmente a família era o lugar da transmissão dos saberes. A escola veio depois e ofereceu à criança outro lugar de transmissão social, onde os valores não são os mesmos dos pais e os modos de interação não são os mesmos da família. O aparecimento da TV e de outras mídias aumentou ainda mais a complexidade da socialização. “A extensão da televisão contribuiu para a produção de um ambiente social particular, que não foi levado em consideração nos seus efeitos educativos” (idem).

De acordo com Lazar, o jovem telespectador tem na televisão, além de uma fonte de prazer e diversão, respostas para as questões que faz sobre o mundo que o rodeia. Por outro lado, a televisão também traz uma quantidade de informações com as quais a criança ainda não havia se deparado. Para a autora,

a iniciação da criança à televisão começa frequentemente por programas infantis, que constituem os primeiros passos de transmissão de modelos.

Portanto, tendo em vista o crescente número de telespectadores infantis, que hoje é bastante significativo, e por se tratar de um público especial, que exige uma maior atenção em virtude da variedade de programações à que estão expostos no seu dia-a-dia, que a presente pesquisa buscou, através de entrevistas, coletar um material que possibilitasse compreender as expectativas das crianças com relação à TV; mais especificamente, a relação que elas estabelecem com o que veem, bem como seus gostos, interesses, críticas e expectativas referentes a esse meio.

Foram entrevistadas 24 crianças entre 9 e 11 anos de idade, do 4º ano da Escola Municipal Machado de Assis, as quais 11 são do sexo masculino e 13 do sexo feminino. Também a professora, pois a participação desta como mediadora e orientadora é de fundamental importância nesse contexto educativo envolvendo as mídias.

Primeiramente, solicitou-se às crianças que expressassem, por meio de desenhos ou textos, suas impressões a respeito do que viam na televisão, do que gostavam e o que não gostavam de ver e por quê. Depois foram feitas as entrevistas. Inicialmente durante a entrevista, os alunos foram sendo chamados em grupos de três, porém, percebeu-se certa influência nas respostas, então optou-se pela entrevista individual.

3.10 que dizem as crianças

A seguir, serão apresentados os resultados das entrevistas realizadas com os alunos e com a professora; as respostas das crianças foram sistematizadas em quadros; os nomes das crianças são fictícios.

Figura 1: Resposta à questão: Você tem aparelho de TV em casa? Quantos?

A1	Sim, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
-----------	---

A2	Sim, uma na sala.
A3	Sim, uma na sala e uma no meu quarto.
A4	Sim, uma na sala.
A5	Sim, uma na sala e uma no quarto da minha tia.
A6	Sim, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
A7	Sim, uma na sala.
A8	Sim, uma na sala.
A9	Sim, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
A10	Sim, uma na sala.
A11	Sim, uma no meu quarto e uma na sala.
A12	Sim, uma na sala e uma no meu quarto.
A13	Sim, uma no quarto dos meus pais e uma na sala.
A14	Sim, um na sala.
A15	Sim, uma no meu quarto, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
A16	Sim, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
A17	Sim, uma na sala.
A18	Sim, uma na sala, uma no meu quarto e uma no quarto dos meus pais.
A19	Sim, uma na sala.
A20	Sim, uma no quarto dos meus pais.
A21	Sim, uma no meu quarto, uma na sala e uma no quarto dos meus pais.
A22	Sim, uma na sala, uma no quarto da minha irmã e uma no quarto dos meus pais.
A23	Sim, uma na sala e uma no meu quarto.
A24	Sim, uma na sala, uma no meu quarto e uma no quarto do meu tio.

Como podemos ver, todos os alunos entrevistados possuem TV em casa e a maioria com mais de um aparelho no domicílio, sendo que oito alunos possuem TV no quarto. Sendo alunos de um bairro periférico, é considerável o número de aparelhos de TV nos domicílios e a facilidade de acesso pelas crianças.

Figura 2: Resposta à questão: Você passa muito tempo assistindo TV?

A1	Sim, à tarde.
A2	Não muito.
A3	Não, só de vez em quando.
A4	Sim, à tarde.
A5	Não.
A6	Não, só domingo pela manhã.
A7	Sim, quase a tarde toda, assisto a novela da Globo “Da cor do pecado”.
A8	Não.
A9	Sim, umas 3h por dia.
A10	Não.
A11	Sim, quase a tarde toda e a noite.
A12	Não. Só um pouco a tarde e a noite.
A13	Sim, à tarde.
A14	Não, só domingo porque passa “desenho de Deus”.
A15	Sim, à noite.
A16	Não.
A17	Sim à tarde.
A18	Não.
A19	Sim, à tarde.
A20	Não.
A21	Não muito.
A22	Não.
A23	Sim, durante a tarde.
A24	Sim, à tarde.

Percebeu-se que alguns alunos tiveram um pouco de dificuldade em dizer ao certo quanto tempo assistem à televisão. Com isso, alguns afirmaram assistir quase a tarde toda, que é justamente o período que não estão na escola. Mas

apenas um revelou assistir a novela da tarde da Rede Globo, embora se tenha notado que a maioria dos alunos disse também assistir a mesma novela. Chamou a atenção o fato de 3 alunos possuírem TV no quarto e não passarem muito tempo assistindo, já que teriam mais oportunidade de acesso ao aparelho.

Figura 3: Resposta à questão: Que tipo de programa você mais gosta?

A1	Bob Esponja e Dança dos Famosos no programa do Faustão.
A2	Gosto de desenho animado.
A3	Gosto da novela Carrossel do SBT.
A4	Babebíblia.
A5	Do Bob Esponja
A6	Ruth. Passa domingo pela manhã.
A7	A novela Cheia de Charme e Carrossel.
A8	Sábado Animado no SBT.
A9	Carrossel e Rei Davi.
A10	Carrossel.
A11	Gosto de desenho animado, do Bob Esponja.
A12	Carrossel.
A13	Carrossel e Gotinha de Amor.
A14	Gosto de programas educativos.
A15	Gosto de Entre Tapas e Beijos.
A16	Do Pica-Pau.
A17	Pica-Pau.
A18	Do filme do Homem-Aranha.
A19	TV Globinho.
A20	Dos filmes do Jackie Chan.
A21	Bob Esponja.
A22	Carrossel.

A23	Babebíblia.
A24	Desenho do Ben-10

Percebe-se que a novela Carrossel está entre os programas preferidos pelas crianças e, em seguida, o desenho animado Bob Esponja. Também citaram programas destinados para adultos, como Isabelia (A7), que afirmou gostar da novela Cheia de Charme e Michele (A15), que afirmou gostar do programa Entre Tapas e Beijos, e que já mencionou anteriormente possuir TV no quarto e gostar de assistir mais no período da noite.

Sampaio, (2000, p. 176) afirma que “não há como negar o fascínio das crianças pelo mundo adulto. O interesse e a curiosidade acerca desse mundo seduzem mais as crianças do que os sonhos de Peter Pan”. A autora complementa, dizendo que é no encanto da criança pela descoberta que se apóia essa sua preferência pela programação adulta.

Camila (A14) foi quase uma exceção por afirmar gostar de programas educativos. Samuel (A4) e João (A23) disseram gostar do programa religioso infantil Babebíblia, que contém narrativas da Bíblia de maneira dinâmica, apresentadas por crianças ou fantoches.

Figura 4: Resposta à questão: Qual o seu personagem de TV favorito?

A1	O Bem-10
A2	A Bárbie.
A3	Cirilo, Paulo e Jaime da novela Carrossel.
A4	Homem Aranha
A5	Bob Esponja
A6	Jesus do programa Ruth
A7	Cirilo (Carrossel).
A8	Maria Joaquina (Carrossel).
A9	Davi.
A10	Maíza do SBT.
A11	Bob Esponja.

A12	Cirilo (Carrossel)
A13	Isabel (Gotinha de Amor).
A14	Cirilo (Carrossel).
A15	A Fátima (do programa Entre Tapas e Beijos).
A16	O Chris (do programa Todo Mundo Odeia o Chris).
A17	O Hook
A18	Homem Aranha
A19	Bob Esponja.
A20	Batman
A21	Bob Esponja.
A22	Jaime (Carrossel).
A23	Gummy bear
A24	Super Choque.

Notou-se que as respostas de alguns alunos coincidiram com o que responderam no quadro anterior sobre seu programa favorito; já outros citaram personagens que não estavam relacionados aos programas que mencionaram, por exemplo, João (A23), que citou o Babebíblia como programa favorito e o Gummy bear como personagem. No quadro a seguir, veremos com mais detalhes o porquê da escolha desses personagens.

Figura 5: Resposta à questão: Por que você gosta desse personagem?

A1	Porque ele é bom e tem poderes.
A2	Porque ela é bonita.
A3	Porque são engraçados.
A4	Gosto de como ele “faz as teias” e salva as pessoas.
A5	Porque é divertido.
A6	Porque é bom.
A7	Porque ele é “quieto”.

A8	Ela é “engraçada”, não gosta do Cirilo porque é negro, só gosta do Daniel porque é inteligente e do Jorge porque é rico.
A9	Porque ele fala de Deus e daquele tempo que a gente não conheceu.
A10	Porque as roupas que ela usa são bonitas.
A11	Porque é engraçado.
A12	Porque “nem todo mundo é perfeito”.
A13	Porque ele não tem pai nem mãe, mora num orfanato e se “sente humilhado”.
A14	Porque ele é um menino humilde.
A15	Porque ela é divertida.
A16	Porque ele sai muito, vai para o colégio e “apanha”.
A17	Porque é muito forte.
A18	Porque ele sobe nas paredes, pula dos prédios e solta teias.
A19	Porque é engraçado.
A20	Porque é corajoso
A21	Porque é engraçado.
A22	Porque é engraçado
A23	Porque é divertido
A24	Porque ele tem poderes.

As respostas foram precisas, as crianças estavam bastante seguras ao responderem. Marília (A1), Samuel (A4), Marcos (A17), Mateus (A18), Elias (A20) e Walter (A24) mostram bem o fascínio que as crianças têm pelos super heróis com seus poderes sobrenaturais.

Ressaltemos aqui a questão dos conceitos de imitação e identificação quando se fala em aprendizagem e transmissão de modelos durante o processo de socialização da criança. Primeiramente, é sabido por todos que a criança desde cedo imita o adulto. A imitação faz parte da natureza humana. A criança imita tudo o que lhe chama a atenção, que lhe interessa, que está de acordo com seus modelos pessoais.

Com relação à televisão não poderia ser diferente. Para Lazar (1999, p. 105), “a televisão desencadeia atividades criativas na criança”. A autora afirma

que, na maioria dos casos, as crianças só imitam personagens apreciados e aprovados em seu meio e que a imitação de bandidos e malfeitores é quase inexistente.

Em resumo, a criança não imita tudo o que vê, mas somente o que está de acordo com seus modelos pessoais. Ela procura representar seu personagem preferido; desenha uma imagem mental, cujas deformações, em relação ao objeto, são carregadas de sentido. A escolha desse personagem e as características retidas não são obras do acaso. Outra questão é que a defasagem existente entre o objeto e a imagem representada revela um mecanismo da representação social. Assim, encontramos sempre na experiência vivida da criança uma referência relacionada com essa representação do objeto. “Essa referência já foi construída em relação aos outros valores mais marcantes ou às próprias experiências das crianças”, explica a autora.

Ainda de acordo com Lazar, ao assistir a um programa de televisão, a criança pode encontrar um personagem que seja particularmente simpático, a ponto de querer se parecer com ele. No caso dos heróis com seus poderes sobrenaturais, causam uma grande fascinação nas crianças por não fazerem parte do seu universo familiar ou social, exigindo um esforço imaginativo muito maior.

Outro aspecto que aparece nesta quinta tabela é mencionado por Juliana (A2) e Bianca (A10): fica evidente a questão da publicidade e do consumo quando a mídia tenta vender modos, estilos, quando tenta impor um padrão estético como o mais usado, o mais bonito e o mais aceitável. De acordo com Sampaio (2000, p. 148), “os programas infantis ofereceram às emissoras a chance de ampliar significativamente seu público. Não só o mercado infantil, no caso do Brasil, apresenta proporções gigantescas, como tem-se a possibilidade de comunicação com as famílias através dos programas infantis”. A autora afirma ainda que o sinônimo de programação infantil e comércio tornaram-se uma obviedade.

Dando segmento, os alunos Cristiano (A3), Vanessa (A5) e os demais, que acham seus personagens favoritos engraçados ou divertidos, levaram mais para o lado do entretenimento. Alguns alunos como Mariele (A6) e Hanna (A9) tiveram suas respostas relacionadas à sua religião, o que foi percebido durante toda a entrevista. Michele (A15) citou a personagem do seu programa favorito, Entre Tapas e Beijos destinado ao público adulto.

Percebeu-se, enfim, a preferência majoritária pela novela infantil *Carrossel* e alguns de seus personagens. Só para entendermos um pouco mais a respeito da novelinha que conquistou o público infantil, trata-se da história de crianças algumas pobres, outras ricas, umas brancas, outras negras, que estudam na mesma escola onde convivem com uma diretora má e uma professora “boazinha”. Enfim, uma novela de grande sucesso onde as crianças se envolvem completamente na história dos personagens.

Porém, há também como não poderia deixar de ser, várias críticas em relação à novela como contendo muito *merchandising* (publicidade disfarçada na cena), a reprodução de estereótipos e preconceitos como, o menino negro que é pobre, o menino gordo que é atrapalhado e a menina branca, rica e de olhos azuis que ridiculariza e menospreza os outros. Além do estímulo à sexualidade precoce como beijos, namoros e amor não correspondido.

É o que percebemos na resposta de Érica (A8) quando se refere à personagem Maria Joaquina: “Ela é engraçada, não gosta do Cirilo porque é negro, só gosta do Daniel porque é inteligente e do Jorge porque é rico”. Ao se referirem ao personagem Cirilo, Ana (A12) responde: “nem todo mundo é perfeito”; Sara (A13) diz que “ele não tem pai nem mãe, mora num orfanato e se sente humilhado”; já Camila (A14) diz que “ele é um menino humilde”.

O fato é que, nem mesmo os programas infantis estão ilesos das investidas do mercado e do sistema capitalista em que vivemos. Tampouco, da ideologia difundida pelos meios de comunicação que fazem parte deste sistema.

Figura 6: Resposta à questão: Na maioria das vezes, você assiste TV só ou acompanhado?

A1	Às vezes com meu irmão de 10 anos.
A2	Com minha mãe ou minha da avó.
A3	Sozinho.
A4	Com minha mãe e meu irmão.
A5	Com meu primo de 7 anos.

A6	Com meus irmãos e minha avó.
A7	Sozinha.
A8	Com minha mãe e meu irmão.
A9	À tarde com meu irmão e à noite com “todo mundo junto”.
A10	Com minha irmã de 7 anos.
A11	Sozinha.
A12	Com meu irmão de 14 anos.
A13	Com meus irmãos.
A14	Com a minha irmã de 11 anos.
A15	Com minha mãe.
A16	Sozinho.
A17	Com meus 3 irmãos menores.
A18	Sozinho.
A19	Sozinho. Às vezes com os amigos.
A20	Com meu irmão de 6 anos.
A21	Com meus irmãos.
A22	Com minha irmã.
A23	Com minha irmã de 11 anos.
A24	Sozinho.

Percebe-se que a maioria das crianças assiste à TV acompanhada dos irmãos menores. Com isso, já existe a possibilidade de que a recepção seja mais comentada, interativa; enfim, apesar de não se dar na presença de um adulto, as crianças podem compartilhar idéias, opiniões, expectativas, etc.

Algumas crianças afirmaram assistirem à TV sozinhas, pois os pais trabalham fora; destas, a minoria revelou assistir na presença da mãe ou da avó, no horário mais conveniente para elas, ou seja, quando não estão ocupadas com outros afazeres domésticos. Também revelaram: sempre que surge alguma dúvida a respeito da programação, perguntam para elas.

Figura 7: Resposta à questão: Seus pais permitem que você assista ao que quiser?

A1	Sim.
A2	Não. Tem coisas que não posso assistir.
A3	Não. Eles dizem que não posso assistir “coisas para adultos”.
A4	Não. Quando passam “aquelas cenas” eles me mandam sair.
A5	Sim. Mas algumas coisas eles não deixam.
A6	Não deixam assistir novelas.
A7	Não. Eles me mandam brincar.
A8	Não.
A9	Não. Só programas educativos.
A10	Não. Eles dizem que não posso assistir programas para adultos.
A11	Às vezes.
A12	Não. Têm limites, eles dizem que não posso assistir filmes para maiores de 14 anos.
A13	Não. Só programas educativos.
A14	Não. Eles não me deixam assistir coisas “imorais”.
A15	Sim.
A16	Não. Porque eles dizem que “gasta muita energia”. Mas às vezes quando minha mãe dorme, vou assistir.
A17	Sim.
A18	Sim.
A19	Sim.
A20	Sim.
A21	Sim.
A22	Não. Não me deixam ficar muito tempo.
A23	Tudo não. Eles não me deixam assistir filmes de terror, mas assisto à novela Da cor do pecado.
A24	Sim.

Aqui, percebeu-se que a maioria das crianças entendeu o sentido da pergunta e ficou meio apreensiva com a resposta, como se já soubesse o que

deveria responder. Constatou-se então, que as crianças tinham consciência de que não deveriam assistir a tudo que fosse transmitido pela TV. E, algumas respostas pareceram inseguras pela reação que as crianças apresentaram pessoalmente.

Há alguns paradoxos como na resposta de João (A23), que afirmou que seus pais não o deixavam assistir a tudo, mas assistia à novela Da cor do pecado. Assim como Cristiano (A3) e Ana (A12), que afirmaram não assistirem a tudo, embora tenham um aparelho de TV em seus quartos, o que, de certa forma, aumentaria suas possibilidades de acesso. Os outros 7 alunos foram diretos ao responderem “sim”.

Figura 8: Resposta à questão: O que você geralmente faz nas horas vagas?

A1	Gosto de ouvir música e assistir televisão.
A2	Brinco com minha irmã.
A3	Gosto de jogar bola.
A4	Gosto de assistir a novela da tarde da Globo e jogar no computador.
A5	Gosto de jogar no computador.
A6	Brinco com meus irmãos.
A7	Gosto de brincar com minhas amigas em casa.
A8	Eu tenho que limpar a casa, lavar a louça e depois que minha mãe chega do serviço vou brincar com minhas amigas.
A9	Gosto de estudar e brincar com minha irmã.
A10	Gosto de assistir TV e brincar em casa.
A11	Brincar com os amigos na rua.
A12	Gosto de brincar na casa da minha avó.
A13	Gosto de estudar, arrumar a casa e brincar com minha irmã.
A14	Gosto de estudar e ouvir música.
A15	Ficar na internet.
A16	Gosto de brincar no quintal de casa e tenho que ajudar a olhar minha irmã de 2 anos.
A17	Ajudo minha mãe a “cuidar da casa”.

A18	Gosto de jogar vídeo-game.
A19	Gosto de brincar com os amigos;
A20	Gosto de jogar bola.
A21	Gosto de jogar vídeo-game.
A22	Ajudo minha mãe em casa.
A23	Gosto de brincar de bola e assistir TV.
A24	Acesso a internet e jogo vídeo-game.

Percebe-se, surpreendentemente, que a minoria dos alunos respondeu passar seu tempo livre vendo TV. E a maioria respondeu que gosta de brincar com os amigos, com os irmãos, em casa, no quintal de casa ou na rua. Constatase, porém que apesar de todo entretenimento que a atividade de ver TV oferece, ela não é a preferida entre as crianças. As crianças, como evidenciado acima, preferem brincar com os amigos ou irmãos, ou “jogar bola”.

A atividade de ver TV, segundo Sampaio (2000, p. 173), “se torna uma atividade preferida em situações específicas, por exemplo, quando a criança está só. A TV torna-se, nesses casos, uma companhia para elas”. Por outro lado, o fato de algumas crianças terem de ajudar em casa nos afazeres domésticos pode contribuir grandemente com a sua falta de disponibilidade para assistir à TV, como constatamos nas falas de 5 alunos.

Já na fala de outros 5 alunos percebe-se a presença de outras mídias como computador e vídeo-game. Ocorre que os jogos digitais também estão cada vez mais presentes e mais comuns no dia-a-dia das crianças. Porém, há duas variáveis que influenciam o acesso a essas mídias: a questão socioeconômica limita esse acesso a uma minoria de condições financeiras mais elevadas; a questão de gênero determina que, especialmente, os videogames sejam utilizados “mais consistentemente por meninos” (CARLSON; FEILITZEN, 2002, p. 50)

Figura 9: Resposta à questão: Você já comprou algum produto que viu na TV?

A1	Não, mas queria comprar.
A2	Não.
A3	Sim, um boneco do Ben 10.
A4	Não. Mas tive vontade de comprar um livro “do Carrossel”.
A5	Não.
A6	Sim, uma bota.
A7	Sim, uma Barbie.
A8	Sim, um shampoo da Barbie.
A9	Não. Só compro o que gosto.
A10	Uma sandália da Barbie.
A11	Sim, uma boneca.
A12	Sim, um perfume do Boticário.
A13	Sim, um shampoo.
A14	Sim, uma sandália.
A15	Sim, uma Barbie.
A16	Não, mas já senti vontade de comprar.
A17	Sim, uma bicicleta.
A18	Não.
A19	Não.
A20	Não, mas queria um vídeo-game.
A21	Sim, um carro que tem luzinhas.
A22	Não.
A23	Sim, uma sandália do Guga.
A24	Não, mas queria comprar um boneco do Ben 10 e um Playstation.

Percebe-se que metade das crianças respondeu que “não”, porém, destas, 5, afirmaram que gostariam de comprar. Algumas respostas foram taxativas como a de Hanna (A9): “não, só compro o que gosto”.

Percebeu-se também certa frustração em algumas crianças que revelaram não poder comprar pela falta de dinheiro. Pode-se relacionar essa frustração ou decepção que as crianças sentem quando não têm acesso a determinados

produtos com a ideia de universalização que a mídia dissemina, transmitindo que tudo está ao alcance de todos, que todos podem ter acesso aos bens de consumo, mesmo as classes menos favorecidas.

Sendo assim, a criança convive com o desejo de comprar um determinado produto divulgado pela TV, que pode custar muito além do que realmente pode pagar, mas, também pode encontrar alternativas que sejam correlatas aos níveis de renda de suas famílias, como afirma Sampaio (2000, p. 158): “se nem toda criança pode possuir uma boneca da Angélica (100 reais) ou vestir roupas de sua *griffe*, há uma série de produtos que permitem um acesso mais generalizado, tais como sabonetes, lápis, cadernos, adereços, etc.” Nesse sentido, todos se servem da maneira que podem.

Em suma, a contemporaneidade com suas tecnologias eletrônicas estão formando uma nova criança, diferente dos tempos de outrora e exigindo uma nova educação, mais condizente com esses novos tempos. Como ressaltam Kramer e Leite (2007, p. 36), há uma “crescente pluralidade de estilos de comportamentos e práticas sociais que alimentam a cultura emergente”.

As autoras falam ainda sobre as conseqüências e as novas formas de violência engendradas pelas tecnologias eletrônicas, como “criança pequena com a agenda lotada. A televisão que se transforma em babá. Os pais ausentes. Carinho transformado em objeto. Erotização da infância. Individualismo. Criança que manda nos pais” (p. 37). Afirmam que se trata de uma geração que escapa aos cuidados dos adultos e que já não se inquieta em se tornar adulta.

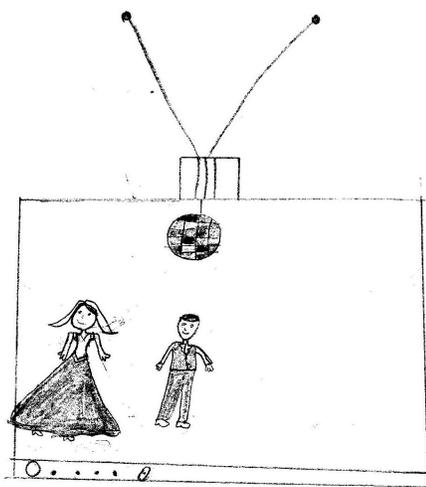
Os estudos e as análises que buscam explicar e compreender a cultura vivenciada hoje, com seus novos meios de comunicação, indicam que o momento requer a utilização de critérios diferentes dos que têm sido utilizados para a cultura tradicional. Do mesmo modo, faz-se necessário (re) elaborar o papel das instituições sociais como a família e a escola para que estejam em sintonia com as novas mudanças sociais.

Outros estudos mostram que a criança também é sujeito social, participa e interfere no processo de produção cultural. Nessa direção, veremos a contribuição das crianças, que participaram com suas respostas significativas representadas também por meio de alguns desenhos e textos, que serviram para enriquecer mais ainda este trabalho. Elas tinham a opção de escolher entre texto ou imagem para expressarem suas opiniões; a maioria escolheu imagem.

Nas imagens selecionadas e mostradas a seguir, as crianças optaram por representar seus programas favoritos. Foi pedido para que representassem o que gostavam e/ou o que não gostavam na TV. Os desenhos foram feitos na sala de aula e acompanhados de perto pela pesquisadora; depois as crianças comentaram sobre eles.

A imagem abaixo representa a Dança dos Famosos do programa Domingão do Faustão como um dos seus favoritos:

Figura 10: Desenho de Marília (A1)



A imagem abaixo representa o personagem Bob Esponja como o seu favorito:

Figura 11: Desenho de Vanessa (A5)



Já as imagens abaixo representam a novela infantil Carrossel como seu programa favorito:

Figura 12: Desenho de Juliana (A2)

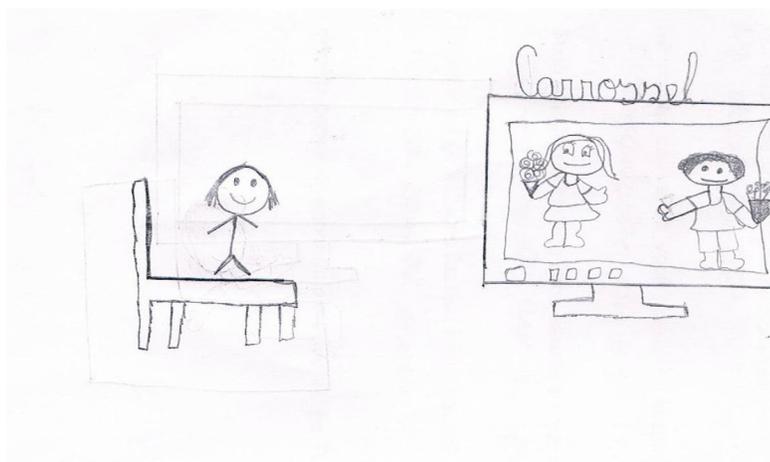


Figura 13: Desenho de Isabela (A7)

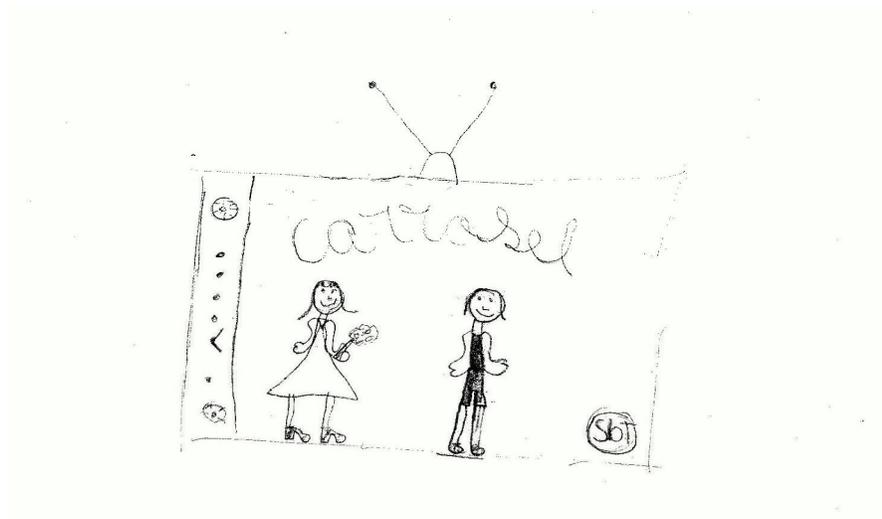


Figura 14: Desenho de João (A23)



Percebeu-se que as crianças têm consciência de que há programações que não são adequadas para suas idades. Tanto é que houve certo constrangimento de alguns quando questionados se os pais permitiam que assistissem a tudo que quisessem. Vejamos um texto escrito por Camila (A14), lembrando que só foram feitas correções ortográficas no texto para não ser corrompida a ideia original:

Eu acho muito legal a televisão,
mas tem muitas coisas que não são apropriadas para nós crianças.
Eu gosto de assistir programas educativos e desenhos de Deus.
Gostaria que tivessem mais programas educativos na televisão.
Mas eu também gosto de brincar de boneca e de pega-pega,
por isso a criança vê cada coisa na televisão e quer imitar.

O texto acima representa muito bem a opinião da aluna, que afirma gostar da televisão, mas tem consciência de que há coisas que não são apropriadas para o público infantil, além do que deve e o que não deve ser imitado, critica ainda a falta de programas educativos voltados para o público infantil.

Através deste texto, pode-se levantar a hipótese que parte do público infantil percebe que a televisão apresenta modelos de comportamentos, dissemina valores, além de perceber as contradições presentes nesse veículo quando reconhece, conforme se vê no texto anterior, que a TV é muito legal, mas há coisas que não são apropriadas. Deste modo, não faz sentido as concepções que defendem que a opinião infantil se fundamenta em uma percepção acrítica ou ingênua em relação à TV.

Vejamos agora a opinião da professora dessa turma.

3.2 O que diz a professora da sala

A entrevista com a professora revelou, além das respostas às perguntas preestabelecidas, que é evidente a influência que a TV exerce sobre os alunos e como o que eles aprendem com esse meio de comunicação é refletido em seu comportamento na escola, seja nas conversas informais, seja em atitudes e comportamentos.

A professora afirma que hoje em dia o programa televisivo é um assunto que faz parte da rodas de conversa entre amigos e quem não estiver informado pode se

sentir excluído. Diz também que o professor se sente “por fora” e desatualizado quando não conhece algumas programações comentadas pelos alunos.

Ela também ressalta a importância de dar atenção ao que os alunos veem e falam a respeito da televisão, a fim de poder orientá-los melhor. Diz a professora: “se o professor não conhece o que o aluno vê na televisão, não tem como orientá-lo em seu processo de compreensão, dessa forma, o professor ficará desinformado de duas maneiras: tanto em relação ao que o aluno vê, quanto em relação à sua intervenção como educador”.

Aqui, retomando o que já foi dito em capítulos anteriores, percebe-se a importância de se ter professores preparados e dispostos a enfrentar os novos desafios da modernidade como mediadores do processo de aprendizagem, como afirmam Almeida e Moran (2005, p. 94): “aos professores é designada a importante tarefa de refletir com seus alunos sobre o que é apresentado pela televisão, suas posições e problemas, reconhecer suas interferências no modo de ser e agir das pessoas e na própria maneira de se comportar diante do seu grupo social, como cidadãos”.

Foi percebido que a professora está consciente do seu papel como educadora diante dessa realidade. Suas respostas aos questionamentos foram condizentes às respostas dos alunos.

Primeiramente, perguntou-se à professora se seus alunos conversam sobre TV e o que; em resposta, a professora afirmou que sim, que comentam bastante sobre novelas, desenhos animados e filmes. Em seguida, perguntou-se se a professora percebe alguma influência da TV no comportamento das crianças em sala de aula e quais. A mesma afirmou que sim, que essas influências se manifestam quando os alunos comentam sobre o que assistem; quando durante as brincadeiras, imitam algum personagem; quando adotam alguma “moda” que viram na televisão etc. A resposta da professora toca no que já foi dito em capítulos anteriores: (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 33).

Perguntada se percebe se as crianças consomem produtos que estejam relacionados com algum personagem ou programa de TV, respondeu que sim, que o próprio material escolar que eles trazem para a escola é geralmente estampado com algum personagem: a mochila da Barbie, do Homem Aranha etc. Aqui se percebe as influências da publicidade por meio da TV e seus estímulos que permitem à criança “encontrar o Snoopy no seu sabonete, tomar café da manhã

com o Mickey ou a Minnie no seu copo e pratinhos, levar a Xuxa na sua mochila ao sair, ter a Angélica nas suas sandalhinhas...” (SAMPAIO, 2000, p. 157).

Em relação aos personagens de TV mencionados pelas crianças, a professora afirma que são vários: Cirilo da novela Carrossel, lutadores etc. Também em relação aos programas mais discutidos em sala de aula e o que se discute, de acordo com a professora, estão novelas e filmes, questões sobre ética, valores, comportamentos etc. Questionada se os programas mencionados pelas crianças são adequados para suas idades, a professora respondeu que nem sempre, que há bastante comentário a respeito de novelas que não são adequadas para o público infantil.

A respeito de realizar algum trabalho com as crianças para discutir sobre programas de televisão no que se refere aos aspectos positivos e negativos, a professora diz que são realizadas pesquisas, debates, rodas de conversa, etc. E em relação à frequência com que realiza tais atividades, afirma que as mesmas são realizadas, principalmente, quando é percebido o interesse das crianças por um determinado assunto veiculado pela TV. Como percebeu o interesse dos alunos pela novela Carrossel e seus personagens, a professora revelou que realizou debates e discussões a respeito do preconceito racial com os alunos, levando em conta o drama do personagem Cirilo da novela.

Interessar-se pelo aluno que aprende, pelo sujeito a ser educado, pela criança que cresce, levando em consideração todo o contexto sócio-cultural no qual estão inseridos, é papel fundamental da escola e do professor, pois, como já foi dito anteriormente: (PENTEADO, 1999, p. 116).

Considerando que a TV ocupa um lugar preponderante na vida das crianças e que há um novo modelo de socialização em curso, faz-se necessário que os educadores trabalhem, como diz Lazar (1999), “as novas linguagens audiovisuais” como linguagens pedagógicas, admitindo que seja tão legítimas quanto a linguagem escrita e que assumam a produção do saber escolar com e a partir dessas linguagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, que também objetivou “ouvir” a voz das crianças quanto as suas opiniões, impressões, preferências e expectativas sobre a televisão, entende-se que elas precisam ser preparadas para os desafios concretos da vida, as várias situações que lhes são apresentadas no decorrer de suas vivências como seres históricos que são. Deve-se ensiná-las a serem pensadoras e não repetidoras de informações.

Apesar das críticas que são feitas à televisão, ela está e estará sempre influenciado e, de alguma forma, educando. Esse meio social marcado por mudanças e evoluções culturais, age diretamente nas emoções das pessoas, cria fantasias, ilusões, mostra o real, o fictício, diverte, assusta, convence, vende, tudo de acordo com o gosto e as preferências de cada telespectador.

Nesse sentido, não é sensato ignorar sua influência na formação da criança, considerando ainda que a criança não seja usuário passivo e, por esse motivo, também estará se apropriando do programa televisivo do seu jeito e de acordo com sua etapa de desenvolvimento cognitivo e humano.

Uma vez que a televisão tornou-se parte da vida familiar e agente influenciador da educação da criança, cabe aos pais ou responsáveis tomarem providências quanto ao tempo e às programações adequadas para a idade das crianças.

No âmbito da educação escolar, não se podendo ignorar a participação da TV no dia a dia da criança, cabe ao professor (a) suscitar o debate sobre conteúdos e programações em sala de aula. Portanto, é urgente uma intervenção educacional no sentido de orientar e discutir o que é visto pelas crianças, pois mesmo as programações infantis como a novela “Carrossel”, que foi citada como preferida entre as crianças, está carregada de mensagens apelativas.

Consciente dessa necessidade de trazer essas questões para a sala de aula, o professor estará investindo em novas formas de ensinar e levando sempre em conta a realidade do aluno. Nisso consiste o ponto de partida para uma educação voltada para a formação de sujeitos críticos, reflexivos e atuantes na sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALARCÃO, Isabel. **Professores reflexivos em uma escola reflexiva**. São Paulo: Cortez, 2004.

ALMEIDA, M. E.B; MORAN, J. M. (org.). **Integração das tecnologias na educação**. Secretaria de Educação a Distância. Ministério da Educação, Seed, 2005.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Televisão e escola: uma relação possível?** São Paulo: SENAC: 2003.

BARBOSA, Raquel Lazzari Leite (org.). **Formação de educadores: desafios e perspectivas**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

BARBOSA, Raquel Lazzari Leite (org.). **Trajetórias e perspectivas da formação de educadores**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

BARROS, Laan Mendes. Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética. In: **Nexos: revista de estudos de comunicação e educação**. São Paulo, 1997, n. 1, p. 19-38.

BASTOS, Laura. **A criança diante da TV**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia - educação**. Campinas: Autores associados, 2005.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação?** São Paulo: Brasiliense, 1991.

BRITTOS, V. C; GASTALDO, E. Mídia, poder e controle social. In: **Revista Alceu**. São Paulo, 2006, n. 13, p. 121- 133.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília Von. **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez, 2002.

CESNIK, F. S; BELTRAME, P. A. **Globalização da cultura**. Barueri: Manole, 2005.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

DEMO, Pedro. **Desafios modernos da educação**. Petrópolis: Vozes, 2004.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes médicas, 1996.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O mito na sala de jantar: leitura interpretativa do discurso infanto-juvenil sobre televisão**. Rio de Janeiro: Movimento, 1993.

- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** Rio de Janeiro: Paz e terra, 1996.
- GENTILI, Paola. Liguem a TV: vamos estudar! In: **Nova escola.** Edição 189. p. 44 – 49. Janeiro/fevereiro. 2006.
- GIDDENS, Anthoni. **O mundo na era da globalização.** Barcarena: Editorial Presença, 1999.
- GOMES, A. V.; ANDRADE, A. F. **As tecnologias e os desafios da escola.** Natal: Editora da UFRN, 2005.
- HAMBURGER, E.; BUCCI, E. (org.). **A TV aos anos 50: criando a televisão brasileira no seu cinquentenário.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- HELD, David; MCGREW, Anthony. **Prós e contras da globalização.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- IANNI, Octávio. **A era do globalismo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- JUNIOR, L. C. P. (Org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano.** São Paulo: Senac, 2002.
- KRAMER, Sonia; LEITE, Maria Isabel. (orgs). **Infância: fios e desafios da pesquisa.** Campinas: Papyrus, 1996.
- KRAMER, Sonia; LEITE, Maria Isabel. (orgs). **Infância e produção cultural.** Campinas: Papyrus, 2007.
- LÉVY, Pierri. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.
- LIBÂNEO, José Carlos. **Adeus professor, adeus professora? Novas exigências educacionais e profissão docente.** São Paulo: Cortez, 2004.
- MIRANDA, Orlando. Televisão, real e imaginário. In: **Revista Comunicação e Política.** São Paulo, ano IX, n. 16, p. 127-133.
- MORAN, José Manuel; MASETTO, Marcos; BEHRENS, Marilda Aparecida (orgs.). **Novas tecnologias e mediação pedagógica.** Campinas: Papyrus, 2000.
- PACHECO, E. D. (org.). **Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil.** São Paulo: Loyola, 1991.
- PACHECO, E. D. (org.). **Televisão, criança, imaginário e educação: dilemas e diálogos.** Campinas: Papyrus, 1998.
- PENTEADO, H. D. **Televisão e escola: conflito ou cooperação?** São Paulo: Cortez, 1999.
- PERRENOUD, Philippe. **Construir as competências desde a escola.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1999.

PINTO, F. Maurício. TV digital para quê? **Revista Sociologia: ciência e vida**. Ano II, nº 15. 2007. p. 42-49.

ROSA, Adriana. (Org.). **Lúdico e alfabetização**. Curitiba: Juruá. 2006.

RUDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**: Adorno e a Escola de Frankfurt. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

SAMPAIO, Inês Silva Vitorino. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo: Annablume, 2000.

STRASBURGER, V. C; WILSON, B.J; JORDAN, A. B. **Crianças, adolescentes e a mídia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

TEIXEIRA, Luis Monteiro. **A criança e a televisão**: amigos ou inimigos? São Paulo: Loyola, 1985.

VIGOTSKY, Lev. **A imaginação e a arte na infância**. Lisboa: Relógio D'água, 2003.

Páginas na Internet

LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**: velhos e novos temas. Edição do autor, 2002. Disponível em: <http://pedagogiaparaconcurseiros.blogspot.com.br/2012/05/didatica-velhos-e-novos-temas-libaneo.html>. Acesso em: 15 fev. 2013.

OROZCO, Guilherme. A televisão e as crianças. In: **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 45-55, set./dez. 1996. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/view/4313>. Acesso em: 7 mai. 2012.

OROZCO, Guilherme. O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. In: **Revista Comunicação: teorias e metodologias**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 28-41, 1º sem. 2005. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/58838473/Orozco-Telespectador-Frente-a-Tv>. Acesso em: 8 jun. 2012.

PACHECO, E. D. A linguagem televisiva e o imaginário infantil. In: **Comunicação e Educação Revista**. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 43-48, jan/abr. 1995. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/4240/3971>. Acesso em: 5 jun. 2012.

PORTO, T. M. E. As tecnologias da comunicação e informação na escola: relações possíveis, relações construídas In: **Revista Brasileira de Educação**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 31, p. 43-57, jan/abr. 2006. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v11n31/a05v11n31.pdf>.> Acesso em: 14 jun. 2012.

PROUT, Alan. Reconsiderando a nova Sociologia da Infância. **Caderno de Pesquisa**. Caderno de Pesquisa, v. 40, n. 141. p. 729 – 750, set./dez. 2010.

Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v40n141/pdfv40n141a04>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

ROCCO, M. T. F. Nem apocalípticos, nem integrados. In: **Revista da Faculdade de Educação**. São Paulo, v. 9, n 1-2, p. 45 – 53 1983. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/rfe/v9n1-2/v9n1-2a05.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

TANCREDI, R.M.S.P. Globalização, qualidade de ensino e formação docente. In: **Revista Ciência e Educação**. São Paulo, v. 5, n. 2, p. 71-79, 1998. Disponível em: <<http://www2.fc.unesp.br/cienciaeeducacao/viewarticle.php?id=145&layout=abstract>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

ANEXOS



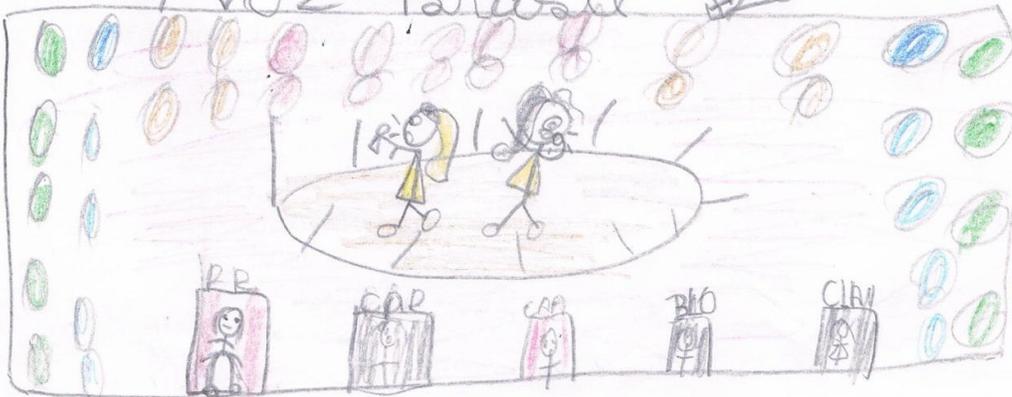
20 FIM DO Mundo 2012



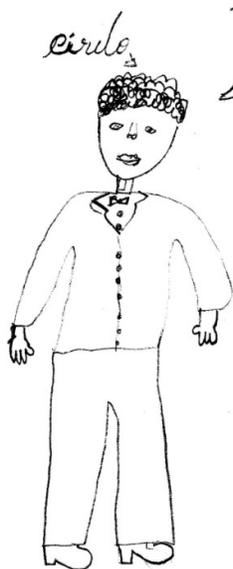
DO B ESPONJA



TV OZ Brasil



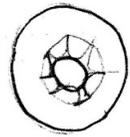
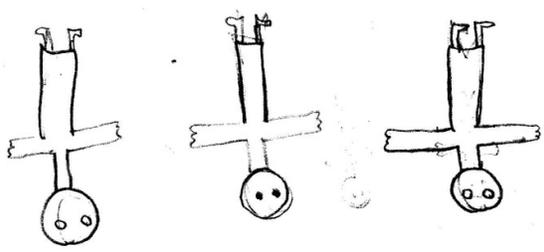
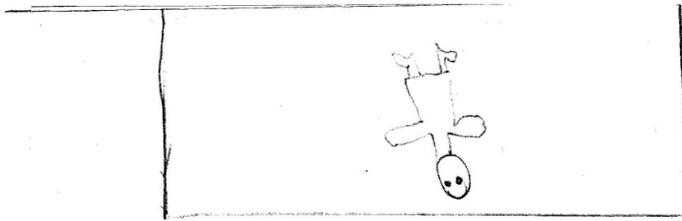
CARROSSEL



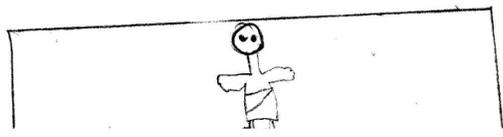
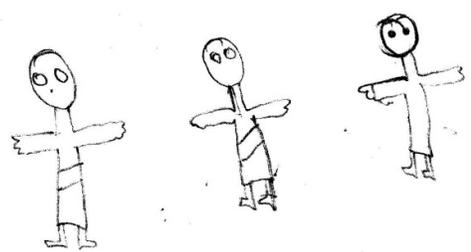
oi maria
jocquina



— maria
jocquina



man





œV

‡L_ "i!_ ıž*O3_ ā5½'LjÚY“\$»°_xçn‡Ö_ Á_ TMÉ#i~"o'~†M_8_ \$|~•rîl1E\$PÀž+**“qŽ
 âö-
 NİY6±ÆW'_N_sTä_K_p_pC½q³š»=İy½¬÷2BxÜÄmÉ8">ô Cæ¹F,_'*©Çši_ü±±_ö
 <.FJ_ ̄p_µRMŪ_È"9ãµw¼=-jµ_IÛç%ää'qëŪb"zdãž3N_pëci%_~øŪ—
 '=Äüè,Kp3ýqp«Ū«¶5_ıøÄrO_ýø_`žŪÿ_*«\$'ıg*çµ_OR_ ý^Ôÿ%ü"¶ı©Ū%_[RDúôÈÇö©AA_g_.el"
 -ô-
 E&_ 'x9ö«k'È@ÈÇ_>ßýjá--U!Ç4"çinK_à_ SÇ\$çœÔ-À._GQİsPEfĀ_´ž...?4o+,_|Ny>•yNà2B€00?Zm&‡
 /y;ô*È7'qÊ_ôîøiN@~"__İ@_/jÆZ6<,'çE_ÂŠİ³_99ç_ıj"ıGì_?_,1S_s/uE2\$!ýó_LöfueT^Ñ_ä\$žž_éXı.2½ž
 ı<S¶...«6öpE;w_ı/È_Zêlí_Ñ_n_öâf_çEgêıçRZĀ_šİäÖĐç5_çNÁ†Cg_Ýÿ_öñYĀ×E_žİü1Uo#Z¼ı_ı'q_+

•Ýòäž;úTJ-½AÛÛ#-¿ÿ_Z»iZ*2Há“»½<1Ž9_»ÿ~:ÿ_*½_€y_~ïlW=_zW.•Gí+—
 -xXÈ_òÇ_ÇJK“ó©_Đ_túÖÖKèM(ùHÉÛac’_Y—
 Ā_W?+v_μ__²_’f_xÚ¼úñrè,+âœ®CE;è÷1#¼p_x_μf<LY°__ñœúW-,J0ŠH%’RsÓcôšàv_©^è_ÿ`W’ÖT
 ĩ—
 y__CE_£Ö¿TgðWÄ_*ÇOôàÔç1pÛ†’íR<_†Ā_?.xlýkú×Āl_z™áGá^/bððká`p;³εñ<"m6ëMÖ&PíŽd’Šü³*_
 ~Šò_εp*m/ÁGEššá’ÔP’K½Àw;þVSùWÛOe>ÒRvGã~_úJuesðÓÁZW...μ/6-
 NxñZ8Bc:>2__=__Đ|’_ÙXÍ5”h!_x(©¹>RqÇsŠý’,Ā,j©(ÿÔø¼p¼aYÛÿ_Ö>
 ý<tø.¼+~k_C_z_ryœ_U_ìc¶æ_øÉào_ÿ_lxÉμk÷_4w*Û_ísCEp_WäÛu**”ø<_f_Rø#Êú&ÿÿ_Síü?¥
 aó_Uðrè¾%œEp(ýcø_ùAÁáRÍ_Éb%œ_8J<__ù_íÇzúCö-øÉáo_ø_KÉomã_°—
 ¹Gž?:2c<³“ÿĀ¾²|QKĀ__Q®jQiBslÍ2øæ_
 r7.t•¶Ÿ;’_+?_n4ícÇš...ĀœžefYÍ²Aükæc±è^ÿ_ðOMkkøe·WHv_K__X/ÉiÉ_üÉĀ’?μ8c¾tíÊÛüOè
 ÛÊSĚ[__Ā_?,úŃüÿâ_[Cd°μäv#÷³LÁÆ_1ÎN=...y7ĀN?_OæÉ”_!;Wg,žF_™6_ÛÒ¿nĀb£_xíécñ[x—
 V1èšç__C³Yø-xmæ’<ÙšÇšg*Ě>ž_^+ñiž_°¶%5KÔi&X!|(CE‡2_•úsŠó8yUμlEèzùò!,-
 _eì_Eâ~%œ>)ðpμv—
 ch_ìL*Fí’?f_ô_ÿÖ_^_>”»’B_/Û__xtÆ=MγÙöeV5éŃù_pö_U,,êOsR?_j:ÊC³læ=¼€_W— —
 øHè;VÄöðìÉ_ü_Äxbäœ_dzGÒ¿3âì<pš:ž’iœ_^CEqP¥_±è>
 ³šéæŃž_¹_ÉR6,@BxcÒ¿Sp_Ù=μ,,m;~f,?w_¹_2_¹léí~3CE|ùocöĚ•9Óm_íĀg_xf__•_®_“f_œ_úx
 æÿ%œF½¹emì”²m_~ðsÔ_sō~: _ðr¿iÉžD-âPí..._’÷æœ_8
 _ù->8ÖÖBĚd__i_Āÿ>9_pº0íFQ¹X_S’í|@ÔOø_X_p_—
 0~E]~ĀĀ|m©ĭ’â%œ;ÊISÆ_îÉðĀz|B½nÇ__òÝ_ÿð6O/âW...dr±gV’!p_p_çÖ¿’iøÖâ&ðž’Kú¥²..._ĚÖB`ÛG·¥
 Rý_j¿í,ÊĚö_ã~_ãĀ¿á.CEa%w_¿_ò¾¿xĚnmâ_™ÁP½øç_ÁYèÆic8É,Y÷_OøWö_"ò±_xÚk_Æ_KÓUâ’Đùk
 öš_ðž«_N6½,,CEĚ_•pq·êAí~_øY×úJú_‰_·_Hù“íš±ïð_ã?_c_ĀQœ_D™ý=à^l»_Oçlzh_A×EK-
 ÆIT”_Ç,[þš_ON?Æ¾Qñí†=¼_D!¿g”|_&Đ«_ì<¼umĀ¿šs-’fcús-N_î¾_KâÛx_â_
 4!šj’p_9Ç_é^éäfî_—dg_3;_šplĀúqž_ÿ_~_ùàÉ~|ù•;MHüãø©#Û]ĚĚ%_`ì7~HQÉ
 Ž_sĀö~’àÔvèS1vÚÎB1_vÓø÷Á_s;U,,S<¶“f¶Æ¾ýĚĚ_`_iT=