

ANDREIA RODRIGUES FERREIRA

**A televisão no dia a dia das crianças de Imperatriz: um estudo da realidade de
alunos de 5º ano de uma escola pública**

UFMA (CCSST)
Imperatriz
2013

ANDREIA RODRIGUES FERREIRA

**A televisão no dia a dia das crianças de Imperatriz: um estudo da realidade de
alunos de 5º ano de uma escola pública**

Monografia apresentada ao curso de Pedagogia da
Universidade Federal do Maranhão (Centro de Ciências
Sociais Saúde e Tecnologia) para obtenção do grau de
Licenciatura em Pedagogia
Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Aparecida Corrêa Custódio

UFMA (CCSST)
Imperatriz
2013

Marla de Sousa Rosa Bertolla

Bibliotecária

Ferreira, Andreia Rodrigues

A televisão no dia a dia das crianças de Imperatriz: um estudo da realidade de alunos de 5º ano de uma escola pública / Andreia Rodrigues Ferreira - Imperatriz, 2013.

62f.

Orientadora: Profª. Drª. Maria Aparecida Corrêa Custódio.
Monografia (Graduação em Pedagogia) – Curso de Pedagogia, Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia de Imperatriz Maranhão (CCSST) / Universidade Federal do Maranhão (UFMA), 2013.

1. Televisão e crianças 2. Alunos – ensino fundamental 3. Escola pública – Imperatriz, MA | Título.

CDU 654.1: 37.057-053.2(812.1)

F383t

Andreia Rodrigues Ferreira

A televisão no dia a dia das crianças de imperatriz: um estudo da realidade de alunos de 5º ano de uma escola pública

Monografia apresentada ao Curso de Pedagogia da Universidade Federal do Maranhão (Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia) para obtenção do grau de Licenciatura plena em Pedagogia

Aprovada em:

Banca Examinadora

Prof^ª. Dr^ª. Maria Aparecida Corrêa Custódio (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão (CCSST)

Prof^ª. Msc. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa (Examinadora)
Universidade Federal do Maranhão (CCSST)

Prof. Msc. Laécio Nobre de Macêdo (Examinador)
Universidade Federal do Maranhão (CCSST)

A minha família e a minha tia, que me oportunizou morar em Imperatriz e tornar possível essa graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me guiar nesta caminhada, por todos os desafios superados e por sempre me mostrar que, com força e determinação, é possível chegar ao destino buscado.

Agradeço a minha família, especialmente a minha mãe que mesmo com grande apego a mim, sua única filha mulher, permitiu-me sair de casa para me dedicar aos estudos. Este que foi um dia seu grande desejo, mas que as circunstâncias da vida não lhe permitiram realizar. Entretanto, hoje seu sonho está sendo concretizado pela sua filha e com grande orgulho.

Agradeço à professora Maria Aparecida que aceitou me orientar nesta monografia e por não ter desistido de mim. Obrigada por todos os materiais de estudo emprestados.

Agradeço a todos os professores que, ao longo do curso, ministraram suas aulas que tanto contribuíram para a minha formação: Cleumir Pereira, Ana Paula, Kíria Ribeiro, José Batista, Dijan Leal, Herli Carvalho, Regysane Botelho, Almada, Eloiza Marinho, Raquel Azevedo, Vicente Marques, Marileia Cruz, Késsia Moura, Maria Tereza, Carla Bianca e Maria Aparecida.

Agradeço a todos os meus colegas de turma com os quais muitas ideias foram compartilhadas dentro e fora da sala de aula. Cada um deles foi especial, à sua maneira para minha formação acadêmica, especialmente Auricelia de Aguiar, Ana Keyla, Luis James, Teles, Alexandre Ribeiro, Carlandreia Pessoa e Angra Silva, que durante todo o curso estiveram trabalhando e compartilhando conhecimento e me dando forças para continuar.

Agradeço a minha segunda família, aqui de Imperatriz, Lyvia Mayra, Suelen Santos, Raimunda Aquino e, especialmente, Rosangela Melo pelos conselhos e ajuda na construção deste trabalho.

As crianças e os jovens são um agrupamento cultural distinto e significativo por si só - uma fatia considerável do mercado, até mesmo uma subcultura, a qual frequentemente "abre caminho" no uso de novas mídias.

Sonia Livingstone.

RESUMO

FERREIRA, Andreia Rodrigues. A televisão no dia a dia das crianças de Imperatriz: um estudo da realidade de alunos de 5º ano de uma escola pública

Esta pesquisa tem por objetivo a reflexão sobre as condições em que as crianças assistem à televisão e o papel do professor na integração dessa mídia no contexto escolar, e o conseqüente favorecimento da consciência crítica do telespectador infantil. Como foco, pretende-se perceber de que forma a mídia televisiva pode influenciar o comportamento infantil e a concepção dos educadores mediante a questão da possível influência da televisão no comportamento da criança. Para alcançar o objetivo proposto, além da pesquisa bibliográfica, foi realizada pesquisa de campo junto a uma turma do 5º ano de uma escola municipal de Imperatriz. Os resultados evidenciam que determinados hábitos familiares, como os pais trabalharem fora ou usar a televisão como lazer, levam as crianças a ficarem mais tempo em frente à televisão e a buscarem nela as informações e os entretenimentos que a família não está conseguindo suprir. Os resultados evidenciam também que nem sempre os educadores estão qualificados para trabalhar com as mídias em sala de aula, de modo a promover a conscientização do telespectador infantil.

Palavras-chave: televisão, crianças, alunos, escola pública.

ABSTRACT

FERREIRA, Andreia Rodrigues. Television on children's day by day in Imperatriz: a study of fifth graders' reality in a public school

This research objective is to reflect on the conditions under which children watch television and the teacher's role in the integration of this media into school's context and the consequent fostering of young viewers' critical consciousness. As the main focus, it intends to see how the television media can influence the infant's conduct and the educators' conceptions by questioning the possible television's influence on children's conduct. To achieve the intended goal, besides bibliographical research, it was performed field research in an elementary school in Imperatriz municipality. The results show that certain family habits, such as parents working out or using TV as leisure, lead children to spend more time in front of television and to seek in it the information and entertainment that the family is not able to supply. The results also show that educators are not always qualified to work with the media in the classroom in order to promote consciousness of young viewers.

Keywords: television, children, students, public school.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Parte da casa onde está localizada a televisão.....	36
Tabela 02: Atividades realizadas antes de dormir.....	38
Tabela 03: Programas preferidos.....	38
Tabela 04: Atividades que gostaria de realizar no tempo livre.....	39
Tabela 05: O que gostaria de assistir na TV.....	41
Tabela 06: Com quem se informa sobre namoro.....	42
Tabela 07: Com quem se informa sobre sexo.....	43

SUMÁRIO

Introdução.....	11
Capítulo 1. A criança e a televisão.....	14
Avanços na regulamentação de amparo, acolhimento e integração da criança exposta à mídia televisiva.....	15
1.2. Televisão: um mercado midiático destinado ao público infantil.....	21
1.3. Criança: “alma do negócio”?	24
1.4. Sexualidade e questões de gênero.....	30
Capítulo 2. Resultados da pesquisa de campo em uma escola municipal.....	35
2.1. Visitas, aplicação do questionário e constatações.....	35
2.2. Os usos da TV pelas crianças.....	44
2.3. Os usos da TV na sala de aula.....	48
Considerações Finais.....	55
Referências.....	58

Introdução

Muitas preocupações e debates têm surgido nos últimos anos acerca da rápida propagação e aceitação das mídias na sociedade, sobretudo pelo público mais jovem. A televisão, embora esteja presente na sociedade há mais de meio século, assume posição de destaque nos lares brasileiros devido a sua popularidade, consumindo do público infantil tempo igual ou superior ao exigido pelo ambiente escolar. Isso ocorre porque nos fins de semana a audiência cresce, em virtude das condições financeiras das famílias dessas crianças que normalmente têm na televisão a principal fonte de lazer.

Diante desse cenário, a TV tem sido alvo de constantes críticas pela forma como vem mantendo sua programação, considerando que dissemina modelos de comportamento, modos de vestir e de consumo que poderão influenciar determinadas condutas em crianças e adolescentes. Isso porque as crianças e os adolescentes estão em uma fase de abertura a um complexo de influências advindas do meio no qual vivem e, se não estiverem amparados pelas outras instituições sociais (família, escola e igreja), poderão sofrer fortes influências positivas ou negativas da televisão.

Diante desses apontamentos, sentiu-se a necessidade de analisar uma amostra a fim de conhecer o papel da família e da escola no processo de socialização das crianças com a televisão. Tendo em vista o problema levantado – há influência da TV no comportamento infantil ou ela é apenas mais um agente de socialização da criança – a presente pesquisa investigou uma turma de 5º ano do Ensino Fundamental da rede pública de ensino de Imperatriz (MA). Trata-se de uma escola de zona urbana, localizada nas mediações do centro da cidade, que funciona de manhã com Educação Infantil e Séries Iniciais do Ensino Fundamental, à tarde com Ensino Fundamental do 6º ao 9º ano e à noite com Educação de Jovens e Adultos (EJA).

As questões que inicialmente nortearam a pesquisa foram: a realidade em que estão inseridos os alvos da pesquisa; o conhecimento dos programas mais assistidos e a apropriação dos mesmos; em que condições as crianças podem sofrer influência da mídia televisiva; se os educadores da escola recorrem à televisão como ferramenta de apoio em suas atividades, ou mesmo se desenvolvem ações

voltadas para o uso crítico das informações veiculadas pela TV, e se entendem como as crianças da turma investigada se relacionam com a TV.

Para tentar responder ou pelo menos entender parte das questões apresentadas anteriormente, adotou-se a perspectiva do enfoque da fenomenologia, pois conforme Masini (2000) “esse método mais que uma descrição passiva, é uma interpretação além das aparências do que o fenômeno tem de mais fundamental.” com abordagem qualitativa, com base na pesquisa bibliográfica e na pesquisa de campo realizada junto a uma turma de crianças e sua respectiva professora. Para isso, foram realizadas várias visitas à escola, em novembro de 2012, para analisar os aspectos visuais das crianças como roupas, acessórios e o modo de falar de cada um e socialização do tema com a turma; aplicação de questionários semiabertos; realização de entrevistas, após uma análise prévia dos questionários.

Inicialmente, a professora respondeu a um questionário semiaberto, composto de 08 questões, complementado pela entrevista; e 31 alunos responderam a um questionário, também semiaberto, que continha 26 questões. Visto que alguns questionários continham respostas iguais, pois os alunos se comunicavam enquanto respondiam às questões, e também para obter maiores esclarecimentos sobre a relação que as crianças da pesquisa têm com a TV – tempo dedicado à televisão e como o ato de ver televisão compromete o seu dia a dia – acrescentou-se o recurso da entrevista.

Foram então selecionadas 10 crianças, 05 meninos e 05 meninas, para serem entrevistadas individualmente. As entrevistas foram previamente agendadas, realizadas no próprio ambiente escolar para não interferir na rotina do público pesquisado, tendo duração total de três horas. Para tratamento dos dados, utilizou-se a técnica de análise de discurso e de conteúdo.

Os resultados obtidos evidenciam a urgência de ações educativas voltadas para a inserção da mídia televisiva na escola, assim como de outras mídias que são parte do cotidiano das crianças pesquisadas, além do desenvolvimento de propostas que envolvam a participação da família no processo de incentivar a reflexão do telespectador quanto ao teor dos conteúdos assistidos. Para tanto, é preciso que haja maiores incentivos por parte dos governantes em capacitar os profissionais da educação para o exercício dessa prática.

O presente estudo está dividido em dois capítulos: o primeiro aborda, à luz de autores consagrados como Carlsson e Feilitzen (1999), Morais (2009), Belloni

(2010), Jordan, Strasburger e Wilson (2011), entre outros, a relação estabelecida entre a criança e a televisão, trazendo à tona a historicidade que envolve a televisão e o poder de atrair a atenção do público infantil. O segundo capítulo, refere-se à pesquisa de campo realizada com a turma do 5º ano e a professora. Neste, analisa-se o modo como as crianças interagem com a TV, como a família acompanha esse movimento e as ações desenvolvidas pela docente em função da aprendizagem da criança que está em constante interação com a televisão. Seguem as considerações finais e as referências.

Capítulo 1 A criança e a televisão

A visão faz parte dos sentidos vitais de interação do ser humano. Na infância, a ela é atribuída fundamental importância, sobretudo no campo educativo, visto que antes mesmo de a criança começar a ler as palavras, ela já consegue, por meio da imagem visualizada, compreender a mensagem transmitida sem precisar decodificar as letras. Por esse motivo, um simples livro de imagem é capaz de prender uma criança durante alguns minutos de leitura. Destarte, as imagens seduzem as crianças, proporcionando o fluir do imaginário, pois, observando, viajam em um mundo de aventuras em que elas próprias são as autoras.

A televisão, de acordo com Pinto (2000), apoderando-se desse fascínio da criança pela imagem aliou imagem, movimento e sons no intuito de ter a atenção desse público, tornando-se parte integrante da vida cotidiana, não somente de crianças e adolescentes, mas de toda a família, que vê nela uma importante aliada na rotina diária, pois através dela pode-se ter acesso ao que acontece no mundo em tempo real.

Assim, o que se nota no contexto atual, é que embora tenham aparecido outras mídias, algumas com mais opções de entretenimento (como é o caso do computador), a televisão, como destaca Belloni (2010), ainda assume posição de destaque nos lares brasileiros, devido a sua acessibilidade proporcionada pelo seu baixo custo, o que garante a ela considerável parcela de audiência, principalmente das camadas populares. “Em todo o mundo, a televisão é a mídia mais difundida, seguida muito de perto pelo rádio e, quem diria, pelos meios impressos (91% pelo rádio, 92% pelos livros e 40% pelos videogames, no conjunto)” (BELLONI, 2010, p. 64).

Na mesma linha de pensamento da autora citada acima, Pereira - Junior (2002) destaca a TV como a mais importante revolução virtual, por possuir a imagem que não pode ser visualizada no rádio e criar hábitos na rotina das pessoas porque exige um acompanhamento de sua programação, enquanto a Internet pode ser acessada a qualquer hora sem que se perca o conteúdo por ela apresentado e, além disso, esta ainda é considerada uma mídia de alto custo para as famílias de baixa renda.

No entanto, pais, educadores e a sociedade de modo geral têm demonstrado certa insatisfação com a programação da televisão. “Volta e meia ela está no banco dos réus. Acusam-na de culpada de muitos males que afligem a sociedade, de crimes violentos ao desinteresse pela leitura” (BRASIL, 2001, p. 7).

Pinto (2000) alerta para a alegação de que tal mídia tem causado danos no comportamento de crianças e adolescentes, de forma que estes estão a cada dia apresentando atitudes de rebeldia, contrariando as normas socialmente estabelecidas.

Coloca-se na televisão grande parte da responsabilidade por comportamentos agressivos, diminuição do rendimento escolar, desenvolvimento precoce da sexualidade e consumismo desenfreado, uma vez que, segundo Pinto (2000), as crianças estão assistindo TV cada vez mais cedo, e que aos dois anos de idade elas já são capazes de ligar o receptor. Diferente do livro, que para prender a atenção da criança que ainda não sabe ler, necessita de imagens ou de alguém que o leia para ela, a televisão exige apenas que se esteja em frente a ela.

Também por esse motivo, Morais (2009) chama atenção para a questão do desamparo de crianças e adolescentes no Brasil, especialmente no que se refere à exposição midiática. Segundo ele, há uma preocupação constante de pais e educadores recaindo sobre as crianças e os adolescentes, fator que tem favorecido a criação de leis de regulamentação para os conteúdos televisivos.

1.1. Avanços na regulamentação de amparo, acolhimento e integração da criança exposta à mídia televisiva

O Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, considera no seu artigo 2º, do título 1 (das disposições preliminares), que criança é a pessoa de até doze anos de idade incompletos. Devendo, nessa fase da sua vida, ter direito à informação de qualidade, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos, produtos e serviços que atendam e respeitem suas condições de desenvolvimento.

Partindo do reconhecimento da infância como uma etapa que requer atenção, é que se vem discutindo, ao longo de vários anos, propostas de integração

e acolhimento, assegurando direitos e deveres às crianças para o seu convívio no meio social.

As leis atuais em defesa desses direitos marcam um período de avanços na concepção de infância e na forma como ela deve ser tratada pela mídia: a Constituição Federal de 1988 (art. 220 e 221) coloca restrições às mídias, tais como espetáculos teatrais, rádio, televisão, fitas e revistas, na exibição de seus conteúdos, de modo que não atinjam negativamente a criança ou o adolescente.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. (BRASIL, 2007, p. 142)

De modo semelhante, o Estatuto da Criança e do Adolescente (do artigo 74 ao 80) reúne uma série de disposições relacionadas à exposição da criança e do adolescente à mídia. O estatuto determina que seja dada a classificação etária conveniente aos conteúdos impressos, televisivos, teatrais, circenses ou cinematográficos, antes que as crianças e os adolescentes tenham acesso a eles.

Além do estatuto, há a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996), e cerca de 200 Projetos de Leis que tramitam atualmente no Congresso assegurando os direitos da criança, visando à proibição de propagandas que incentivem o consumismo e o desenvolvimento precoce da sexualidade. Há também órgãos como o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar)¹ e o Instituto Alana² que lutam pelos direitos das crianças e adolescentes.

¹Órgão encarregado de fazer valer o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

A partir da Constituição de 1988, a infância brasileira passou a ser alvo de preocupação mais intensa e efetiva no que se refere aos seus direitos perante a sociedade, atitude que foi reforçada por meio do Estatuto da Criança e do Adolescente. No que se refere ao artigo 227, a Constituição Brasileira de 1988 estabelece que:

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (BRASIL, 2007, p. 144)

Belloni (2010) discute que a contemplação dos referidos direitos pela Constituição Brasileira e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente constituíram-se em avanços significativos para a definição dos direitos de crianças e adolescentes, no entanto, ela ressalta que tais propostas não estão sendo plenamente aplicadas, fator que tem favorecido situações de descaso com a infância brasileira.

Nesse aspecto,

apesar dos avanços aqui assinalados, ainda faltam garantias orçamentárias permanentes, qualidade na educação, pré-escola, acesso e qualidade na saúde, infra-estrutura para os conselhos de direitos e tutelares, projetos eficazes e pessoal capacitado nas unidades de internação de infratores, prevenção da violência. Junto a isso, falta a articulação de redes territoriais de proteção para efetivar as políticas preconizadas pelo ECA. (BELLONI, 2010, p. 59 e 60)

De acordo com Belloni (2010), o próprio Estatuto da Criança e do Adolescente, embora tenha promovido avanços significativos em relação aos direitos da criança e do adolescente, ainda precisa percorrer um longo caminho em direção à efetivação desses direitos. O mesmo se aplica à Constituição Federal e à LDB que, embora tenham se estabelecido como parâmetros necessários para o

²O Instituto Alana é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos, que trabalha para encontrar caminhos transformadores que honrem a criança. Para tanto, atua em um amplo espectro em busca de garantir condições para a vivência plena da infância.

cumprimento dos direitos das crianças brasileiras, não garantem, na prática, o cumprimento desses parâmetros.

Trazendo tal questão para o âmbito da mídia, a mesma autora destaca o descaso em relação aos direitos à comunicação, pois, segundo ela:

Também não estão sendo respeitados os direitos relacionados à comunicação, pois parece evidente que as mídias de massa não apenas não dão voz a crianças e adolescentes, como também não oferecem uma programação voltada para eles, de qualidade minimamente aceitável, e que a programação adulta que costumam frequentar é recheada de violência e sexualidade que nem sempre é saudável. (BELLONI, 2010, p. 60)

Essas situações de descaso não deveriam ocorrer, uma vez que a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente preconizam que deve ser assegurada, às crianças e aos adolescentes, proteção em relação aos conteúdos veiculados pelas mídias, de modo que é preciso que tanto essas mídias como a família e a escola estejam atentos ao teor de tais conteúdos, para que não influenciem de forma negativa a concepção de mundo dessas crianças.

Outra questão relevante nesse aspecto, além da preocupação com a qualidade das informações acessadas pelas crianças e adolescentes, segundo Carlsson e Feilitzen (1999), diz respeito à proteção e à participação da criança na mídia. Assim sendo, “a criança pertencente a grupos vulneráveis deveria receber atenção especial não só no que diz respeito à proteção, mas também no que diz respeito aos direitos de participação” (Carlsson e Feilitzen, 1999, p. 40).

Outro ponto refere-se ao preconceito de gênero e racial, pois quando a criança é representada na TV, geralmente é branca e em maior parte do sexo masculino. Carlsson e Feilitzen (1999) enfatizam ainda que os jornais costumam apresentar a criança em situações de violência, como vítimas (abuso sexual, exploração do trabalho) ou como autoras (delinquentes) deixando de lado as causas do problema.

O único lugar na mídia, segundo as autoras acima citadas, em que a criança tem direito à participação é nos comerciais, pois ao mesmo tempo em que representam para o mercado os consumidores do presente e do futuro, são também parte central de estratégias promissoras na divulgação de produtos.

De acordo com Belloni (2010), no cenário atual não se nota uma programação adequada ao público infantil, o que se verifica é uma mídia feita por adultos, recheada de violência e sexualidade.

O pensamento de Belloni (2010) vem reforçar a ideia de Moraes (2009) quando argumenta que embora o Estatuto da Criança e do Adolescente estabeleça regras destinadas às políticas dos programas midiáticos, o que a mídia faz em relação à censura dos conteúdos exibidos na TV é estabelecer a classificação de sua programação por faixa etária, o que não significa que a criança não possa ter acesso a esses conteúdos.

Tal exigência parece ignorar que os tempos mudaram que não são hoje muitas as crianças que dormem cedo e grande parte dos adolescentes tem licença da família (ou tem suficiente descaso educacional dos familiares) para estar acordados por horas bem avançadas da noite. Portanto, eis uma exigência quase nada funcional. (MORAIS, 2009, p. 44)

Moraes (2009) cita apenas casos de adolescentes em seu estudo, entretanto, o telespectador mirim está cada dia mais atento à programação televisiva. Isso porque as crianças estão desenvolvendo o hábito de assistir TV cada vez mais cedo.

O estudo realizado por Marizzek (2004) revela que crianças com idade entre dois e doze anos têm acesso à programação diurna e noturna da TV, assistindo ao que querem. Isso ocorre também porque a família, por não poder acompanhar a rotina diária do filho ou por falta de opção de entretenimento, acaba permitindo que a criança tenha acesso a conteúdos inapropriados exibidos pela televisão.

Nesse aspecto, Borges (2004) ressalta que a família, a escola e a igreja, que são as instituições tradicionais na socialização infantil, estão no cenário atual dividindo espaço com as mídias que têm assumido papel de destaque.

As novas tecnologias, organizadas e dirigidas por corporações mundiais, passaram a ocupar um espaço cada vez mais amplo na construção do imaginário coletivo, influenciando diretamente sobre a consciência pessoal de cada indivíduo, sobre seus níveis de aspiração, sobre seus gostos,

comportamentos, consumos, chegando a construir, em larga medida, a sua identidade. (BORGES, 2004, p. 28)

Dentre essas mídias, a televisão tem se destacado nas preferências infantis por se constituir em um dispositivo eficiente pela apresentação de “heróis, mitos, valores e representações” (BELLONI, 2010, p. 61), que são, para o público infantil, fontes para a construção do seu imaginário, necessárias para que se sintam integrados ao meio em que estão inseridos. A infância e a juventude são as fases de busca pela construção de uma identidade. Por esse motivo, diz-se que esses dois grupos são os mais sujeitos às influências da televisão.

Como se pode constatar em Morais:

Conquanto a influência midiática, sobretudo a da mídia televisiva, exerça-se atualmente sobre todas as idades, é compreensível que seu impacto maior se dê em períodos humanos de desenvolvimento mais intenso e de construção dos caracteres, como certamente se mostram a infância e a adolescência. (2009, p. 35)

Diante desses apontamentos, qual a possível interferência que pode haver dos conteúdos disseminados pela televisão na vida cotidiana de crianças e adolescentes? É possível eles não serem afetados por esses conteúdos? Qual o uso que crianças e adolescentes estão fazendo da televisão?

Esses questionamentos trazem à luz as ideias de Lev Vygotsky, um importante cientista que se dedicou a estudar o desenvolvimento intelectual das crianças. Vygotsky (2007) descobriu através de suas pesquisas que o processo de desenvolvimento está ligado não somente ao caráter biológico, mas à história cultural e social da pessoa. As pessoas nascem propensas a se desenvolverem, mas é somente através da interação com o outro que esse desenvolvimento pode acontecer.

Por meio das ideias do referido autor, pode-se pensar que mesmo que a televisão tenha presença marcante no cotidiano infantil é possível que a criança não seja influenciada negativamente pelos conteúdos televisivos. Para tanto, Gómez (2012) ressalta a importância da companhia na hora de assistir aos programas televisivos, fator que favorece a criança, sobretudo, na compreensão dos

acontecimentos da tela, possibilitando que, ao mesmo tempo que a criança assiste ao conteúdo apresentado, possa tecer comentários a respeito. Assim, além de estar atento aos significados que a criança ou adolescente atribui ao que assiste, é necessário também perceber o porquê do interesse da criança por determinado conteúdo.

Belloni (2010) destaca a urgência no desenvolvimento de ações educativas, com foco nas crianças e nos adolescentes, que estejam voltadas para a aprendizagem significativa e que façam uso das mídias em sua atual conjuntura.

Nesse quadro, a escola destaca-se como uma instituição que tem apresentado resistência quanto ao uso da tecnologia e até mesmo à reflexão e intervenção sobre o que o aluno tem acesso na TV. Essa atitude evidencia o despreparo de educadores, sobretudo os da rede pública, de integrarem a tecnologia a sua prática educativa.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais ressaltam a pouca familiaridade dos educadores, sobretudo com os recursos tecnológicos que já estão presentes na sociedade há longas datas, como é o caso da TV. Muitos a veem como inimiga que prejudica a aprendizagem do aluno. Outros chegam mesmo a creditar que ela tenha vindo para substituí-lo em seu papel de educador.

No entanto, destaca-se que a “tecnologia traz inúmeras contribuições para a atividade de ensino e para os processos de aprendizagem dos alunos, mas não substitui o professor e, muito menos, os processos criativos do próprio estudante, na produção de conhecimento” (BRASIL, 1998, p. 155). Desse modo, negá-la é abrir mão de uma importante ferramenta para uma prática que favoreça novas possibilidades de dinamizar a atividade docente.

1.2. Televisão: um mercado midiático destinado ao público infantil

A descoberta de que os adolescentes e as crianças poderiam integrar o mercado no consumo dos produtos ofertados à sociedade, visando o lucro de seus fornecedores, teve início com o fim da Segunda Guerra Mundial. Inicialmente, os adolescentes eram os mais atingidos, enquanto as crianças foram descobertas como consumidoras potenciais apenas nas últimas décadas, conforme se constata

em Borges (2004), Jordan, Wilson e Strasburger (2011). Acrescenta-se que: “Além disso, os pais que viveram durante a Depressão e a Segunda Guerra Mundial vivenciaram um nível novo de prosperidade econômica que eles queriam compartilhar com seus filhos” (JORDAN; WILSON; STRASBURGER, 2011, p. 67).

A família, nesses períodos, passou a comprar muitos bens materiais visando o conforto que tais posses poderiam lhe proporcionar. “E, obviamente o advento da televisão ofereceu novas maneiras de apresentar os produtos para cativar o público de pais e filhos”, afirmam os mesmos autores.

Nessa mesma perspectiva, Buckingham (2000) acrescenta que a busca do capitalismo por novos mercados favoreceu a percepção de que a criança era uma importante fonte de enriquecimento. De modo que se passou a investir intensamente na publicidade destinada a esse público, de forma que a televisão tem assumido papel de vitrine para as crianças, pois esta mídia está repleta de produtos destinados a elas.

Há, no entanto, algo mais grave que incidiu e está incidindo sobre a infância e a adolescência. É que, com os desenvolvimentos do consumismo, descobriram-se, em ambas, potenciais de “mercado”. Foram criados os grandes mercados da infância e da adolescência, eficazmente manipulados pela publicidade desvairada que temos no Brasil (e não apenas aqui). (MORAIS, 2009, p. 39)

Em Carlsson e Feilitzen (1999) fica evidente o forte apelo da publicidade para o público infantil presente na mídia brasileira, que desde seu surgimento tem considerado a criança, antes de qualquer outra definição, como consumidora. Assim, a programação da televisão do país sempre esteve voltada primordialmente para interesses comerciais.

Inicialmente, como estratégias para favorecer economicamente o mercado, foram inseridos brinquedos a serem comercializados dentro da programação infantil. “Numa virada incomum, os fabricantes de brinquedos e os produtores se unem nos primeiros estágios do desenvolvimento de um programa” (JORDAN; STRASBURGER; WILSON, 2011, p. 68). Dessa forma, a estratégia que surgiu inicialmente nos Estados Unidos pode ser percebida atualmente na programação televisiva do Brasil.

Dentre as formas de atuação da propaganda, inclui-se, do ponto de vista de Jordan, Strasburger e Wilson (2011), a repetição dos anúncios, a fim de que os telespectadores sejam levados ao desejo de comprar; a estampa das marcas nos vestuários, transformando os consumidores em “comerciais ambulantes” que divulgam as marcas gratuitamente; e a lealdade às marcas pela criação de um personagem que cativa a criança. Assim, a propaganda tem intenção de criar, sobretudo na criança e no adolescente, o desejo de pertencimento ao meio de que ele faz parte.

No programa Ver TV (2009) é enfatizado o uso do artifício de convencimento, em que as propagandas operam por meio da apresentação de crianças, aparentemente felizes por estarem consumindo determinado objeto ou produto.

A ideia é mostrar que consumir é sentir-se incluído dentro de um meio social. De acordo com o aspecto apresentado, pode-se dizer também que outras crianças influenciam no poder de compra, conforme pode ser constatado pelo documentário “Criança - A alma do negócio” (2008). De maneira que, quando as crianças percebem seus colegas usando um produto, elas querem obtê-lo para se incluir no grupo.

Para tanto, a mídia recorre às propagandas de crianças, que brincam sorridentes e geralmente dando a entender que o brinquedo, calçado ou roupa divulgado proporcionou felicidade àquelas crianças. Desse modo, a maneira como as crianças são apresentadas na publicidade evoca um modelo ideal, mediante o consumo do produto em questão.

Há, portanto, duas dimensões na questão de utilizar crianças em anúncios de TV. No primeiro nível temos a estratégia publicitária de utilizar a criança para promover um produto. No segundo, é possível ver a criança nos comerciais como um ícone que define os valores e aspirações de uma sociedade de consumo emergente. (CARLSSON; FEILITZEN, 1999, p.113)

Tais fatores podem indicar que os pais, na tentativa de suprir a ausência ocasionada pela dedicação ao trabalho, acabam dando aos filhos tudo o que querem, mas isso nem sempre significa que o que eles querem seja realmente

aquilo de necessitam, ou seja, é uma necessidade que pode estar sendo criada pelo mercado.

O já citado documentário “Criança - A alma do negócio” (2008) menciona que muitas vezes as crianças querem um brinquedo e logo enjoam, alguns nem brincam, querem apenas porque está sendo divulgado ou porque os colegas o têm, querem consumir.

As propagandas dirigidas às crianças geralmente estão ligadas ao incentivo do consumo, os brinquedos, principalmente os das meninas, muitas vezes incitam ao consumismo. Além disso, o que se nota nas propagandas para meninas é que, a maior parte das bonecas apresentadas é no formato de mulheres adultas e segundo Puglieri:

As brincadeiras com esse tipo de bonecas se relacionam – na sua maioria – com o consumo; passeios ao shopping, fazer compras, ir ao cabeleireiro. Esse é o mundo que a criança gostaria de viver e projeta na boneca o “ser” bonita, ter roupas, sapatos; ao mesmo tempo, podemos, dizer que a criança entende que aquele é o mundo que ela deveria viver. (2010, p. 41)

Será mesmo que a mídia televisiva é a única responsável pelo desencadeamento de tais atitudes consumistas nas crianças? Existe uma publicidade que se sobrepõe a todos os outros agentes de socialização da criança? O mais correto seria indagar quais são as condições que levam essas crianças e adolescentes a serem seduzidas. Posteriormente, o capítulo dois trará esclarecimentos sobre como reagem as crianças quando expostas aos apelos midiático.

1.3. Criança: “alma do negócio”?

Ariès (2011), referindo-se às origens do sentimento de infância, evidencia que as primeiras tentativas de representações das crianças, tais como elas são, deram-se por via de pinturas durante o século XV e XVI, que marcaram o início de uma nova visão da criança, no entanto, o autor ressalta: “Mais uma vez, não nos

iludamos: essas cenas de gênero em geral não se consagram à descrição exclusiva da infância, mas muitas vezes tinham nas crianças suas protagonistas principais ou secundárias” (ARIÈS, 2011, p. 21).

Para Ariès, talvez essa representação da infância tenha surgido porque as crianças estavam sempre entre os adultos ou mesmo pelo fato de os pintores ficarem encantados com elas por sua graça e, por isso, gostavam de incluí-las em suas pinturas. Essa ideia remete ao pensamento de que as crianças nessa época eram notadas como “engraçadinhas”, esse foi o primeiro sentimento de infância. Nas palavras do autor: “O primeiro sentimento da infância – caracterizado pela ‘paparicação’ – surgiu no meio familiar, na companhia das criancinhas pequenas” (ARIÈS, 2011, p. 104).

Surge então no ambiente familiar o sentimento de “paparicação”. A criança, por ser engraçada, era vista como um divertimento para a família. Temerosos dos efeitos desse novo sentimento, moralistas e educadores preocupados com as implicações que isso poderia trazer para as crianças quando se tornassem adultas, pois podiam tornar-se indisciplinadas, sem limites e com conduta não aceita socialmente, passaram a discutir a inserção da criança em ambientes disciplinadores, sem negação do direito aos cuidados essenciais a essa fase, o que deu origem ao segundo sentimento de infância:

O segundo, ao contrário, proveio de uma forte fonte exterior à família: dos eclesiásticos ou dos homens da Lei, raros até o século XVI, e de um maior número de moralistas do século XVII, preocupados com a disciplina e a racionalidade dos costumes. Esses moralistas haviam-se tornado sensíveis ao fenômeno outrora negligenciado da infância, mas recusavam-se a considerar as crianças como brinquedos encantadores, pois viam nelas frágeis criaturas de Deus que era preciso ao mesmo tempo preservar e disciplinar. (ARIÈS, 2011, p.104 e 105)

Seguindo essa visão, Bonadia (2006) assegura que dentro desse novo pensamento, a criança é fragilizada, inacabada, desprovida de informação ou conhecimento, necessitando de um ambiente para adquirir suporte a fim de tornar-se sociável, o que só seria possível mediante a educação escolar.

Destarte, os autores evidenciam uma evolução no sentido de que se considerava a criança um ser racional e não apenas um “bichinho ou brinquedo”,

mas alguém capaz de aprender. Bonadia afirma com bases nos estudos de Rousseau, que por volta do século XVIII, a criança passa a ser considerada sob um novo ponto de vista. Segundo ela, Rousseau começa a disseminar a reflexão sobre um novo conceito de infância, desmistificando os pensamentos anteriores que a consideravam um ser frágil e ao mesmo tempo um risco para a sociedade. Assim, Rousseau foi quem difundiu as primeiras considerações sobre a criança de modo semelhante à concepção que se tem na atualidade. Ele considerava a infância como uma etapa da vida que requer cuidados especiais, que devido ao seu estado de ingenuidade a criança deveria ser preservada, assegurando, assim, a formação de um cidadão íntegro, apropriado de sua cultura e participante das questões sociais conforme coloca Bonadia referindo-se às ideias de Rousseau, e acrescenta:

Não deve ser um animal, nem um homem, e sim criança. É preciso que ela sinta sua fraqueza e não que a sofra; é preciso que ela dependa, e não que obedeça; é preciso que ela peça, e não que mande. (2006, p. 25)

Percebe-se que o reconhecimento da infância propriamente dita inicia-se com força maior a partir do século XVII e XVIII, mesmo que a passos lentos, com avanços e retrocessos. Ariès assegura ainda que moralistas e educadores desenvolveram também a preocupação com a saúde e com a higiene, de modo que a família passou a ser advertida dos cuidados necessários relacionados sobretudo à disciplina e higiene da criança. Dessa forma, ele evidencia que a infância dessa época adquiriu lugar central dentro da família.

Pinto (2000) considera que outra consciência de infância foi formada com o avanço do capitalismo. O mercado passou a ver com bons olhos o trabalho de crianças e mulheres, por constituírem-se em uma mão de obra barata e passiva, aproveitando-se do que Bonadia (2006) caracteriza como inocência e fraqueza.

Dentro da ótica capitalista, a mulher passou a ser vista como mãe, incentivada a ter sentimento materno, o que não acontecia antes, verificando-se uma indiferença dessas mães em relação aos seus filhos, como destaca Ariès (2011). Conforme os estudos de Bonadia, a ideia do sentimento materno é uma ideologia disseminada pelo mercado capitalista. Como exemplo, ela cita a questão da amamentação da criança que era feita por amas de leite, demonstrando a falta de

afeto entre mãe e filho, “desse modo a sociedade é que estabeleceu que à mulher cabe cumprir ‘adequadamente’ este papel” (BONADIA, 2006, p. 44). Sendo mãe e esposa, dona do lar, a mulher nessas condições poderia oferecer lucros ao mercado mediante a busca pelos recursos/bens advindos dele para manter o lar, seja para alimentação, seja para vestimentas; fazendo com que a própria criança fosse fonte de lucros para o mercado, ora como consumidora, ora como mão de obra barata.

No século XX, a concepção de infância novamente é alterada. Agora é a escola que entra em cena visando garantir-se como um local de direito da infância:

A separação entre o mundo da criança e o mundo do trabalho, que era a base da modernidade passa então por uma contradição, na qual a pedagogia é convocada para promover uma conciliação: juntando-se ao mundo do trabalho e subordinando-se a ele. (BONADIA, 2006, p. 50)

Objetivando atender não somente os direitos das crianças, a escola tornou-se importante instrumento de controle do mercado, oferecendo-lhe mão de obra para atuar onde lhe fosse conveniente. Até os dias de hoje, há resquícios dessa mentalidade, mesmo que revestida de nova “roupagem”, frente aos novos contextos socioculturais, políticos e econômicos que assolam todo o mundo, ora chamados de tempos neoliberais, ou até mesmo pós-neoliberais como dizem Sader e Gentili (2012).

Em suma, a infância dentro das perspectivas apresentadas aqui percorreu um processo dinâmico de mudanças em suas concepções. Nesse processo, os ideais de mercado exercem influência na concepção de infância até os dias atuais, encontrando nas mídias uma forte aliada.

No Brasil, com o aparecimento da televisão, a partir de 1950, e sua disseminação por todo o território, ocorreu a universalização da informação. Desse modo, as crianças passaram a ter conhecimento dos assuntos que antes eram tratados somente por adultos. Nesse sentido, Bonadia afirma que:

Mercado aliado à disseminação de informação (mídia) dão as cartas no que se refere à produção da cultura infantil, como fiéis representantes da ideologia capitalista neoliberal, com o propósito de aumentar a produção e com isso, as taxas de acumulação de riqueza. Sob alegação de que tudo

muda e está mudando, o discurso pós-moderno “naturaliza” a mudança constante, incluindo nessas mudanças a criança. (2006, p. 83)

O rápido avanço da tecnologia tem proporcionado o acesso instantâneo à informação, abordando diversos assuntos antes desconhecidos principalmente pelas crianças. Os conteúdos apresentados pelos jornais, revistas, outdoors, Internet e televisão estão chegando ao telespectador cada vez mais rápido.

A televisão, por ser a mídia mais acessível às crianças, tem se destacado nas últimas décadas pela sua presença marcante no seu cotidiano. Então se diz que ela se tornou referência nos processos de interação social, juntamente com a família, a escola, a igreja e os amigos, ganhando força superior a estes em determinados contextos familiares. No entanto, a mídia televisiva apoia-se na publicidade e isso tem gerado preocupações constantes, sobre o teor desta sobre as crianças.

Diante disso, é perceptível que a televisão por meio da sua programação, busca a todo custo familiarizar a sua relação com a criança de forma que esta sinta confiança e veracidade no que está sendo veiculado. No entanto, é preciso considerar o fator de receptividade da criança, conforme se pode constatar na obra *A Invenção do Cotidiano*:

A análise das imagens difundidas pela televisão (representações) e dos tempos passados diante do aparelho (comportamento) deve ser completada pelo estudo daquilo que o consumidor cultural ‘fabrica’ durante essas horas e com essas imagens. (CERTEAU, 2009, p. 38)

O autor sugere que embora a TV desenvolva eficientes artifícios de convencimento, é preciso conhecer o significado atribuído às informações apresentadas pela televisão. Assim cabe considerar as falas dos sujeitos, o contexto em que estão inseridos e a função da família e da escola dentro do processo de recepção.

Brasil (2001) faz uma breve abordagem sobre a recepção da TV. Na obra discute-se que os efeitos da mídia televisiva são inegáveis, mas que, no entanto, é necessário considerar o papel do receptor que nem sempre é passivo.

“Receptor é sujeito ativo e pertencente a um contexto sociocultural específico” (BRASIL, 2001, p. 17). Ele é capaz de interpretar as mensagens. Além disso, existem outros fatores sociais que contribuem na construção de sua visão de mundo e não apenas a TV. São eles a “família, vizinhança, amigos, o ambiente de trabalho e a escola” (BRASIL, 2001, p. 17). Assim, ela é apenas mais um agente de socialização. Ainda assim, é preciso estar atento para o quanto ela é significativa na rotina diária do receptor, sobretudo das crianças.

Nessa perspectiva,

Estudos em diferentes áreas apontam para a constatação de que a televisão em si mesma não é prejudicial às crianças, mas que a natureza de suas consequências depende dos conteúdos e da linguagem veiculados, da situação em que a criança vive, suas relações familiares, de amizade e tantos outros fatores sócio-culturais. Da mesma forma, estudos de recepção apontam para a importância das mediações sociais na construção dos sentidos da mensagem por parte do receptor. (BORGES, 2004, p. 44)

No entanto, dependendo da intensidade do conteúdo exibido as crianças podem sim sofrer influências da mídia. Portanto, se a televisão é a principal aliada da sua rotina diária haverá maiores chances de internalização de seus conteúdos.

No programa Ver TV (2009), é sugerido como importante intervenção a da família, que deve conversar, questionar a criança sobre o que ela está assistindo e o que entende. Quando o assunto for propaganda, a intervenção deve ocorrer no sentido de trabalhar limites, explicar à criança que a todo momento são lançados novos produtos, que não dá para comprar todo lançamento e questionar se há a real necessidade daquele produto para que ela seja feliz.

“No instante que os pais assistem à TV com os filhos, troca de olhares, e de impressões auxiliam os filhos a construir significados, a reelaborar a mensagem” (BRASIL, 2001, p.17). Nesse sentido, verifica-se a possibilidade de se trabalhar desde cedo com as crianças o desenvolvimento de seu juízo crítico, sobretudo no que se refere às intenções comerciais da mídia.

1.4. Sexualidade e questões de gênero

Faz tempo que os marqueteiros estão de olho nas crianças como consumidoras potenciais, e eles sabem que usar sexo e sensualidade é uma das maneiras mais bem sucedidas de conseguir a atenção das crianças para fazê-las querer comprar. (KILBOURNE; LEVIN, 2009, p. 37)

A infância é compreendida como um período em que a criança encontra-se na fase das incertezas e das descobertas e esse estágio perdura até o final da adolescência. Além disso, como as crianças, sobretudo no início da adolescência, encontram-se em uma fase de mudanças, necessitam compreender o que está se passando especialmente em relação à sexualidade. Mas, conforme é discutido em Porto (2001), as dúvidas sobre sexualidade nem sempre são necessariamente sobre o sexo em si.

A questão é que nessa etapa os adolescentes sentem vergonha de falar do assunto com pais, responsáveis ou educadores e mesmo os adultos parecem ter receio de tal abordagem. Essa situação acaba desencadeando reações que muitas vezes são consideradas como vandalismo e irresponsabilidade do adolescente.

Nessas condições, o jovem acaba recorrendo a outras fontes de informações, chamando a atenção, como ressalta Porto (2001), por meio de ilustrações ou mensagens de ordem sexual sobre o que querem saber em porta de banheiros, nos muros das escolas, no pátio e nos corredores.

Esses são exemplos de comportamentos que necessitam de esclarecimentos e não de respostas apresentadas em palestras por médicos especializados que tratam a sexualidade de forma reprimida, alertando para o perigo da gravidez ou das doenças sexualmente transmissíveis. O importante é informar sobre todos os processos do desenvolvimento presentes nessa fase, o namorar, ficar, beijar, trair, fazer amizades. Possivelmente por esse motivo, os adolescentes encontram nas mídias, principalmente, nas novelas e filmes, as possíveis respostas para suas dúvidas.

Já com os pequenos há o período dos “porquês”, em que as crianças começam a questionar tudo o que é novo para elas. De acordo com Porto (2001),

pode acontecer de a criança querer saber como nascem os bebês ou como são colocados na barriga da mãe; por que algumas pessoas beijam na boca e elas não. Essas questões, quando apresentadas por crianças bem pequenas, assustam os pais, que geralmente põem a culpa na televisão por estar desencadeando tais questões no pensamento da criança.

Afonso (2004), nesse tocante, afirma que pais e educadores parecem ter medo de abordar o assunto e por isso não falam abertamente. Possivelmente eles acreditam que se uma criança pergunta sobre sexo é porque já quer fazer ou que se eles falarem do assunto com seus filhos estarão incentivando a prática. Por isso, acabam prolongando essas explicações e deixando a cargo de especialistas da área.

Os pais temem também que o assunto seja levado para outras dimensões inalcançáveis ou conflituosas, de modo que, ainda segundo a referida autora, essas discussões ficam limitadas, como já referido, às discussões de ordem fisiológica – puberdade, gravidez e doenças sexualmente transmissíveis (DSTs). E é dentro desses aspectos que a mídia, sobretudo a televisiva, atua, pois a criança vai buscar resposta na mídia que está mais acessível.

Segundo Bucci e Khel (2004), a televisão não determina o que as pessoas devem fazer, o que ela faz é autorizar que determinadas práticas sejam aceitas de maneira incontestável, tendo como estratégia a sua repetição. Assim, mesmo que determinada abordagem seja de início rejeitada, ela poderá, aos poucos, tornar-se aceita devido a sua repetição. Dessa forma, a repetição de uma imagem acaba transformando-a em algo comum na ótica das pessoas. Nas considerações de Afonso (2004), há uma reafirmação dos papéis sociais, uma vez que:

Os meios de comunicação reafirmam os estereótipos através de imagens veiculadas em revistas femininas, cinema, TV, vídeos, publicidade e desenhos animados, carregadas de valores e importância. Portanto, as imagens não são determinadas naturalmente, mas sim, a partir de construções sociais. (AFONSO, 2004, p. 22)

Destarte, os assuntos que não costumam ser tratados abertamente em casa, são abordados abertamente pela televisão, de maneira que pareça normal e

sem represálias. Moraes (2009) esclarece que na adolescência a exploração midiática apoia-se em artifícios de persuasão mais sofisticados dos que os utilizados para atrair o público infantil, pois nessa fase, os adolescentes que são:

seres em busca de auto-identificação e aceitação social, deparam-se com o comércio de músicas, trajes, ornamentos e outros modismos que, com base em uma publicidade e em propagandas direcionadas, criam o específico mundo dos adolescentes, normalmente em antagonismo com os valores do mundo dos adultos. (MORAES, 2009, p. 40)

Com as crianças menores, o jogo da mídia pauta-se no uso da imagem e também na sexualidade. As discussões acerca dessa questão asseguram que a criança não é assexuada. “Sua sexualidade é fruto das experiências que vão construindo sua própria forma de sentir o corpo” (AFONSO, 2004, p. 15). À medida que ela vai se desenvolvendo em outros aspectos, se desenvolve também sexualmente, esse é um traço que nasce com ela e que se desenvolve ao longo do tempo.

Porto (2001) destaca a amplitude e a complexidade do tema da sexualidade, uma vez que ela não se desenvolve nas pessoas apenas com a chegada da puberdade, mas é inerente à existência humana. Sendo assim,

(...) não é tão simples dizer que, por isso, as crianças sejam despertadas de sua ‘inocência’ para a sexualidade através da mídia. Costumamos responsabilizar a mídia pelo que as crianças e jovens estão vendo, ouvindo ou cantando. Se a menina pergunta ‘quando vai transar’ a mãe ou a professora logo assinalam que ela está muito tempo em frente à televisão. (PORTO, 2001, p. 157)

Mas o que teria de fato desencadeado tais fatores? Será a mídia televisiva a grande responsável pelo desencadeamento de tais comportamentos? Questionamentos do tipo envolvem um estudo aprofundado de como essa mídia atua no comportamento de crianças e adolescentes.

Afonso (2004) coloca que a existência de intensa valorização do modelo adulto recai também sobre a criança, que é despertada para atingir maturidade em um curto período de tempo, o que acaba por criar nelas a ideia de que ser infantil

não tem importância, que só se é valorizado ou reconhecido quando se for adulto. Sendo assim, as crianças passam a entender que para se tornar adulto é preciso investir na aparência física.

O corpo tornou-se a principal referência de beleza, para tanto se deve ser magro, atlético, dentro dos padrões da moda. “Corpo que é sinônimo de identidade nesta sociedade que hipervaloriza a imagem” (AFONSO, 2004, p. 23). Dentro desse ponto de vista, o público feminino é o mais afetado, recaindo sobre ele a responsabilidade para que se mantenha dentro dos padrões de beleza.

A televisão, como ferramenta da comunicação, mostrou eficiência com o uso da imagem corporal para vender produtos. Especialmente no Brasil, no qual, segundo Borges (2004), há uma predominância da mestiçagem do negro, branco, pardo, amarelo e o índio, o que motiva ainda mais o consumo de produtos que possam enquadrá-los em um grupo só, as loiras e europeias (*Barbie*) importadas dos países norte-americanos, no caso feminino.

Essas investidas da televisão também influem na concepção do papel de cada um na sociedade, na compreensão do masculino e feminino. Kilbourne e Levin (2009) abordam que antes os desenhos animados tinham uma aparência doce e delicada (Ursinhos Carinhosos) enquanto que hoje estão cada vez mais sensualizados e com comportamentos maliciosos (Meninas Super Poderosas, *Monster High*, Penélope Charmosa, *Barbie*, *Polly*). Além da apresentação desses modelos, eles aliam-se à criação de produtos neles inspirados, maquiagens, roupas e acessórios, mas também comportamentos.

As “Princesas da Disney”, uma coleção de bonecas lançadas no ano de 2007, fazem sucesso até os dias atuais. “As garotinhas sempre se rendem as fantasias de princesas e muitos pais não veem o perigo em deixá-las se entregar a isso hoje em dia” (KILBOURNE; LEVIN, 2009, p. 51 e 52). Ser princesa é o sonho de toda menina, mas não se trata da princesa dos antigos contos de fadas, a imagem de princesa da atualidade envolve a imagem *sexy* e bonita, necessária para conquistar o príncipe.

Para Kilbourne e Levin (2009), sendo as meninas modelos de beleza, à medida que buscam alcançar uma imagem padrão de beleza (magra com corpo escultural e cabelos lisos) disseminada pela mídia, acabam adquirindo valores referentes à imagem idealizada que querem reproduzir. Seu valor está na imagem que passa, essa ideia é percebida pelos comerciais de televisão que utilizam

mulheres como referência de beleza. Tais modelos podem desenvolver na menina a ideia de que para ser aceita ou admirada, ela terá que investir principalmente no corpo.

Esse pensamento reflete também na construção da identidade masculina. Ainda na perspectiva das referidas autoras, as preferências dos meninos em relação às brincadeiras são decorrentes dos desenhos e filmes que assistem na televisão, aliados à fase enérgica em que se encontram. Por esse motivo, as preferências dos meninos envolvem ação, aventura e muito movimento, historicamente atribuídos ao desempenho masculino. Giffin (1994) menciona a presença de uma pressão cultural de longa data sobre o homem, de sorte que, desde a infância lhe é imposto que é seu dever reprimir seu lado afetivo, sendo “durão”, evitando que sua natureza seja manifestada.

Ademais, os desenhos preferidos pelos meninos apresentam comportamentos agressivos, com total ausência de afetividade, fazendo alusão à figura do “machão” que não se deixa levar pela emoção. Na opinião de Kilbourne e Levin,

as meninas veem o envolvimento dos meninos com violência, e os meninos veem o envolvimento das meninas com a sensualidade; assim, todos eles aprendem lições prejudiciais sobre o que valorizar em si mesmo e no próprio gênero, bem como no do outro. (2009, p. 35)

De qualquer forma, Kilbourne e Levin (2009) ressaltam que é difícil calcular exatamente o que a criança aprende e produz daquilo que ouve ou assiste. Cada criança tem uma interpretação diferente para um mesmo conteúdo. Nesse aspecto, destaca-se a função dos agentes mediadores tais como a família e os educadores, questão que será discutida no capítulo a seguir.

Capítulo 2

Resultados da pesquisa de campo em uma escola municipal

Mediante as considerações do capítulo anterior, procurou-se verificar por meio de uma pesquisa de campo, realizada junto a uma turma de 5º ano do Ensino Fundamental, de uma escola da rede municipal de ensino, como as crianças se relacionam no seu dia a dia com a televisão, bem como o papel da escola e da família na intervenção quanto ao uso adequado da televisão. É necessário ressaltar que a realidade apresentada pela pesquisa de campo é apenas uma amostra, mas importante para se captar a compreensão de um grupo de crianças e seu posicionamento diante dos conteúdos veiculados pela televisão.

2.1. Visitas, aplicação do questionário e constatações

Na primeira visita à escola, observei a forma de vestir das crianças, acessórios usados, calçados, material escolar, modo de falar e assuntos abordados em sala de aula, com a finalidade de verificar se tinham alguma relação com os conteúdos veiculados pela televisão.

A sala era composta por 33 alunos, no entanto, durante a aplicação dos questionários só havia 31, os quais foram informados sobre a natureza da pesquisa, de modo que se travou uma conversa com a turma sobre a televisão.

Assim que a conversa se iniciou, os alunos começaram a citar os programas preferidos, novelas como *Malhação*, *Carrossel*, *Salve Jorge*; filmes românticos; e desenhos animados. Uma das crianças observadas disse gostar da TV para jogar *videogame*, um menino disse não gostar de assistir à televisão e três alunos da turma disseram não gostar muito de televisão.

Quanto aos aspectos visuais observados, como o material escolar dos meninos, detectou-se que havia poucos cadernos com estampas de personagens da TV (*Dragon Ball*, *Homem de Ferro* e *Ben 10*), também havia um caderno com estampa do Palmeiras e outro do desenho animado *Carros*.

Já em relação aos materiais e acessórios das meninas, o número de personagens da televisão foi bem mais elevado. Todas as meninas tinham estampas de personagens da TV. Algumas meninas tinham cadernos, bolsas ou estojos iguais, com a capa e adesivos da Penélope Chamosa, *Barbie*, Susi, Moranguinho, *Polly*, Princesas e *Jolie*. Todas as personagens em poses sensualizadas, superproduzidas e maquiadas. No entanto, nesse momento não se notou nas meninas o uso de nenhum adereço como calçados, maquiagens ou esmaltes. Possivelmente a ausência de acessórios deva-se à exigência do uniforme escolar, composto por calça ou saia e tênis preto. Mas ainda assim elas poderiam recorrer a maquiagens e esmaltes, acessórios como brincos, pulseiras ou corte de cabelo que estivessem ligados à televisão.

Na semana seguinte, retornou-se ao campo, quando foi aplicado um questionário. Mediante a análise foi constatado que todas as crianças da referida turma residem nas mediações do centro da cidade, próximo à escola, com exceção de três que moram em bairros da periferia. Em todas as famílias, há pelo menos um membro que é assalariado e uma das famílias é dona do próprio negócio. No horário que não estão na escola, as crianças ficam sozinhas ou na companhia da mãe, do pai, irmãos (a maioria) ou avós.

Um fator que chama a atenção é que todas as crianças têm acesso à internet e algumas delas possuem televisão no quarto. Embora tenham uma condição econômica pobre, são favorecidas no sentido de serem oportunizadas pelo acesso às mídias, conforme pode ser constatado pelo questionário.

As primeiras inquietações que motivaram a pesquisa, destacadas no questionário, se referiam ao lugar de destaque da televisão. No intuito de saber onde estava localizada a televisão, foi feita uma sondagem através de um questionário envolvendo as 31 crianças, considerando o gênero, e neste, algumas crianças marcaram mais de uma opção para uma mesma pergunta, como poderá ser constatado pelo quadro abaixo e por outros que serão apresentados posteriormente.

Gênero	Feminino	Masculino
Sala	05	06
Sala e quarto dos pais	02	02
Sala, quarto dos pais e cozinha	01	0

Sala e quarto dos filhos	02	03
Sala, quarto do dos pais e quarto dos filhos	03	02
Quarto dos pais	0	03
Quarto dos filhos	02	0

Tabela 01: Parte da casa onde está localizada a televisão

No quadro anterior, observa-se que do total de 31 crianças, algumas possuem TV em mais de um cômodo da casa, apenas um pequeno número possui aparelho de televisão no quarto e a sala é o local onde essa mídia predomina em ambos os sexos. Entretanto, isso não significa que as outras crianças que não dispõem do aparelho no quarto não assistam sozinhas na sala de estar, onde fica a TV da quase totalidade das famílias.

Quando foram questionadas sobre com quem assistiam, apenas quatro meninos e quatro meninas disseram ver TV com a família. O restante mesmo que tenham televisão somente na sala, afirmaram que os pais trabalham fora restando a eles uma grande quantidade de tempo sozinho, com irmãos ou primos em idade aproximada. Há crianças que veem TV com os pais no horário noturno, cuja programação destina-se ao público adulto.

As crianças são orientadas quanto ao que pode ou não ser visto. Quando questionadas sobre a permissão dada pelos pais para ver TV, colocam que “não, eles [os pais] dizem que na televisão passam muitas coisas que não é para a gente ver.” (G³). Esta criança diz ainda que gosta de ver futebol na televisão, juntamente com seu padrasto, e que “é legal porque eu aprendo jogar assistindo”.

A aluna C. afirma que seus pais não a deixam ver tudo na TV e que mesmo quando está sozinha não assiste aos programas censurados por eles. “Eles dizem que eu tenho que assistir programas para a minha idade”, disse a aluna H., que demonstrou compreender que a interferência dos pais deve ser respeitada, pois mesmo tendo permissão para assistir até mais tarde, procura assistir aos programas informativos (sobre animais) – estes chamam muito a sua atenção.

Há ainda as crianças que, tendo liberdade de escolha, sabem o que não devem acessar. É o caso de G., que disse não gostar de ver novela “porque é chato

³ As crianças serão representadas pela primeira letra dos seus nomes para que seja preservada a sua identidade.

e tem saliência”. Porém não se devem desconsiderar as exceções daqueles que dão total liberdade à criança na escolha do conteúdo da mídia.

Grande parte das crianças, com destaque para as meninas, dedica o tempo antes de dormir a assistir à TV, sozinhas ou com adultos, e enquanto isso, algumas delas realizam outras atividades. Os meninos também assistem TV porque gostam de ver filmes de ação e futebol exibidos na TV aberta, no entanto, verifica-se que boa parte deles prefere navegar na internet por causa dos jogos *on-line*, assim justificaram. Conforme mostra o quadro abaixo:

Gênero	Feminino	Masculino
Lê ou faz as tarefas da escola	02	01
Assiste à TV com a família	03	02
Assiste à TV com a família, brinca, joga <i>videogame</i> e navega na internet	02	01
Assiste à TV sozinho (a)	05	03
Assiste à TV sozinho (a), brinca, joga <i>videogame</i> , navega na internet	02	0
Brinca, joga <i>videogame</i> e navega na Internet.	01	08
Não respondeu	0	01

Tabela 02: Atividades realizadas antes de dormir

No intuito de saber qual a programação apreciada pelas crianças, questionou-se sobre o que elas gostavam de assistir na TV e o resultado, conforme o quadro abaixo, evidenciou que as meninas se identificam mais com programas de ficção, como é o caso das novelas, enquanto os meninos se identificam com programas esportivos e filmes:

Gênero	Feminino	Masculino
Novela	07	0
Novelas, filmes e séries	03	0
Novela e desenhos animados	02	01

Filmes e séries	01	06
Documentários	01	0
Desenhos animados	0	03
Desenhos animados e publicidade	01	0
Programas esportivos	0	06

Tabela 03: Programas preferidos

Quanto à preferência das meninas por novelas, Jordan, Strasburger e Wilson (2011) apontam que as crianças quando iniciam a adolescência costumam ser fortemente atraídas pelas novelas, visto que elas são a representação de papéis sociais e é comum os adolescentes buscarem referências de modelos de conduta, ficando expostos à publicidade, que nem sempre contribui positivamente com a sua formação. Porém, os autores destacam que nem todos os adolescentes interpretam determinado conteúdo da mesma forma.

Em relação às preferências de lazer, o quadro a seguir mostra que:

Gênero	Feminino	Masculino
Estudar	0	01
Estudar, desenhar, navegar na internet	0	01
Brincar e ler	01	0
Ver televisão	02	0
Brincar e assistir televisão	03	01
Jogar <i>videogame</i>	0	03
Jogar futebol, andar de Bicicleta, fazer natação	0	03
Brincar	02	01
Brincar e navegar na internet	02	02
Navegar mais tempo na internet	02	03
Viajar	01	0
Ir ao <i>Shopping</i> comprar	02	0
Dormir	0	01

Tabela 04: Atividades que gostaria de realizar no tempo livre

Percebe-se que as opções de lazer estão ligadas a atividades realizadas em ambientes em que a televisão não está presente, como natação, andar de bicicleta e jogar futebol, no caso dos meninos; já as meninas destacam a televisão. Porém, evidencia-se a presença de outras mídias, como o computador e o *videogame*.

Nesse aspecto, Sampaio (2000), fazendo referências às pesquisas sobre a importância atribuída à televisão pelos telespectadores mirins, afirma que, embora a televisão seja a mídia mais usada pelas crianças, ela não é a preferida, pois eles preferem brincar, jogar bola com amigos e irmãos e andar de bicicleta.

Ainda segunda essa autora,

esse é um dado sugestivo que indica a necessidade de compreender o consumo da TV associado à noção do contexto social e familiar em que ele se verifica. Daí a oportunidade de operar com a noção de cotidianos específicos e compreender o consumo de mídia inserido nesse contexto. (SAMPAIO, 2000, p. 173)

O que a autora salienta é a necessidade de se compreender as especificidades dos indivíduos ou grupos investigados. Não há condições de diagnosticar a relação da mídia com crianças e adolescente de modo geral, pois há realidades diferenciadas, contextos sociais diferentes, realidade econômica e estrutura familiar que necessitam ser observadas.

Outro aspecto a frisar é que, quando questionados sobre o tempo dedicado à televisão, constatou-se que os resultados obtidos vão de encontro aos dados nacionais: a maioria das crianças, 13 meninas e 11 meninos, disse passar mais de três horas assistindo televisão. No entanto, quando citaram as atividades realizadas nas horas vagas, apenas quatro meninos mencionaram a TV, talvez porque acabam não percebendo o longo tempo que dedicam a ela. Já as meninas passam a maior parte do tempo livre vendo televisão, principalmente no horário em que as novelas são exibidas.

Os meninos assistem quando há desenhos, filmes ou esporte e como estudam no turno matutino não têm acesso aos desenhos que são exibidos pela manhã, exceto aos sábados. Além disso, não são todos os dias que há filmes sendo

exibidos. Esse motivo leva à constatação de que eles assistem menos TV que as meninas, passando a dedicar o tempo livre a outras mídias como o *videogame* e computador.

Quanto a esse aspecto, Belloni (2010) afirma que o Brasil é o país em que as crianças mais assistem à televisão. O motivo do alto nível de audiência justifica-se pelo tempo escolar reduzido, diferente de outros países. A maior parte dessas crianças é de origem humilde, tendo pouca ou nenhuma opção de lazer, restando a TV como fonte de entretenimento:

No Brasil, esses índices tendem a ser maiores. Considerando o pouco tempo que passam na escola, podemos inferir que a televisão ocupe pelo menos o mesmo tempo que a sala de aula no cotidiano da maioria das crianças, que passam mais tempo com os heróis da telinha do que com pais ou professores. (BELLONI, 2010, p. 66)

Quanto aos tipos de programas que gostariam de ver na TV, as crianças demonstraram certo grau de conformismo com o que a mídia exhibe. Muitas delas gostariam que a programação atual fosse exibida em um espaço de tempo maior, conforme se verifica abaixo:

Gênero	Feminino	Masculino
Mais filmes e séries	06	06
Novelas (A Favorita, Chiquititas e Malhação)	03	0
TV Globinho (Desenhos animados)	04	01
Mais programas esportivos	0	05
Filme pornográfico	0	03
Reality Show Infantil	01	0
Não opinou	01	01

Tabela 05: O que gostaria de assistir na TV

No quadro anterior verifica-se a preferência de algumas meninas por filmes e séries, entre os quais o mais mencionado foi o filme *A saga Crepúsculo*.

Uma menina disse querer que aumentassem o tempo da novela *Malhação* e duas outras que gostariam de assistir a rerepresentação das novelas *A favorita* e *Chiquititas*. Quanto aos meninos, que se referiram a conteúdos de ordem sexual, dois deles foram influenciados por um colega que disse em voz alta que queria ver filme pornô na TV. De certa forma, percebeu-se que os meninos pareciam querer saber sobre sexo pelo modo que riam ao ouvir os colegas se manifestarem, visto que esse assunto ainda é tratado em alguns lares como algo proibido para crianças e por isso o assunto interessa tanto a elas.

Falar sobre sexualidade é difícil para muitas pessoas e, dessa maneira, é mais fácil encontrar desculpas para não executar tal tarefa. O adulto, ansioso em prevenir doenças e problemas, dita regras, deixando de escutar as necessidades vindas das perguntas mais simples que os jovens e as crianças fazem. (PORTO, 2001, p. 162)

Como dizem Jordan, Strasburguer e Wilson (2011, p. 37), “como seria de se esperar, as mudanças físicas e hormonais associadas à puberdade vêm acompanhadas de um crescente interesse na sexualidade”. E algumas pessoas adultas receiam falar do assunto, o que leva esses jovens a manifestarem interesse no assunto de muitas formas, seja por meio de expressões verbais de ordem sexual, ou mesmo imitando modelos de comportamentos e de vestir adulto.

Visto que parece não haver um tratamento do assunto sexualidade dentro dos lares das crianças ou mesmo por parte da professora, como poderá ser observado na análise dos questionários e diálogo com a mesma, os dois quadros a seguir mostram onde as crianças da pesquisa procuram se informar sobre namoro e sexo.

Sobre namoro, conforme mostra o quadro abaixo, um número significativo de meninos diz buscar informações com amigos, seguido das meninas que citaram amigos, TV e internet como suas fontes.

Gênero	Feminino	Masculino
Mãe	01	01
Mãe, amigos e Revistas	01	0

Irmão	01	02
Professor	0	0
Amigos	03	08
Amigos, televisão e internet	03	0
Televisão	02	03
Internet	0	01
Revistas	01	0
Nenhum	03	01

Tabela 06: Com quem se informa sobre namoro

As informações sobre namoro, segundo as meninas, se resumem à questão da aparência, o que vestir, que acessórios usar para estarem mais bonitas e sobre a aparência do sexo oposto.

Em geral, meninas e meninos disseram que só é possível falar sobre namoro com amigos. Já para os que recorrem à televisão como fonte de informação, disseram que ela pode mostrar o modo correto de se conduzir um relacionamento, táticas de conquista e traições. Quanto a esse aspecto, Jordan, Strasburger e Wilson (2011) destacam que a ausência do tratamento do assunto sexualidade pela sociedade favorece a busca pelos adolescentes dessas informações nas mídias.

No que se refere aos assuntos de ordem sexual a situação não é diferente:

Gênero	Feminino	Masculino
Mãe	02	0
Pais, amigos e Revistas	01	01
Irmão	01	01
Amigos e pesquisa na internet	0	03
Amigos	02	06
Amigos e Revistas	04	0
Revistas	02	01
Internet	0	03
Professor/Livros de ciências	03	01

Tabela 07: Com quem se informa sobre sexo

Percebeu-se pelo quadro acima que boa parte das meninas e dos meninos recorre a outras fontes que não seja a família para se informar sobre sexualidade, mas nenhum deles destaca a TV como fonte de informação. Os meninos disseram recorrer principalmente aos amigos, à Internet e às revistas. Ressalta-se aqui que os amigos dessas crianças estão nas mesmas condições que elas, têm a mesma idade e, portanto, o mesmo nível de conhecimento do assunto.

2.2. O uso da TV pelas crianças

Percebeu-se que algumas crianças trocavam ideias enquanto respondiam aos questionários, o que influenciou algumas respostas. Então se viu a necessidade de acrescentar uma terceira etapa da pesquisa de campo, a da entrevista semiestruturada, realizada individualmente e na própria sala de aula, com 5 meninos e 5 meninas.

Algumas questões do questionário foram novamente usadas e novas indagações surgiram mediante as respostas obtidas pelo questionário. Foi perceptível a dificuldade das crianças para justificar suas respostas, quando indagadas sobre o porquê de determinadas preferências. As respostas eram vagas, com expressões do tipo “sim”, “porque sim”, “não sei dizer”, “porque é bom”; algumas riam ou ficavam em silêncio. Mas não pareciam tímidas, elas fizeram questão de serem entrevistadas, acharam a situação divertida.

Nas entrevistas elas confirmaram que gostavam da mesma programação citada nos questionários, exibidas pelo SBT e pela Rede Globo, com exceção de duas meninas que disseram assistir também à TV por assinatura, em que destaca uma série (*Viollata*), destinada ao público adolescente, exibida na TV por assinatura. Além desses programas, eles assistem a filmes e desenhos no aparelho de DVD.

O acesso à Internet também foi mencionado por todos os entrevistados, que disseram acessá-la em casa: as meninas acessam as redes sociais e os meninos acessam jogos, filmes e redes sociais. Apenas uma das crianças disse usar TV e Internet em tempo igual; as demais, embora prefiram a Internet ou as duas mídias, costumam ficar mais tempo vendo TV.

Embora todas as crianças tenham acesso à Internet, há problemas na velocidade da mesma, como se pode verificar na fala de K: “Não é muito boa... às vezes o *modem* cai” e de H. que diz que navega pouco na Internet porque o computador é usado como instrumento de trabalho do seu pai e, além disso, a programação da televisão chama mais a atenção deles. P.H. foi o único que disse preferir e usar mais o computador, porque segundo ele, “(...) tem Internet, aí dá para entrar no *Facebook* e ver vídeo de futebol”. Quanto a esses aspectos, Belloni (2010) destaca:

É preciso lembrar que o uso do computador e da internet não aboliu, longe disso, a frequência à televisão, a escuta da música ou o amor aos *videogames*. Ao contrário, o computador se acrescenta às mídias já existentes em casa, fornecendo novos meios de jogar jogos antigos e/ou descobrir coisas novas. Na verdade, o computador funciona como um suporte técnico mais sofisticado das mídias precedentes: pode-se assistir a filmes, ouvir música, jogar e até ler livros na mesma máquina. (BELLONI, 2010, p. 118 e 119)

No que se refere ao lazer e ao entretenimento, o aluno C.E. disse: “A gente brinca de várias coisas, tipo se fosse, assim, celebridades, assiste televisão, *videogame*, mexe no computador (joga), aí tem vez que eu vou dormir na casa deles [amigos], a gente assiste filmes à noite” (de ação e desenhos). Mesmo quando questionado sobre as atividades que escolheria fazer se tivesse esse poder, verifica-se na fala do referido aluno que a sua preferência se limita a atividades realizadas dentro de casa, tendo mídias como fontes de diversão, embora também tenha dito que brincava de contar história:

Se pudesse escolher faria o que nos momentos de lazer?
Eu iria dormir na casa do meu amigo que às vezes é a melhor coisa que eu faço, porque lá eu jogo, navego na internet, aí à noite a gente brinca também de contar história.

Percebe-se que nesse caso o garoto parece seduzido pelos recursos disponíveis, ele parece ignorar outras formas de diversão, nem mesmo o futebol foi mencionado como atividade realizada ou desejada, considerando que a maioria das

crianças do sexo masculino, mesmo quando não possui espaço para o esporte, o citam como uma prática que gostariam de realizar.

Entre as meninas, destaca-se semelhantemente o caso de K., cuja narrativa demonstrou que a sua rotina diária parece estar baseada na programação da TV (novelas). Quando questionada sobre o que faz à tarde, momento em que não está na escola, ela descreve:

Assisto à novela (Da cor do pecado), durmo no horário da Sessão da Tarde e acordo na hora da Malhação, vou para o computador (quando termina a novela Malhação), assisto Carrossel (ao mesmo tempo em que navega na Internet).

A menina disse ficar em casa à tarde com a irmã e a prima, podendo escolher a programação, visto que a única restrição feita por seu pai é referente ao horário de dormir, aconselhando a filha a dormir cedo.

Em situação semelhante vive a aluna E. Segundo ela, os pais a deixam assistir a tudo; o que não pode é ver TV até tarde, porque tem que ir à escola logo pela manhã. A menina tem acesso livre à programação diurna e noturna e como seus pais trabalham fora, ela fica em casa aos cuidados da avó e na companhia de irmãos e primas.

Durante a entrevista duas meninas chamaram a atenção porque além de citarem novelas como programas de interesses evidenciaram as suas personagens favoritas e o porquê da preferência. A aluna T. disse que gostava de assistir à novela *Viолleta*. Quando perguntei o porquê da preferência pela personagem ela disse:

Porque eu acho ela bonita.
O que você acha bonito nela?
O cabelo e os olhos dela.
E o que você acha que é preciso para uma mulher ser bonita?
Assim, ter um cabelo liso, ter os olhos claros.
Então quer dizer que você não gosta dos seus cachinhos?
O meu não é bonito (risos), ser elegante, ter roupas bonitas e se maquiar bastante.

Já dito que, quanto aos aspectos da valorização da aparência física, Afonso (2004), Borges (2004), Kilbourne e Levin (2009) e Belloni (2010), colocam que a mídia tem forte poder de criar e disseminar modelos padronizados de beleza que poderão influir na construção das representações de crianças e adolescentes.

Quando perguntei a T. do que ela gostava de brincar, ela disse que de boneca, mas não como mãe delas: “Ah eu faço roupinhas para elas, tem vez que eu brinco de estilista, arrumo o cabelo dela”. A aluna L. também disse que gostava de brincar com a *Barbie*:

(...) é, eu acho que dependendo da idade, da minha idade eu acho que a gente compra já essas bonecas mais adultas, eu acho que é o instinto, instinto da adolescência, sei lá, a gente se inspira naquelas bonecas e quando é menor quer bonecas em forma de bebê, quer tomar conta, porque a gente vê a nossa mãe e quer ser igual.

Verifica-se que as duas meninas mantêm comportamentos infantis como brincar de boneca, mas elas temem ser tratadas como tal, de modo que justificam a brincadeira como um ensaio para a vida adulta; elas querem ser criança, mas se sentem no dever de apresentar comportamentos de pessoas adultas, porque são esses modelos que lhes são apresentados.

Já quando ela disse assistir à novela *Salve Jorge*, justificou que gostava da personagem Morena e começou sua fala valorizando também os aspectos físicos da personagem, mas acrescentou que assiste à novela porque tem curiosidade de saber o que vai acontecer com a Morena.

Da novela *Carrossel*, também foi citada a personagem Valéria por outras três meninas, no entanto, elas justificaram apenas usando palavras como “legal” e “divertida”. O que se nota é que a personagem da novela é bastante popular tendo muitos amigos e até um namorado, embora seja ainda uma criança iniciando a pré-adolescência. Sendo assim, a preferência pela personagem talvez seja decorrente da imagem que ela representa.

A referência que essas crianças têm é de modelos adultos, modelos desejáveis. Elas assistem e representam no faz de conta condutas que são de pessoas adultas, porque essa é a realidade que lhes é apresentada: as bonecas e as atrizes são adultas, ditas como perfeitas.

E se você pudesse ser um personagem da Novela, qual seria?

Da novela? Sei lá, a própria Morena mesmo.

Por que a Morena?

Por causa da história de superação; no último capítulo eles colocaram as coisas dela pra fora por dificuldade financeira, aí ela foi pra Turquia pra conseguir dinheiro pra ajudar a família, aí a gente leva essas coisas como um exemplo de vida pra estar cada dia melhorando.

O que se percebe é que as meninas ficam bastante envolvidas com os enredos das novelas, elas se identificam, já que buscam referências do que querem ser no futuro. “Mais que nunca, crianças e adolescentes encontram nas mensagens das mídias os valores, símbolos, mitos e ideais com os quais vão construir suas identidades, seus mundos sociais e culturais” (BELLONI, 2010, p. 88 e 89).

No entanto, tais evidências não podem ser consideradas verdades inquestionáveis, pois como destacam Pinto (2000), Jordan, Strasburger e Wilson (2011), mesmo a TV sendo um recurso midiático sedutor, diante da apresentação de valores, símbolos e mitos, não se pode deixar de considerar que a criança não é totalmente passiva às mensagens e conta também com outros fatores mediadores como a família, a escola e a igreja (Borges, 2004).

2.3. O uso da TV na sala de aula

Trata-se de analisar o papel da educação escolar mediante o cenário em que a televisão adquire papel de destacável importância para crianças e adolescentes, considerando que a televisão, pelo seu poder de divulgar informações, tem exigido do ambiente escolar uma renovação de sua didática pedagógica.

Sendo assim, no intuito de saber como está a prática da professora no que se refere ao uso da mídia televisiva na sala de aula e como ela tem repercutido na aprendizagem da turma, utilizou-se um questionário e também foi realizada uma entrevista.

Na entrevista, começou-se perguntando se, na opinião dela, a televisão exerce influência em determinados comportamentos das crianças. Ela disse: “Acredito, [que a TV influencia], pois a televisão mostra todos os aspectos da vida e

dependendo do que assistem se não houver um controle dos pais, a maioria imita, pois acham bonito”.

Embora a professora reconheça o poder de influência que a TV pode exercer sobre a criança e a importância da mediação do adulto, a docente se isenta, juntamente com a escola, do seu papel de mediadora, afirmando que essa responsabilidade cabe aos pais.

Entende-se que o que falta aos educadores é uma capacitação adequada para instruí-los sobre o seu papel enquanto mediadores que favoreçam a reflexão do aluno sobre a programação da TV, ou mesmo em como usar essa mídia na sua prática didática como um recurso de enriquecimento da aprendizagem da sua turma. Diante de tais apontamentos, os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) destacam:

Na realidade brasileira, ainda é bastante comum os professores terem pouca familiaridade com computadores e não reconhecerem nos recursos mais tradicionais – televisão, rádio, videocassete, etc. – suas potencialidades como instrumentos para incrementar as situações de aprendizagem na escola. Esse fato muitas vezes determina práticas pouco inovadoras e explica algumas dificuldades na implantação de propostas incluindo a tecnologia na escola. (BRASIL, 1998, p. 154)

Além disso, os PCNs destacam que a programação diária da TV (desenhos, novelas e filmes), que aparentemente não se constituem formas de aprendizagens significativas para as crianças e adolescentes, podem e devem fazer parte das práticas pedagógicas dos professores; estes devem promover para seus alunos situações de aprendizagem por meio da problematização dos conteúdos apresentados. Assim a criança observa, analisa e reflete de forma crítica sobre determinados conteúdos.

Destaca-se, dentro da perspectiva apresentada, a importância de uma abordagem sobre a programação mais assistida por eles, como os programas de entretenimento, novelas e filmes, a fim de se fazer uma mediação da recepção/interpretação do aluno e isso “(...) exige do professor conhecer a relação entre aluno e TV” (BRASIL, 2001, p.18).

Assim, além de perceber o que o aluno tem assistido em casa, o educador pode também travar discussões sobre o teor daquela programação,

possibilitando um ambiente de discussões e reflexões sobre as abordagens televisivas, sem desconsiderar, no entanto, as opiniões iniciais dos alunos, que em alguns casos possuem a capacidade de se posicionarem de maneira crítica. “As crianças querem entender a televisão e, se não conseguem, elas param de assistir” (JORDAN; STRASBURGER; WILSON, 2011, p. 122). Nessa perspectiva, as crianças, na idade em que se encontram (10 anos), usam suas habilidades cognitivas não sendo totalmente passivas ao que assistem.

No entanto, na pesquisa de campo, se percebeu que a maioria dos alunos não consegue identificar, na programação convencional, o teor educativo. Esse fator pode ser reflexo da ausência do uso da TV na prática docente ou possivelmente de uma mediação/intervenção da família.

Grande parte das crianças da pesquisa, ao ser questionada sobre o que pensa sobre o uso da televisão na sala de aula, apresentou um pensamento negativo em relação à TV. Elas disseram que ela pode atrapalhar a aula, gerar bagunça e ser ruim. Além dessas colocações, as meninas mencionaram que: “Eu penso que aula não é lugar de ver TV, é lugar de estudar e aprender” (H). Do mesmo modo se referiu outra aluna: “Eu acho bem legal, mas acho importante o uso dos livros, pois quando estamos na escola estamos desligados da TV.” (L); e ainda: “Eu acho que deve atrapalhar a aula” (V).

Igualmente os meninos expressaram suas opiniões: “Eu penso que se a professora botar televisão na sala todo mundo não vai prestar atenção” (V). “Que fazer as tarefas e estudar é melhor que assistir televisão” (G). “Eu acho que os alunos não aprendem nada” (J).

A partir das colocações dos alunos, pode-se concluir que o posicionamento deles se deu de forma negativa em relação à presença da televisão na sala de aula, o que pode ser reflexo da ausência do uso dessa mídia pelo educador como um recurso a mais na sua prática educativa, conforme pode ser constatado pelo questionário e pela entrevista aplicados à professora.

Quanto aos que aprovam o uso da televisão na sala de aula, tanto os meninos quanto as meninas, levam em consideração o lado divertido da televisão. Apenas uma criança mencionou ser interessante o uso da TV no sentido de integrá-la aos conteúdos trabalhados em sala de aula. “Seria legal assistir coisas baseadas nas aulas” (T). A ideia da aluna deve ser parte integrante de uma prática educativa

fundamentada na incorporação do uso de recursos tecnológicos que fazem parte da realidade dos alunos no dia a dia.

Nesse aspecto, Carlsson e Feilitzen (1999) discutem que o acesso que as crianças têm à mídia fora da escola constitui-se como um desafio para o ambiente escolar, que se mostra resistente na incorporação e na própria reflexão da função desta. “As crianças não devem ser colocadas numa posição tal que tenham de se adaptar à escola; a escola é que deve estar em dia com as capacidades tecnológicas de seus alunos” (CARLSSON; FEILITZEN, 1999, p. 39)

Considerando as respostas da professora, percebeu-se uma contradição na fala da mesma quando foi questionada sobre o uso da televisão em suas aulas e a reação dos alunos. A pergunta era: Você já usou (usa) a televisão como um recurso pedagógico? Qual foi a reação dos alunos? “Sim, satisfação, alegria, por ser uma aula diferente” (Professora L.).

Durante a entrevista, entretanto, a professora comentou que utilizou a TV uma única vez durante todo o ano de 2012. Essa atividade foi realizada junto com outra turma, também do 5º ano, em uma única sala, com a finalidade de assistir a um filme, mas sem um planejamento adequado, conforme se infere da colocação da professora. Além disso, devido à grande quantidade de alunos e conversas paralelas, não houve possibilidade de se obter o aproveitamento desejado. Mais uma vez se ressalta a resistência da professora em recorrer às tecnologias, visto que ela não buscou criar outras situações para utilizar a TV como um apoio à suas aulas.

O ambiente escolar deveria incorporar a televisão e as outras mídias, pois fazem parte do cotidiano de crianças e adolescentes, podendo tornar as atividades escolares mais dinâmicas e significativas. Penteado (1991) explica que a escola, pelo seu modo didático de trabalhar os conteúdos, alguns descontextualizados ou sistematicamente organizados e produzidos por procedimentos científicos, desperta menos atenção que a televisão, porque ela apresenta conteúdos da atualidade e conhecimentos do dia a dia do aluno de forma contextualizada.

Outra questão é a desatenção da professora em relação às atitudes e conversas de seus alunos no que se refere às mídias eletrônicas. Diz que percebe, mas não cita exemplos, mostrando que não havia parado para observar tais questões, nem mesmo no que se refere às preferências televisivas deles.

Em suma, parece que a professora reconheceu as influências da TV apenas no momento da pesquisa; possivelmente, ela pode estar focada em outras necessidades mais urgentes como cumprir adequadamente seu planejamento. Nesse sentido,

a escola tradicional, pelo modo como vem caminhando, não quer estabelecer uma relação com a TV. Muitas temáticas interessantes que surgem na televisão e que poderiam ser discutidas na escola, na maioria das vezes não o são, pois encontram o obstáculo, não dos alunos, mas sim dos professores. Com isso a vida cotidiana do aluno fica de um lado, o qual se relaciona com a TV e de outro lado (oposto) temos a vida artificial do aluno, que se relaciona com o processo escolar, uma vez que seus conteúdos são fechados e sem relação com a sua vida. (TIZZEI, 2004, p. 35)

Há de se considerar que a dedicação da professora em cumprir um cronograma de aulas, faz parte da condição em que se encontra boa parte do corpo docente dos ambientes educacionais públicos da realidade brasileira, habituado a planejar aulas baseadas exclusivamente no livro didático, parecendo não reconhecer outro recurso.

Por outro lado, a professora percebe os acessórios usados pelos seus alunos, que fazem alusão à mídia. Ela cita roupas, calçados, brincos, celulares, anéis e relógios, mas percebeu-se que sua resposta pode ter sido influenciada pelo olhar da pesquisadora, que no momento inicial da pesquisa havia sido questionada pela própria professora sobre sua percepção em relação à presença de objetos da televisão de propriedade das crianças.

Quando respondeu ao questionário sobre as dúvidas de seus alunos em questões de ordem sexual, a professora colocou que não havia esse tipo de abordagem, entendendo que se trata da orientação sexual dos alunos. A questão foi esclarecida na entrevista e alargada para aspectos como vestimentas, moda, namoro, sexo e consumo. Então, a professora disse: “Ainda não vi nenhuma conversa relacionada a nenhum desses aspectos, mas tem um menino que fala que tem uma namorada”. Quando questionada sobre a ausência de pais e educadores em oferecer as respostas apropriadas às crianças no que se refere à sexualidade, e a busca dessas crianças por maiores esclarecimentos na mídia, a professora apenas afirmou: “creio que por curiosidade e por falta de informação”.

Entretanto é preciso lembrar que tais práticas não dependem apenas do professor, pois há também um sistema educativo envolvido que engloba coordenadores e assistência pedagógica. Segundo Brasil (2001), além disso, têm-se os governos responsáveis pela manutenção e colocação de recursos tecnológicos nas escolas, tais como a TV Escola, preconizada pelo I Plano Nacional de Educação - PNE (2001-2010), que também recomendava treinamentos que orientassem professores a utilizar sistematicamente a TV Escola, as redes de televisão e rádio educativas e o computador. Todos esses agentes são importantes na efetivação de práticas fundamentadas no uso das ferramentas tecnológicas.

Nessa direção, Belloni (2010) evidencia a necessidade de renovação dos sistemas educacionais, no que diz respeito à busca por formação adequada de professores para atender às novas demandas educacionais de seus alunos. Diz a autora: “Tais cenários de mudanças exigem, no mínimo, uma renovação dos sistemas escolares, a fim de torná-los capazes de responder às demandas e necessidades das novas gerações e da sociedade de modo geral” (Belloni, 2010, p. 326). A escola, nesse sentido, deve constituir-se em um ambiente desafiador, que instiga o aluno a pensar e refletir, partindo de problemáticas do seu dia a dia, nas quais há presença marcante da televisão:

Partimos do pressuposto de que é urgente integrar essas mídias (televisão, computadores, redes telemáticas) no cotidiano escolar, para que a escola esteja em sintonia com as demandas da sociedade, na qual elas, as mídias, já estão bem integradas no cotidiano do mundo do trabalho, do lazer das interações pessoais, isto é, no mundo vivido dos estudantes de todas as idades. (BELLONI, 2010, p. 130)

Belloni (2010) também destaca a urgência no desenvolvimento de ações educativas voltadas para aprendizagens significativas que favoreçam o uso da mídia de forma crítica e criativa pelas crianças e adolescentes:

Nesse contexto, é preciso ressaltar a importância e a urgência de políticas e ações de mídia-educação em sua dupla dimensão de *objeto de estudo*, perpassando todas as disciplinas, e de *ferramenta pedagógica*, permitindo aprendizagens mais significativas e sintonizadas com os mundos sociais e culturais da infância e da adolescência (BELLONI, 2010, p. 60).

Não se trata apenas de integração, mas do uso adequado e qualificado para que a criança faça o uso correto de tais recursos midiáticos, especialmente da televisão, disseminadora de ideologias inspiradas em contextos específicos, que carecem ser averiguadas em profundidade maior. A junção mídia-educação poderá se constituir como caminho e instrumento adequado, oportunizando ao aluno desenvolver uma aprendizagem rica dos conteúdos escolares e conseqüentemente dos mundos sociais.

Mesmo na ausência da mídia na escola, o professor pode travar discussões, embasado nas preferências de seus alunos, sobre o que mais gostam de assistir, pois crianças e adolescentes assistem aos conteúdos com os quais se identificam. Então, conhecer suas preferências significa perceber as temáticas de seu interesse e se houver possibilidade, integrar tais temáticas aos conteúdos escolares pode favorecer a significação dos conteúdos para o aluno.

Considerações finais

Neste estudo, motivado pela busca da compreensão da atuação da televisão no processo de socialização das crianças, foi necessário, em primeiro lugar, olhar para a complexidade que envolve a temática. Por esse olhar constatou-se a necessidade de um estudo em volta da relação criança – televisão e o papel da educação escolar, mediante a propagação intensiva dessa mídia no cotidiano infantil, uma vez que a interação criança – televisão perpassa o ambiente familiar e penetra no ambiente escolar, o que exige dos educadores um posicionamento diante de tal situação.

Entende-se que as mídias, com destaque para a televisão, têm se constituído como uma nova agência de socialização infantil. Junto com a família, a escola, a igreja e o Estado, a televisão tem adquirido considerável significância, fator que tem ocasionado inquietações de pais e educadores quanto à apresentação de seus conteúdos, já que a TV é tida como uma forma de entretenimento quando as crianças não podem participar de outras atividades de lazer, por questões financeiras, ou quando devem ser ocupadas enquanto os pais dedicam-se a suas tarefas de rotina de trabalho.

A televisão, no contexto familiar, possui caráter diferenciado ao da escola, porque em casa ela costuma ser percebida como uma forma de entretenimento, desconsiderando-se, na maioria dos casos, o seu potencial educativo que é delegado à escola. No entanto, conforme a sala de aula pesquisada, a professora demonstrou resistência em aderir à televisão como uma ferramenta pedagógica de apoio, posição que talvez represente a de muitos educadores que têm dificuldade de lidar com as novas mídias em sala de aula.

Os motivos seriam a falta de capacitação de grande parte dos educadores, que estão acostumados com práticas educativas voltadas para o livro didático. Por isso, torna-se desconfortável ter que planejar aulas usando a TV como um recurso pedagógico. Além disso, há também a falta de maior empenho para efetivação de políticas educacionais que preconizam o uso sistemático da televisão, vídeo, rádio e computador como instrumentos pedagógicos de grande importância.

De qualquer forma, percebe-se que a televisão pode influenciar no comportamento das crianças, seja na família, seja na escola, inclusive com conteúdos de ordem sexual ou de incentivo ao consumo, que podem favorecer comportamentos precoces ou de imitação, pois a criança necessita de modelos sociais para construir seu desenvolvimento sociocultural.

Na análise dos dados, observa-se que há uma possível influência da programação televisiva na conduta das crianças, tendo algum reflexo na construção do seu comportamento. Verifica-se a ausência da família como mediadora e questiona-se a sua responsabilidade, mas também não se fecha os olhos para a condição socioeconômica da maioria dos pais desta pesquisa, que têm que se ausentar de casa para garantir a sobrevivência dos filhos, e por essa razão, não acompanham plenamente a rotina diária deles.

Alguns pais colocam restrições para que o filho não assista à programação noturna, tendo como justificativa a de que determinados programas não são para a sua idade. Mas a ausência de uma intervenção mais específica e clara da família, inclusive de um maior diálogo sobre questões de sexualidade, pode justificar a busca das crianças por programas televisivos que respondam às suas indagações e curiosidades.

Em termos de legislação, observa-se que há algumas leis voltadas para a proteção da criança, que tentam controlar sua exposição à publicidade abusiva, a qual pode levar ao consumismo, distorção da realidade e, conseqüentemente, à erotização precoce. Entretanto, essas leis não garantem proteção integral, principalmente no que diz respeito à publicidade, que é base da programação diária da TV aberta.

Ainda assim, é importante frisar que a existência de leis de amparo à criança e ao adolescente contribui no sentido de mostrar às mídias que elas devem atuar com cautela, tendo cuidado para não abusar do seu poder de convencimento, visto que algumas crianças podem sofrer influências negativas.

Em resumo, a partir deste estudo, constatou-se que o papel da família e da escola não é simplório ao se tratar da mídia televisiva e do interesse que ela desperta no público infantil. Em meio a toda essa complexidade, a família tem o papel de acompanhar e conhecer os gostos televisivos da criança. Já a escola tem um papel social de integração dessa mídia e de tantas outras em sua prática, porque a televisão é parte do cotidiano infantil.

Com base nesse olhar, verifica-se que é preciso desenvolver pesquisas e projetos que possam contribuir para ampliação da visão da família e da escola, no sentido de perceber as mídias, com destaque para a televisão, como agências de presença marcante no cotidiano de crianças e adolescentes. É preciso também investir na qualificação dos profissionais da educação (diretores, coordenadores, professores etc.), para que eles possam entender os processos de interação e de desenvolvimento infantil mediante a exposição midiática. A conscientização do profissional da educação é um pilar importante para a descoberta do papel da televisão e atuação junto à criança e à família, que vivem em um ambiente cercado pelas mídias.

Referências

- ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e sons: a nova cultura oral**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- BELLONI, Maria Luiza. **Crianças e mídias no Brasil: cenários de mudança**. Campinas: Papirus, 2010.
- BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: Introdução aos Parâmetros Curriculares Nacionais**. Brasília: MEC/SEF, 1998.
- BRASIL. **TV na escola e os desafios de hoje: Curso de Extensão para Professores do Ensino Fundamental e Médio da Rede Pública UniRede e Seed/MEC**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal/Subsecretaria de Edições Técnicas, 2007.
- BUCCI, E; KHEL, M. R.
Videologias: ensaios sobre a televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer**. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.
- CORSARO, William A. **Sociologia da Infância**. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- FREITAS, Marcos Cezar de (Org.). **História Social da Infância no Brasil**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. 3. ed. Campinas: Alínea, 2003.
- JORDAN, A. B.; STRASBURGER, V.C.; WILSON. B. J. **Crianças, adolescentes e a mídia**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2011.
- PEREIRA-JUNIOR, Luis Costa (Org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Editora Senac, 2002.
- KISHIMOTO. Tizuko Morchida (Org.). **Jogo, brinquedo, brincadeira e a educação**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. 8. ed. São Paulo: Paz e terra, 2011.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MORAIS, Regis de. **TV e educação: entre o caos e o horizonte**. São Paulo: Alínea, 2009.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar a televisão na sala de aula**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PENTEADO, Heloísa Dupas. **Televisão e Escola: conflito ou cooperação?** São Paulo: Cortez, 1991.

PINTO, Manuel. **A Televisão no Cotidiano das Crianças**. Distrito de Braga: Afrontamento, 2000.

PORTO, Tânia Maria Esperon (Org.). **Saberes e linguagens de educação e comunicação**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária – UFPel, 2001.

RIBEIRO, Marcos (Org.). **Educação sexual: novas idéias, novas conquistas**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1993.

SABATOVSKI, Emillio (Org.). **LDB: Lei 9.394/96, Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. 2.ed. Curitiba: Juará, 2012.

SADER, Emir; GENTILI, Pablo. **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado Democrático**. 11ª reimp. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

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

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias**. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2006.

VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

Páginas da internet

AFONSO, Alessandra. **A exposição do corpo infantil e adolescente pela mídia impressa**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Campinas: Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, 2005. Disponível em:

<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000360046>. Acesso em: 12 out. 2012.

BORGES, E. M. **Identidade e resistência**: as crianças e as representações de corpo e sexualidade. Tese (Doutorado em Educação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade de Campinas, 2004. Disponível em: <http://cutter.unicamp.br/document/?code=vtls000340114>. Acesso em: 20 out. 2012.

BRASIL. **Cartilha do Consumidor**. Disponível em: <http://www.procon.al.gov.br/legislacao/cartilhadoconsumidor.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2012.

BRASIL. **Código de Menores**. Disponível em: http://www.mp.sp.gov.br/portal/page/portal/cao_infancia_juventude/legislacao_geral/lzeg_geral_federal/LEI_6697_79.HTM. Acesso em: 10 dez. 2012.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 13 fev. 2013.

BRASIL. Lei n. 10.172/2001. Institui o Plano Nacional de Educação. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/pne.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2013.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. 7. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2010. Disponível em http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/785/estatuto_crianca_adolescente_7ed.pdf?sequence=10. Acesso em: 24 mai. 2013.

BRASIL. **Orientação Sexual**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro102.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2013.

BONADIA, Vanessa Cristina. **A construção histórica da concepção de infância**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, 2006. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000390134>. Acesso em: 12 out. 2012.

BUCKINGHAM . David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: edições Loyola, 2007. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=24HvrpE1bdMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 12 out. 2012.

CARLSSON, Ulla e FEILITZEN, C. Von (Orgs.). **A criança e a mídia**: imagem, educação e participação. São Paulo: Cortez, Brasília: UNESCO, 1999. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001278/127896por.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2012.

Pereira – Junior, Costa. (Org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. São Paulo: Editora Senac, 2002. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=XWn0BsA1IHAC&printsec=frontcover&hl=pt->

BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 22 Agost. 2013.

CRIANÇA: A ALMA DO NEGÓCIO. Direção de Estela Renner. Brasil: Maria Farinha Produções, 2008. Documentário (49min05seg), colorido. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=49UXEog2fl8>. Acesso em: 24 jun. 2013.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso:** mídia e produção da subjetividade. Tese (Doutorado em educação). Rio Grande do Sul: Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10281>. Acesso em: 28 dez. 2012.

_____. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e pesquisa**, São Paulo, V. 28. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/19240>. Acesso em: 28 dez. 2012.

_____. **O mito da sala de jantar:** leitura interpretativa do discurso infanto-juvenil sobre televisão. 2. ed: Movimento, 1993. Disponível em: http://www.ufrgs.br/nemes/Livro_Mito.pdf. Acesso em: 28 dez. 2012.

GIFFIN, Karen. Violência de gênero, sexualidade e saúde. **Caderno de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, n. 10, suplemento 1, 1994. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v10s1/v10supl1a10.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2013.

GÓMEZ, Guilherme Orozco. **O telespectador frente à televisão:** uma exploração do processo de recepção televisiva. Disponível em: <http://teoriacom.files.wordpress.com/2008/08/04-guillermo-orozco.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2012.

KILBOURNE, J.; LEVIN, D. E. **A Infância perdida:** como orientar nossas crianças na era da sexualidade precoce. São Paulo: Gente, 2009. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=-DpVFABjYiIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 set. 2012.

LALO, Laurindo. FILHO, Leal. **A TV sob controle:** a resposta da sociedade ao poder da televisão. São Paulo: Samus, 2006. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=3SAkAgnT9XEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 dez. 2012

NEVES. Carmen Moreira de Castro. **Tecnologias audiovisuais:** TV e vídeo na escola. 133p. Coletânea de textos. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/3sf.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2013.

MARINZEK, Angélica Joana Alves. **A concepção de infância na sociedade de consumo:** influência da mídia. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, 2004. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000330084>. Acesso em: 23 nov. 2012.

PACHECO, Elza Dias. **Televisão, criança, imaginário e educação: dilemas e diálogos.** São Paulo: Papyrus, 1998. Disponível em: <http://elza-pacheco.comprar-livro.com.br/livros/1853080506/>. Acesso em: 20 agost. 2012.

____ PACHECO. Elza Dias (Org.). **Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil.** São Paulo: Edições Loyola, 1991. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=QKSSua-YwmgC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03 agost. 2012.

PASSONE, Eric Ferdinando. **Políticas sociais de atendimento a infância e juventude: o caso da Fundação Abrinq.** Dissertação (Mestrado em Educação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, 2007. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000416597>. Acesso em: 24 nov. 2012.

Publicidade e consumo infantil. **Ver TV.** TV Câmara. Brasil, 2009. Entrevista (37min16seg), colorido. Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=D4K_DI2vCvw. Acesso em 24 mai. 2013.

PUGLIERE. Carolina Maria. **A mídia televisiva e a influência no consumo infantil: mercadoria de urgência para o insaciável mercado da novidade.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, 2010. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000785420&opt=4>. Acesso em: 23 nov. 2012.

RIBEIRO, Cláudia Regina. **Gênero e sexualidade na escola: relato de uma educadora.** Disponível em: http://www.cienciaemtela.nutes.ufrj.br/artigos/Ribeiro_2008_1.pdf. Acesso em: 07 jan. 2013.

SANTO, P. E. Sexualidade e imprensa. **Revista Brasileira de Sexualidade Humana.** São Paulo, v. 11, jun-jul, 2000. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/34674713/REVISTA-BRASILEIRA-DE-SEXUALIDADE-HUMANA-4-1>. Acesso em: 20 dez. 2012.

TIZZEI. Paula Pondian. **A televisão no cotidiano escolar: um recurso pedagógico e um objeto de estudo.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação). Campinas: Faculdade de Educação da Universidade Federal de Campinas, 2004. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000330049>. Acesso em: 27 set. 2012.