

Mônica Monteiro da Costa Boruchovitch

**“A programação infantil na televisão
brasileira sob a perspectiva da criança”**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA
Programa de Pós-Graduação em
Psicologia Clínica

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2003

Mônica Monteiro da Costa Boruchovitch

**“A programação infantil na televisão
brasileira sob a perspectiva da criança”**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica do Departamento de Psicologia do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio.

Orientadora: Prof^a Solange Jobim e Souza

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2003

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da autora, da orientadora e da universidade.

Mônica Costa Boruchovitch

Graduou-se em Ciências Econômicas na UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 1987. Exerceu a profissão trabalhando nas Organizações Globo na área tributária e posteriormente foi responsável por relacionamento com investidores internacionais. Participou de cursos de especialização na University of Michigan Business School na área de gestão de negócios.

Ficha Catalográfica

Boruchovitch, Mônica Monteiro da Costa

A programação infantil na televisão brasileira sob a perspectiva da criança / Mônica Monteiro da Costa Boruchovitch; orientador: Solange Jobim e Souza. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Psicologia, 2003.

120 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Psicologia.

Inclui referências bibliográficas.

1. Psicologia – Teses. 2. Televisão. 3. Criança. 4. Programação infantil. 5. Audiência infantil. I. Souza, Solange Jobim e II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Psicologia. III. Título.

CDD: 150

Mônica Monteiro da Costa Boruchovitch

**“A programação infantil na televisão
brasileira sob a perspectiva da criança”**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica do Departamento de Psicologia do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profª Solange Jobim e Souza
Orientadora

Departamento de Psicologia – PUC-Rio

Profª Vera Maria Ramos de Vasconcellos
Departamento de Psicologia - UFF

Prof. Bernardo Jablonski

Departamento de Psicologia – PUC-Rio

Prof. Jürgen Heye

Coordenador Setorial de Pós-Graduação
e Pesquisa do Centro de Teologia e
Ciências Humanas – PUC-Rio

Rio de Janeiro, / /2003

Dedicado à todas as crianças que, por qualquer motivo, não poderão lembrar de uma infância de risos, brincadeiras e falta de preocupações.

Agradecimentos

Ao Ronaldo, companheiro de muitas horas que compartilhou, e muitas vezes tornou possível transformar em realidade, muitos de meus sonhos. E por sua fé infinita na igualdade e na honestidade.

Às nossas filhas, razão de tudo o que fazemos de 1998 para cá.

À Thali, que com seu sorriso me mostra a cada dia novas possibilidades de enxergar o mundo.

À Melissa, que precisou dividir com esta dissertação seus primeiros dias comigo e que com sua terna presença renova minhas esperanças de um mundo melhor.

Aos meus pais, que me ensinaram as coisas mais importantes que aprendi na vida: que todos os seres humanos são iguais e, portanto, merecem igualdade de tratamento e de oportunidades e que devemos lutar pelo que acreditamos.

À professora Solange Jobim, por ter acreditado quando quase ninguém acreditava.

À CAPES por necessário auxílio.

Ao Gamba, talentoso pesquisador amigo de longa data que acabei de conhecer, onde o tempo faz pouca diferença.

Ao Roberto Pinheiro, Carminha, Ana Luiza, Letícia e Arthur que abriram portas, viabilizando as entrevistas e o trabalho de campo.

Resumo

Boruchovitch, Mônica Monteiro da Costa; Jobim e Souza, Solange (Orientadora). “**A programação infantil na televisão brasileira sob a perspectiva da criança**”. Rio de Janeiro, 2003, 120p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Pesquisa sobre programação infantil, consistindo na interação com crianças entre 5 e 7 anos, buscando ouvi-las sobre como definem e percebem o que é oferecido hoje, para crianças, na televisão brasileira. No decorrer do trabalho são abordadas questões como: a tênue linha divisória entre o que é ficção e o que é realidade para os telespectadores infantis, o papel desempenhado pelos adultos na ficção e na realidade, as diferenças de gênero nas preferências das crianças e a relevância da fama para infância contemporânea.

Palavras-chave

Televisão; criança; programação infantil, audiência infantil e infância.

Abstract

Boruchovitch, Mônica Monteiro da Costa; Jobim e Souza, Solange (Advisor). “**The children’s television in Brazil from the young audience’s perspective**”. Rio de Janeiro, 2003, 120p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Research on children’s television in Brazil, consisting of the interaction with 5- to 7-year-old students with the purpose of understanding how they define and perceive their preferences about what is offered to them in the Brazilian TV networks. Along the project, we deal with issues such as the thin line separating reality from fiction for the children’s TV audience, the role played by adults in the real and fictional worlds, the gender differences in their preferences and the relevance of being famous in today childhood.

Keywords

Television; children; children’s television; young audience; children’s programmes and childhood.

Sumário

1. O início do caminho- percurso até a definição do tema e objetivos	10
2. A televisão e sua influência sobre a infância contemporânea	13
2.1 – Televisão: um breve histórico	13
2.2 – Infância: um breve histórico, da Idade Média à modernidade	19
2.2.1– Contribuições da Psicologia do Desenvolvimento para o conceito moderno de infância	22
2.3 – O lugar da televisão na sociedade contemporânea	25
2.4 – Infância na Idade Mídia	28
3. Os autores e suas contribuições teóricas para a construção das estratégias metodológicas na pesquisa-intervenção	34
3.1 – Estorvando o hábito	35
3.2 – Dialogando com Bakhtin	36
3.3 – Audiência Infantil: desconstruindo e redimensionando sua concepção	38
3.4 – Pesquisa-intervenção: tecendo novos caminhos para a pesquisa com crianças e imagens	41
4. Operacionalizando o trabalho	47
4.1 – O que dizem os produtores	47
4.2 – O que temos para ver observando a programação infantil	53
4.3 – Começando a ouvir as crianças: preparando as oficinas	59
4.4 – As Oficinas	65
5. Conclusões – o que nos trouxeram as crianças	68
5.1 – Em busca da fama	68
5.2 – A televisão globalizada: o que é ficção e o que é realidade	72
5.3 – A diferença de gênero: meninos X meninas	77
5.4 – As transformações na narrativa: o papel dos adultos	82
5.5 – Observações finais	90
6. Bibliografia	94
7. Anexos	99

**A porta da verdade estava aberta,
mas só deixava passar
meia pessoa de cada vez.**

**Assim não era possível atingir toda a verdade,
porque a meia pessoa que entrava
só trazia o perfil de meia verdade.**

**E sua segunda metade
voltava igualmente com meio perfil.**

E os meio perfis não coincidiam

Arrebentaram a porta. Derrubaram a porta.

**Chegaram ao lugar luminoso
onde a verdade esplendia seus fogos.**

**Era dividida em metades
diferentes uma da outra**

Chegou-se a discutir qual a metade mais bela.

Nenhuma das duas era totalmente bela.

**E carecia optar. Cada um optou conforme
seu capricho, sua ilusão, sua miopia.**

Carlos Drummond de Andrade

1

O início do caminho - percurso até a definição do tema e objetivos

Ao longo de minha vida profissional como economista, apesar de estar trabalhando em área bastante diversa, adquiri crescente interesse por temas relacionados à psicologia, tendo me voltado, em especial, para a discussão em torno das formas pelas quais os novos modos de vida desenvolvidos na sociedade contemporânea vêm afetando e transformando aspectos da subjetividade.

Provavelmente pelo fato de minha experiência profissional estar relacionada a uma corporação na área de mídia, as questões que me desafiavam envolviam as transformações na subjetividade trazidas pela televisão. Estas questões foram despertando o desejo de buscar caminhos onde se pudesse refletir sobre elas. Assim, surgiu a idéia de retornar ao meio acadêmico, ambiente propício para se tecer as possíveis respostas a estas novas questões.

Essa intenção de retorno ao meio acadêmico, em área de conhecimento tão diversa daquela onde me graduei, gerou alguma polêmica entre os amigos e na própria universidade. Por que alguém viria, já com dez anos de experiência profissional, aventurar-se novamente na academia em área tão distinta da original?

Acredito mais em boas perguntas do que em boas respostas. Mas, muito pessoalmente, ousou dizer que as mudanças são muito ricas, nos possibilitam questionar o que está a nossa volta, refletir sobre o que temos produzido e, crescer. Entendo que o convívio entre profissionais de diferentes áreas, com diferentes enfoques – sejam estes acadêmicos ou práticos – permita o questionamento de conceitos anteriormente estabelecidos, sendo terreno fértil para a produção de conhecimento.

A intenção deste trabalho é estudar a relação da criança com a programação televisiva. Por que criança e televisão? Muito tem sido dito sobre o que é bom e o que deve ser evitado quando se trata de audiência infantil, mas sempre de acordo com a ótica dos adultos, sejam eles profissionais de publicidade, de televisão, pais ou professores. No

campo de trabalho da programação infantil, a produção é feita para a criança, mas, ao se definir o que vai ser comprado ou produzido, pouco se ouve o que a criança tem a dizer sobre o assunto. Assim, gostaria de proporcionar, através deste trabalho, um espaço para se ouvir a voz da criança e, com isso, perceber que representações sobre poder, autoridade, família e mundo globalizado estão transitando em seu discurso, enquanto troca experiências com seus pares e adultos ao seu redor. Buscar-se-á, através de um trabalho de campo intervencionista, levá-las a refletir sobre o que estão assistindo cotidianamente com a intenção de ouvir suas opiniões, desejos e sentimentos. A partir de uma análise dialógica¹ do conteúdo da fala destas crianças, buscamos perceber quais representações da televisão circulam entre a criança e o outro.

Cabe acrescentar que o objetivo mais amplo deste trabalho é contribuir para que as crianças possam melhor aproveitar o potencial que a televisão possui de esclarecer, educar e divulgar cultura. Este objetivo foi definido a partir da seguinte questão, levantada por Hellmut Becker: *“...como podemos conseguir que o efeito do esclarecimento da televisão se amplie e os perigos que ela representa se reduzam a um mínimo inevitável”* (Adorno, 1995: 78).

Faremos agora uma breve introdução ao conteúdo de cada um dos capítulos desta dissertação. No capítulo 2 – A Televisão e sua influência sobre a infância contemporânea – faremos um percurso histórico da televisão no Brasil; seguido do percurso histórico das concepções sobre infância desde a Idade Média até a modernidade. Na seqüência, abordaremos a infância pós-televisão, contemplando as mudanças trazidas pela sociedade de consumo e a mídia, e as novas características da infância hoje, infância com a qual dialogamos neste trabalho.

No capítulo 3 – Os autores e suas contribuições teóricas para a construção das estratégias metodológicas - estaremos apresentando os conceitos que foram utilizados durante toda a pesquisa (entre os quais citamos: hábito e atenção, dialogismo, pesquisa intervenção e audiência infantil), dialogando com os autores, em cujas obras buscamos embasamento teórico para a metodologia desenvolvida neste trabalho.

¹ O conceito de dialogismo aqui empregado é aquele desenvolvido por Mikhail Bakhtin em seus livros *Marxismo e Filosofia da Linguagem* e *Estética da Criação Verbal*.

O capítulo 4 – Início da descrição do trabalho do campo – possui três fases distintas: o ponto de vista dos profissionais de mídia sobre a atual programação infantil no Brasil; a observação e descrição dos programas infantis mais em voga no momento; e a terceira, que é o coração deste trabalho, ouvindo a voz das crianças e descrição das oficinas.

O capítulo 5 apresenta os resultados e comentários finais deste trabalho, ou seja o que nos trouxeram as crianças. Este capítulo está dividido em quatro itens, de acordo com as questões mais relevantes levantadas por esta pesquisa. São eles:

A busca da fama, item no qual as crianças falam sobre o desejo de ser famoso e as possíveis conseqüências que a fama traz para nossas vidas.

A globalização a partir da televisão, item no qual levamos as crianças a refletir sobre outras realidades distantes de nosso cotidiano, mas que parecem próximas de nós pela tela da televisão.

A questão do gênero, meninos e meninas opinam sobre programas e personagens favoritos deixando transparecer uma marcante diferença, em suas preferências.

As transformações da narrativa neste início de século, onde damos especial ênfase ao papel que os adultos têm se reservado na mídia e na vida real, e o que as crianças nos dizem sobre este papel desempenhado pelos adultos e sobre a autoridade paterna na atualidade.

Ao longo dos capítulos encontram-se algumas citações separadas do restante do texto por retângulos e que se iniciam com a expressão - ação – a intenção deste formato é ilustrar o texto buscando aproximá-lo da linguagem televisiva, usando uma expressão comumente usada durante as filmagens. As citações neste formato são, em geral citações de publicações especializadas em televisão e comentários sobre o assunto.

2

A televisão e sua influência sobre a infância contemporânea

2.1

Televisão: um breve histórico

A existência generalizada da televisão constitui em si mesma um fenômeno social, gerador de transformações no modo de vida, nos hábitos, na maneira de pensar e de compreender. Sob influência da televisão, os comportamentos e costumes evoluíram muito. Seu papel não pode, portanto, ser reduzido ao de simples meio de comunicação.

(Lurçat, 1995: 13)

O cinema já foi descrito por alguns pensadores como um espaço religioso contemporâneo, na medida em que congrega e cria um *locus* sem igual em nossa sociedade no qual as pessoas podem compartilhar as mesmas emoções.

Apesar da ausência do espaço escuro congregando a audiência, é possível, diria até irresistível, fazer uma analogia entre esta descrição do cinema e a televisão na contemporaneidade. Através deste “espaço religioso” contemporâneo produzido pela televisão, as pessoas têm a oportunidade de, mesmo isoladas em suas casas, compartilhar as mesmas emoções com milhões de outros espectadores.

AÇÃO: Dia seguinte a final do Big Brother I, diversas pessoas discutem se era justo ou injusto o Bambam ter ganho a competição: na PUC, no ponto do ônibus, na porta de uma escola na zona sul. O mesmo assunto circula em bocas de pessoas das mais diversas classes sociais. (Big Brother, “reality show” exibido pela Rede Globo de Televisão em 2002.)

Faremos aqui um breve histórico sobre o aparecimento da televisão na sociedade, suas modificações ao longo das últimas cinco décadas, e como suas diferentes formas de existência ao longo do tempo vão afetando a família e a criança. A intenção deste histórico é trazer uma melhor compreensão da criança com a qual dialogamos neste trabalho, cuja experiência de vida está irremediavelmente vinculada à convivência com a televisão.

A televisão surge na década de 50 abalando o prestígio, até então sem rivais, do rádio. A primeira emissora de televisão da América Latina, a TV Tupi, foi inaugurada no dia 18 de setembro de 1950 em São Paulo. Em 20 de Janeiro de 1951 entrava no ar, pela primeira vez, a TV Tupi do Rio de Janeiro. Inicialmente a programação de TV era composta por peças de teatro e pelas primeiras novelas. O primeiro programa infantil da TV Tupi, Clube do Papai Noel, foi ao ar em 1951. O programa Capitão Asa, que foi um dos maiores sucessos desta emissora para o público infantil, foi lançado em 1968.

AÇÃO: *“As perspectivas da Televisão para o ano entrante (1959) resultam mais do que nunca animadoras.... Mas que o público vem se passando deliberadamente do aparelho que só se escuta para aquele em que também se vê, ninguém pode duvidar. Nem mesmo aquela popularíssima cantora de rádio, que tem seu clube de fã e vive permanentemente nas capas das revistas especializadas, de quem ouvi, meses atrás, este desabafo: Agora estou convencida de que o rádio sofre um abalo muito sério, meu caro. Minha correspondência caiu, a afluência do público não é mais a mesma. Sinto que... ou me passo para a TV ou tenho os dias contados.” (coluna de Celestino Silveira, Revista TV Programas, ano IV, n. 164, 12 a 18 de Janeiro de 1959*

No Brasil, nas décadas de 50, 60 e 70, a televisão ficava na sala e a família assistia reunida, contando ainda com a companhia de alguns vizinhos não possuidores do novo eletrodoméstico. Esta é a época da televisão de massa, cuja programação era dedicada a toda a família. Programas “familiares” como “I Love Lucy” e “Papai Sabe Tudo” foram

grandes sucessos. A família inteira era a audiência almejada pelos anunciantes e pelos programadores. Desta forma, tanto os programas como, conseqüentemente, os anúncios, têm como foco a família e não o indivíduo. A essa fase da televisão, Muniz Sodré chama televisão massiva.

De acordo com uma revista da época, no final da década de 50 a programação da televisão no Brasil começava ao meio dia, iniciando-se o último programa entre 23:30 e 24:00¹. Os programas para crianças em geral começavam às 18:00, terminando às 20:00. Tratava-se de programas com os sugestivos títulos “Clube do Papai Noel”, “TV de Brinquedo”, “Circo Bom Bril”, “Aventuras do Capitão Estrela” e “Encontro com a Priminha”. Em geral, assim como hoje, esses programas consistiam em um apresentador que iniciava o programa, desenhos animados importados e brincadeiras. Interessante notar que os nomes dos programas traziam o nome do patrocinador.

AÇÃO: 1959: Número de aparelhos receptores (TV): Estados Unidos 52 milhões; Inglaterra 9,8 milhões; Canadá 3,6 milhões; União Soviética 3,5 milhões; Alemanha do Oeste 3,3 milhões; Japão 2,7 milhões; Itália 1,5 milhão; França 1,4 milhão e o Brasil, em 9º lugar, com 1,1 milhão... “A imprensa especializada embora não seja de opinião que a grandeza de uma nação se pode julgar pelo número de seus receptores de TV, observa amargamente que os países mais fortes, mais ricos e mais dinâmicos são exatamente os que encabeçam a relação.” (Revista TV Programas, ano V, n. 217)

É interessante perceber a força do novo veículo, pois ao mesmo tempo em que o autor nega que a grandeza de uma nação possa ser medida pelo número de aparelhos de TV deixa entrever que pode haver uma relação positiva entre o número de aparelhos e o nível de riqueza dos países.

¹ Encontra-se no anexo II os horários da programação de televisão disponível nas grandes capitais brasileiras no ano de 1959.

Nas últimas décadas do século XX e início do século XXI a televisão inicia um processo de saída da sala e presta-se cada vez mais a ser utilizada como objeto de uso individual.

Ação: EUA 2001, 56% das crianças americanas do Jardim da infância ao ensino médio tem televisões em seus quartos e dois em cada três estudantes do ensino médio tem seu próprio aparelho de televisão, estes dados estão em crescimento constante. (Walsh, 2001)

Esta nova transformação da televisão, deixando de ser um modo de lazer da família para ir transformando-se em modo de lazer individual, não poderia deixar de trazer modificações para as relações familiares. As crianças não precisam compartilhar programas com os pais, não existe mais o fim dos horários de programas infantis para que se inicie a programação adulta. Existem concomitantemente programas para adultos e crianças, para serem assistidos em separado e cada “tribo” não incomodar a outra com suas opções. Não é preciso conversar, discutir, ceder, chegar a um consenso. Nada! Cada um faz o que bem lhe aprouver... no seu quarto.

Evidentemente, apesar do grande aumento do número de televisores e das mudanças na programação que possibilitam a existência do telespectador individual, questões econômicas ainda prejudicam o desenvolvimento desta televisão individual ou exclusiva. Ou seja, é preciso reconhecer que, em casas onde só existe um aparelho de televisão e que não têm acesso à televisão paga, crianças e adultos ainda dividem os horários da programação. Neste caso, o horário noturno é controlado pelos adultos, que definem o que a família irá assistir. Ainda se encontra nesta situação a maior parte dos telespectadores brasileiros, entre os quais a televisão paga, por restrições econômicas, atinge apenas uma pequena parcela da população.

Chegamos, assim, apesar das limitações econômicas, à época da televisão que ousou nomear individualista. Temos a televisão aberta, televisão a cabo e televisão por satélite. A programação adquire um caráter especializado, para cada tipo de audiência um tipo de programação. Os programas para a família foram se transformando, sem que nos déssemos conta, em programas para homens intelectuais, homens esportistas, mulheres intelectuais, mulheres caseiras, crianças pré-escolares, crianças maiores e

tantas outros grupos quanto pudermos desejar (antes mesmo que possamos imaginar desejá-los). Segundo definição de Muniz Sodré, estamos aqui falando da televisão fragmentada.

É nesta época que surgem os canais específicos para transmitir programação infantil. Antes limitada a alguns horários com “slogans” que mostravam a hora da criança ir para a cama, a programação infantil passa a estar no ar ininterruptamente 24 horas por dia, em todos os dias da semana.

AÇÃO: A TV Tupi, na década de 50, cria o personagem Indiozinho Tupi, em resposta a cartas de pais reclamando da dificuldade de colocar os filhos na cama a partir da chegada da TV. O indiozinho aparecia, retirava seu cocar em formato de antena de TV, pendurava na parede e... “Já é hora de dormir não espere a mamãe mandar. Um bom sonho para você e um alegre despertar”.

Percebe-se através deste slogan a TV assumindo seu papel de autoridade dentro da família.

O primeiro canal específico para crianças, o Nickelodeon, é lançado nos EUA em 1979 e, atualmente, é transmitido para 90 milhões de domicílios em mais de 70 países. Em seqüência a este canal, são lançados outros com a mesma audiência alvo. São eles: Disney Channel, Cartoon Network, Fox Kids e Discovery Kids, dentre outros (Outlooks on Children and Media compiled for the 3rd World Summit on Media for Children. Greece, March 2001- UNESCO).

A partir destes dados sobre como está hoje a distribuição do canal Nickelodeon, pode-se inferir a dicotomia existente na programação da televisão atual: ao mesmo tempo em que esta se apresenta cada vez mais individualizada, é também universal, globalizada. O mesmo desenho que é produzido para agradar a criança norte-americana deve agradar às crianças sul-americanas, européias e asiáticas, apesar das óbvias diferenças culturais, sociais e econômicas destes públicos. Esta é uma das características marcantes da programação contemporânea: a busca de se obter um

produto que seja adequado para qualquer lugar, qualquer cultura. E, porque não, qualquer público.

Hoje, no Brasil, os principais programas infantis, em termos de número de telespectadores, são aqueles transmitidos nos horários matinais pela Rede Globo, devido à abrangência deste canal². O SBT é, em geral, 2º colocado em audiência, mas, em alguns programas, compete acirradamente com a primeira colocada, conseguindo algumas vitórias pontuais.

Dentre os canais das televisões por assinatura, as maiores audiências em março de 2002 são Cartoon Network (o primeiro canal infantil a ser transmitido no país), seguido pelo Fox Kids e Nickelodeon, estes dois alternando suas posições entre 2º e 3º lugar. Estes canais transmitem durante as 24 horas do dia programação infantil, em geral desenhos animados produzidos em outros países.

AÇÃO: Se antes as crianças tinham o indiozinho Tupi, hoje os slogans dos canais infantis são variações em torno das expressões: “Não saia daí, que a gente volta já!” “Fique ligado”, a qualquer hora do dia ou da noite.

É o fim da hora de dormir, a não ser que os pais assumam a função de definir a que horas os seus filhos dormem.

A televisão não ocupou o espaço de mais um eletrodoméstico: ela transformou as relações sociais, interferindo nas relações familiares e em nossa maneira de agir e pensar. Os hábitos foram sendo transformados: visita-se menos os amigos, as conversas em família diminuem, assim como o hábito de leitura, e assuntos de realidades muito distantes passam a fazer parte de nosso dia-a-dia.

Em acréscimo a tudo que foi descrito aqui, devemos considerar a abrangência da TV, isto é, mesmo um programa de baixíssima audiência pode alcançar um número de pessoas semelhante ao de um livro definido como *best-seller* na área de literatura. Este

² A Rede Globo de Televisão, composta pela TV Globo e suas afiliadas, alcança mais de 99% do território nacional

fato torna culturalmente interessante a produção de programas de qualidade, mesmo que estes venham a atingir baixos números de audiência e, neste caso, tendo a concordar com Arlindo Machado (2000), que diz que apenas este fato justifica toda a existência da televisão. Esta abrangência garante à televisão o papel de grande democrata da informação.

2.2

Infância: um breve histórico da Idade Média à Modernidade

Pensar a infância significa buscar na história os diversos modos de se relacionar com as crianças e de descrevê-las ao longo do tempo. Longe de ser uma categoria natural a infância é um fato histórico-cultural, assim como o discurso preparado sobre a mesma, influenciados por seu tempo e capazes de contribuir para transformações sociais. Entendemos que apenas a partir de sua dimensão histórica poderemos compreender a infância contemporânea e as contribuições que a visão infantil tem a nos trazer sobre as relações sociais permeadas pela presença da televisão. A importância da visão histórica para que se possa ter a compreensão de um acontecimento ou fato social fica ilustrada com clareza pelo pensamento do filósofo Leandro Konder:

“Enquanto não enxergamos a dimensão histórica de um ser, de um objeto, de um fenômeno, de um acontecimento, não podemos aprofundar de fato, a compreensão que temos deles. É o movimento histórico que passa por todas as coisas e permanentemente as modifica que as torna concretas.” (Konder 2002:187)

Neste capítulo faremos um percurso histórico das concepções de infância no decorrer do tempo, partindo das pesquisas de Philippe Ariès (1973), o qual conduziu seus estudos sobre as representações da infância na Europa Ocidental, especialmente na França, através da iconografia desde a era medieval até a modernidade. Chegando à época moderna, veremos as contribuições do paradigma positivista, assim como aquelas outorgadas pela Psicologia do Desenvolvimento sobre o conceito moderno de infância.

A partir das pesquisas de Ariès, temos o conhecimento de que na Idade Média não havia separação clara entre o que seria adequado para crianças e o que seria

específico da vivência dos adultos. Através de seus estudos, Ariès percebe que as crianças eram pouco retratadas e quando eram estavam trajadas do mesmo modo que os adultos da classe social a que pertenciam. A possível explicação para esse descaso em representar a infância poderia ser a baixa expectativa de vida que as crianças tinham na Idade Média, fazendo com que os adultos não se permitissem grandes apegos. As crianças recebiam tratamento diferenciado apenas nos primeiros anos de vida, enquanto ainda dependiam diretamente dos cuidados das mães ou das amas. Desta forma, essas crianças passavam de um desmame tardio para o mundo dos adultos, onde a transmissão do conhecimento acontecia por intermédio do convívio de adultos e crianças, não restrito aos familiares. Aprendiam-se os ofícios observando, auxiliando, ou servindo, como aprendizes, em casas de outras famílias. As crianças eram tratadas como adultos em tamanho menor e não havia acomodação ou vestimenta especial para elas. Esta falta de acomodação em separado nos remete a outra característica deste período, que trouxe grande influência sobre as crianças: a não existência do conceito de privacidade, como o que temos hoje. Assuntos e brincadeiras sexuais envolviam crianças e adultos. Não havia segredos. As crianças efetivamente participavam da vida como se adultos fossem, não havendo assim uma definição entre o significado de ser criança e ser adulto. Ariès descreveu a falta de consciência sobre a particularidade infantil existente na Idade Média:

“Na sociedade medieval, que tomamos como ponto de partida, o sentimento de infância não existia – o que não quer dizer que as crianças fossem negligenciadas, abandonadas ou desprezadas. O sentimento da infância não significa o mesmo que afeição pelas crianças: corresponde a consciência da particularidade infantil, essa particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto, mesmo jovem. Essa consciência não existia” (Ariès, 1973: 156)

Passamos então pela infância na Idade Média onde, apesar de existir afeição pelas crianças, não havia uma definição do que seria essa fase da vida, para alcançar um momento no tempo onde ocorre a separação entre os mundos adulto e infantil, permitindo, assim, o aparecimento da infância moderna, ou seja, o conceito de infância, com as características que nos habituamos a ver na contemporaneidade: indivíduos que precisam ser educados, freqüentar a escola, que devem ficar resguardados de algumas informações, e que precisam de adultos para ensiná-los.

É preciso buscar as condições sociais que possibilitaram o aparecimento desta infância moderna. Penso ser especialmente rica a contribuição de Zygmunt Bauman (1998) de que uma Revolução Educacional propiciou o “aparecimento” da infância³. Esta Revolução Educacional ocorreu entre os séculos XVI e XVIII e consistiu de três desvios fundamentais: o primeiro seria separar uma parte do processo da vida como um estágio imaturo, ainda por se desenvolver; o segundo, a separação física destes que se encontravam na fase imatura para que, submetidos aos cuidados de especialistas, se desenvolvessem; e o terceiro, conferir à família a responsabilidade de supervisionar esta fase educacional.

Esta Revolução Educacional teve como principais pré-condições o movimento de cristianização que estava ocorrendo na sociedade e a invenção da prensa de Gutemberg. A Igreja, por se interessar em que as crianças aprendessem formalmente os preceitos religiosos e, ousou dizer, especialmente para que se submetessem aos mesmos, torna-se grande defensora da escolarização. Já o desenvolvimento da imprensa favorece a escolarização por criar um diferencial entre adultos e crianças, ou melhor, entre os que têm acesso à escrita e os iletrados, exigindo um conhecimento específico para que se pudesse utilizar a nova invenção. Era preciso tornar os futuros adultos aptos a trabalhar com as letras e a tipografia. Desta forma, a escolarização compulsória das crianças no século XVIII tornou-se uma forma de ensinar, moralizar e disciplinar.

As crianças passam a estar, então, separadas dos adultos. Ao invés dos ensinamentos de hábitos e profissões pelo convívio, as crianças são enviadas para as escolas. Esta separação possibilitou a existência de “segredos”, isto é, assuntos conhecidos apenas por adultos. Posteriormente, Neil Postman (1998) descrevendo a infância no pós-mídia diria que se não há segredos não há porque se falar em infância, que é o caso da infância contemporânea e medieval. Em outras palavras, a concepção de infância moderna, que se estende até os nossos dias, seria a seguinte: uma fase da vida em

³ Existem autores que contestam o termo aparecimento, pois alegam que houve um exagero por parte de Ariès ao dizer que não havia consciência das particularidades da infância, se comparada com o mundo adulto, antes da modernidade. A autora tende a concordar que esta afirmação é exagerada. Alguns autores medievalistas afirmam que pais franceses e ingleses reconheciam a infância como um estágio diferenciado na vida já na Idade Média (Hanawalt 1986; Paterson, 1993), enquanto que autores modernos (Pollock, 1983; 1987), postulam que existia uma concepção de infância antes da Revolução Industrial, com pais emocionalmente vinculados a seus filhos (Handbook of Marriage and the Family 2nd edition, p.24-25).

que os indivíduos precisariam de cuidados especiais e deveriam estar resguardados de algumas informações que pudessem lhes ser nocivas, para que se desenvolvessem e se constituíssem, no futuro, como indivíduos plenos – adultos. *“Só o tempo pode curar o homem da infância e da juventude, idades da imperfeição sob todos os aspectos.”* (El Discreto de Balthazar Gratien, Tratado sobre Educação de 1646, citado por Ariès, 1973:162)

2.2.1

Contribuições da Psicologia do Desenvolvimento para o conceito moderno de infância

Na Modernidade, novos saberes entram em cena trazendo contribuições ao conceito de infância. Vivia-se a exacerbação da razão, a busca da verdade científica. O paradigma científico vigente era buscar a verdade que existe e é indubitável. Este paradigma, que suporta a visão objetivista ou representacional de ciência, traz em seu corpo, como pressupostos, a existência de uma realidade em si que poderá e deverá ser representada objetivamente pela ciência, e a existência de uma verdade universal que não varia historicamente. Sob o ponto de vista da ciência representacional restava aos indivíduos conhecer a verdade, através do pensamento, e divulgá-la, através da linguagem. Este paradigma, contribuiu decisivamente para uma visão positivista da infância.

Pretendia-se, a partir desta visão positivista, conhecer a criança. O interesse em compreender a mentalidade infantil leva às primeiras bases para o surgimento de uma psicologia infantil que permitisse aos estudiosos conhecer condutas e emoções específicas das crianças. A intenção deste “compreender” era poder discipliná-las e corrigi-las em seus “arroubos infantis”. Conhecer, vigiar, disciplinar e punir são palavras que ajudam a compreender o discurso sobre infância desta época.

A criança torna-se objeto de estudo dos mais diversos campos do saber. Para o corpo, seu desenvolvimento e saúde, a Medicina; para o desenvolvimento mental e cognitivo, a Psicologia; para educá-los, a Pedagogia. Nesta busca do saber científico a criança

passa a ser vista como um ser universal, com características que variavam cronologicamente. Pais, mães, educadores e médicos tentam enquadrar suas crianças dentro de padrões de desenvolvimento cronológicos e universais. Esta visão positivista da infância vai permitindo gradualmente a legitimação dos saberes dos “doutores” da infância.

“A infância foi capturada pelos seus porta-vozes, ou seja, aqueles que, legitimados por uma posição de autoridade pelo saber científico, podem falar sobre a infância, e, ipso facto, construí-la. Neste sentido, a infância, tal com a conhecemos, é uma infância revelada pelos ‘logos’ que a estudam” (Castro, 1998: 24)

É no final do século XIX que a Psicologia firma-se como uma ciência que tem como uma de suas intenções descrever o desenvolvimento do indivíduo nas diversas fases de sua vida. Segundo Castro (1998), o estudo do desenvolvimento empreendido no âmbito da Psicologia esteve na sua origem vinculado à classificação e à mensuração das condutas, constituindo-se, desta forma, a noção do que é normal e do que é patológico. Este paradigma positivista levou a estudos racionais, medições e classificações, ignorando-se, muitas vezes, aspectos importantes da vida infantil que não poderiam se enquadrar dentro de parâmetros preestabelecidos.

“Esta Psicologia, cuja ênfase incide sobre a racionalidade, acaba por mistificar e suprimir um aspecto importante da vida infantil, ou seja, seu caráter fluido, ambíguo, contraditório e caótico”(Castro, 1998: 40)

Seguindo os ditames positivistas vigentes no final do século XIX, a Psicologia do Desenvolvimento foi traçando parâmetros universais para definir os progressos das crianças. Época áurea dos testes psicológicos, poder-se-ia, a partir deles, medir aptidões e capacidades dos indivíduos e compará-las com outros da mesma faixa etária. O que não pudesse ser enquadrado neste padrão seria considerado inadequado. Interessante perceber que, nestes estudos, espera-se comportamentos padrões dentro das faixas etárias do desenvolvimento infantil, diferentemente do que se espera para outras fases da vida, como a maturidade e a idade avançada, onde aceita-se melhor a variabilidade entre sujeitos.

Ressaltamos, ainda seguindo os passos de Castro (1998), que a uniformização do desenvolvimento na infância esperada por esta proposta científica não deve ser concebida como um fato da natureza infantil, mas como um resultado de condições sócio-culturais específicas.

Dando continuidade aos estudos na área da Psicologia do Desenvolvimento, surge o 'behaviorismo', paradigma que conduziu este ramo do saber científico dos anos 20 até os 60. Neste paradigma, a ênfase dos estudos é dada sobre as influências do ambiente e não mais sobre os aspectos biológicos. A criança passa a ser estudada como um ser passivo cujo desenvolvimento se dá através das influências ambientais que a cercam. Este paradigma é ilustrado a contento com a visão da tábula rasa trazida pelo filósofo Locke, isto é, a criança ao nascer seria uma tábula rasa onde as influências ambientais seriam gravadas ao longo de sua história de vida.

A década de 70 traz uma importante mudança paradigmática: a visão da criança incompetente e passiva começa a ser substituída pela idéia da criança capaz e competente, detentora de possibilidade de interferir e reagir ao ambiente e não apenas ser "moldada" por ele. É a época dos estudos com ênfase no cognitivismo. O principal representante deste novo paradigma foi Jean Piaget que acreditou que a estrutura mental da criança iria se desenvolvendo continuamente, sempre se relacionando com as demandas da realidade em torno do indivíduo.

Diferentemente, o caminho que pretendemos seguir aqui não é aquele do olhar positivista sobre a infância⁴. Não se pretende, tampouco, preparar um discurso sobre a infância. Queremos sim, como nos apontam Pereira & Jobim e Souza (1998), tomar a infância como uma referência alegórica, um caminho para compreender a dimensão filosófica da experiência de ser criança. Pretendemos, a partir da compreensão da experiência de ser criança, ampliar as possibilidades de compreender as relações sociais e os modos de subjetivação da criança e do adulto.

"Um outro caminho, contudo, conduz a infância alegórica, que nos aponta um desvio para a formulação de uma compreensão outra da experiência de ser criança. Ou seja, a infância tomada, então, como um caminho indireto que nos conduz a uma dimensão do conhecimento que não se esgota nos discursos que tem sido, na época moderna, proferidos sobre ela." (Pereira & Jobim e Souza 1998: 27)

Entendemos que, para uma investigação dos modos de subjetivação na infância, nos moldes que definimos no parágrafo anterior, é necessário seguir o caminho apontado Castro (1998), desconstruindo o conceito de criança moderna, e em seguida atentar

⁴ Não se pretende ignorar as contribuições que os positivistas trouxeram para o conhecimento da infância. Apenas, como definiu Wittgenstein, o conhecimento seria como os degraus de um escada, onde dispensamos o anterior para alcançar o próximo, sem haver nessa troca qualquer menosprezo ao anterior, pois, sem o primeiro, não se chegaria ao próximo.

para a “qualificação ético-filosófica da narrativa que se produz sobre a infância”. Ou seja, é preciso estar atento ao discurso que se está produzindo sobre a infância, que, em última análise, é o que constrói este conceito.

E como se constitui esta criança? Adotamos aqui o referencial teórico de Bakhtin (2000) e consideramos que o indivíduo se constitui a partir do olhar do outro. Assim, o conhecimento que procuramos produzir sobre a infância é oriundo desta relação da criança com o outro. Sendo este outro seus pares (com os quais convive regularmente no ambiente escolar), sua família (que traz para a criança os conceitos de família, poder e parentalidade), a televisão (que permeia todas estas relações e participa ativamente do cotidiano desta infância) e o pesquisador (que a questiona). Como estamos partindo de um conceito histórico-cultural de infância, entendemos que as modificações sociais e culturais refletem-se nestas crianças e são refratadas por elas, isto é, as condições sociais afetam a infância e são afetadas por ela.

Mas como caracterizar a infância após o advento da televisão? A partir da vívida e marcante presença do conteúdo imagético e sonoro trazido por esse aparelho para nosso cotidiano, que transformações conseguimos perceber na subjetividade das crianças com as quais partilhamos este início de século ? É esta questão que abordaremos agora.

2.3

O lugar da televisão na sociedade contemporânea

A educação que um menino recebe dos objetos, das coisas, da realidade física – em outras palavras, dos fenômenos materiais de sua condição social – torna-o corporalmente aquilo que é e será por toda vida. O que é educada é sua carne, como forma do seu espírito.
(Pasolini, 1975: 127)

Vivemos numa sociedade urbana que privilegia o ter e nos oferece, a cada momento, novas opções de vestuário, diversão, alimentos, bebidas, carros etc. As novidades são passageiras, pois logo surge um substituto e elas deixam de ser novidades. Privilegia-se a satisfação imediata. Ao mesmo tempo em que a rapidez das mudanças parece-nos cada vez mais intensa, muitas vezes estamos tão habituados a ela que já não notamos

quão rápido as transformações ocorreram e, de um momento para outro, coisas que conhecíamos já deixaram de existir.

Em paralelo a esta realidade volátil, existe uma outra “realidade” trazida pela televisão. Diariamente, em uma imitação da correria cotidiana, a televisão nos impõe uma infindável sucessão de imagens rápidas e entrecortadas. Esta “realidade” televisiva está presente na sociedade contemporânea e sua influência pode ser percebida nas mais diversas atividades cotidianas, tais como discussões acadêmicas, brincadeiras de criança, modo de falar de crianças e adolescentes, literatura e, especialmente, nos produtos de consumo criados a partir das produções de TV.

Hoje é preciso trabalhar com a premissa de que já não é possível excluir a presença da televisão de nossas atividades cotidianas. Mas o que sabemos sobre as transformações na subjetividade que estão ocorrendo em função desta presença marcante da televisão?

Este questionamento não é privilégio das novas gerações. Desde os primórdios de sua existência a televisão suscitou acirradas discussões sobre a magnitude de sua influência na vida dos telespectadores. Já em 1963, em um debate no rádio, Theodor W. Adorno ressaltava que ainda não havia resposta para a pergunta tão popular na época nos EUA: “*What television does to people?*” (Adorno, 1995: 76).

Diversos pensadores vêm se dedicando a buscar respostas para as transformações na subjetividade fomentadas pela relação com a televisão. Aos poucos, foram surgindo algumas respostas e as questões foram se especificando. Pierre Bourdieu (1997) ressalta que existiu uma expectativa de que a televisão levasse à constituição de uma massa homogênea de telespectadores, reconhecendo que isto não ocorreu, apesar de não se ter previsto que a influência da televisão se tornasse tão extraordinariamente ramificada.

“Supostamente a televisão ia nivelar, homogeneizar pouco a pouco todos os telespectadores. De fato, era subestimar a capacidade de resistência... (...) O fenômeno mais importante, e que era bastante difícil de prever, é a extensão extraordinária da influência da televisão sobre o conjunto das atividades de produção cultural, aí incluídas as atividades de produção científica ou artística”. (Bourdieu, 1997: 51)

E é exatamente esta extraordinária influência que nos faz afirmar que a TV transcende a si mesma, penetrando em atividades distintas de nosso dia a dia tais como ler, conversar, brincar e ver vitrines. Sim, a TV é parte do nosso cotidiano, não sendo possível compreendê-lo sem considerá-la. A sociedade contemporânea é formada por telespectadores ou por indivíduos que, pelo menos indiretamente, estão sendo afetados por sua existência.

No Brasil, a influência da mídia torna-se ainda mais poderosa em virtude de um sistema educacional precário que possibilita, em muitas ocasiões, que a televisão tenha o poder “soberano” de informar, educar e distrair, sem um público capaz de criticá-la. Silviano Santiago (1991) mostra que a carência de educação formal, isto é, a falta de “alfabetização fonética na sua devida época” (Santiago, 1991: 149), gerou um público sem capacidade crítica para entender o que está sendo transmitido, e ainda menos capaz de reivindicar, ou mesmo preferir, programas de melhor nível cultural. Bourdieu (1997) corrobora este ponto de vista, ressaltando os aspectos negativos decorrentes da televisão ser a única fonte de informação.

“É que se sabe, por outro lado, que há uma proporção muito importante de pessoas que não lêem nenhum jornal; que estão devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informação. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população” (Bourdieu, 1997: 23)

Se somarmos a esse “monopólio” a carência de educação formal chegamos à nossa sociedade brasileira urbana, uma sociedade na qual os efeitos negativos dos meios de comunicação de massa tendem a ser exacerbados.

Por outro lado, não podemos desconsiderar os aspectos positivos da televisão enquanto veículo educacional. O próprio Adorno, que em muitas ocasiões aparece como grande crítico da televisão, declarou em 1963: “*Eu seria a última pessoa a duvidar do enorme potencial da televisão justamente no referente à educação, no sentido da divulgação de informações de esclarecimento.*” (Adorno, 1995: 77)

2.4

Infância na Idade Mídia

*Um embrião já traz em si toda história do universo em seus cromossomos, já traz todo espaço do mundo em sua paz uterina, mas logo o sistema tenta lhe convencer do contrário, lhe transformando em um mendigo permanente, escravo do consumismo desenfreado.
(Gamba Jr.)*

Especialmente com o advento da mídia, a infância resguardada das preocupações da vida adulta, que as crianças vinham experimentando desde a modernidade, vai deixando de ser real, passando a ser apenas uma imagem de infância nostálgica e idealizada.

“Noções tradicionais da infância como um tempo de inocência e de dependência do adulto foram minadas pelo acesso das crianças à cultura popular durante o século XX.” (Steinberg & Kincheloe, 2001: 33)

A infância com a qual nos deparamos hoje, início do século XXI, possui características muito distantes daquela que descrevemos como a infância moderna. Os segredos pertencentes ao mundo dos adultos, aos quais as crianças não tinham acesso, vão deixando de existir. A autoridade paterna, detentora do conhecimento, perde grande espaço para os ensinamentos vindos através da mídia. Também a escola se ressentida da competição com a grande cultura corporativa, difundida através da mídia e, ameaçada, rediscute seu papel. Para Shirley Steinberg e Joe Kincheloe (2001) na pós-modernidade o papel dos adultos como “guardadores de segredos” começa a se desintegrar.

“Como as crianças pós-modernas ganham o conhecimento irrestrito sobre coisas primariamente mantidas em segredo para não adultos, a mística dos adultos como honoráveis guardadores dos segredos do mundo adulto começa a se desintegrar”. (Steinberg & Kincheloe, 2001: 76)

Diversos autores, entre eles Steinberg, Kincheloe (2001) e Postman (1999), nos fazem ver as grandes modificações trazidas pela televisão, este eletrodoméstico que por transcender suas fronteiras de aparelho e afetar intensamente as relações sociais, adquire status de fato social. A infância pós-televisão não recebe seus ensinamentos e informações sobre os acontecimentos do mundo apenas por seus familiares e a escola,

tal como ocorria antes da década de 50. A televisão inicia a socialização das crianças antes que a escola tenha a oportunidade de fazê-lo. Acresce-se a esse fato a falta de segredos. A televisão fala sobre os fatos da vida de seu pedestal de 4º poder absoluto onde discute-se qualquer assunto, pois, paradoxalmente, mesmo a tão poderosa televisão teme ser classificada como criadora de tabus, preconceituosa ou censora⁵. Nas palavras de Postman (1999) a televisão traz o fim da infância, e entendemos com ele que o acesso às informações através da mídia, especialmente da televisão, altera de modo inquestionável o conceito de infância inocente e protegida. Surge uma nova criança que tem a televisão como um de seus parceiros e como uma de suas principais fontes de informação. Apesar de não acreditarmos no fim da infância, mas na alteração de seu status, achamos indispensável o diálogo com este autor sobre o assunto:

“Podemos concluir, então, que a televisão destrói a linha divisória entre infância e idade adulta de três maneiras, todas relacionadas a sua acessibilidade indiferenciada: primeiro, porque não requer treinamento para apreender sua forma; segundo porque não faz exigências complexas nem a mente nem ao comportamento; e terceiro porque não segrega seu público. Com a ajuda de outros meios eletrônicos não impressos, a televisão recria condições de comunicação que existiam nos séculos quatorze e quinze. Biologicamente estamos todos equipados para ver e interpretar imagens e ouvir a linguagem que se torna necessária para contextualizar a maioria dessas imagens... Dadas as condições que acabo de descrever, a mídia eletrônica acha impossível reter quaisquer segredos. **Sem segredos, evidentemente, não pode haver coisa como infância.**” (Postman, 1999: 94) grifo da autora.

Como já foi mencionado anteriormente, não diríamos que não há mais infância, afirmamos apenas que a infância mudou e é com esta nova criança que estamos conversando. É preciso levar em conta as modificações sociais trazidas pela televisão para compreender o que estas crianças têm a nos dizer.

As crianças estão repletas de informações e conhecimentos. Desde a mais tenra idade discorrem sobre assuntos que acontecem a milhares de quilômetros de distância como se fizessem parte de seu bairro. Recebem ensinamentos sobre ética, relações sociais, família e comportamento sexual de corporações que, apesar de estarem muitas vezes em outro continente, entram em suas casas todos os dias e participam de seu cotidiano por um número de horas muitas vezes maior do que muitos pais dedicados podem dispor.

⁵ Notem como limitar, restringir e censurar são palavras carregadas de grande carga negativa no Brasil urbano pós-revolução de 1964.

AÇÃO: Pesquisa realizada em Curitiba com um total de 825 crianças e adolescentes sendo 440 participantes recrutados em colégios particulares de classe alta e 385 participantes de escolas estaduais, concluiu que a média geral de horas dispendida assistindo televisão foi de 26,46 horas/TV semanais, portanto maior que a média de crianças e adolescentes norte-americanos que assistem em média 23 horas/TV semanais. Cabe ressaltar que estes números, no Brasil e nos EUA, referem-se a horas de televisão, excluídos filmes de vídeo e video-games, que, se computados, elevariam muito esses números. (Gomide, 2002: 17-28)

A idéia da infância na Idade Mídia não pode ser separada da infância na sociedade de consumo, pois a indústria do entretenimento, que é onde se localiza a mídia para crianças, busca consumidores. A mídia é parte fundamental da engrenagem que mantém a sociedade de consumo. É a mídia que nos faz conhecer coisas que nem sabíamos que existiam, necessidades que não sabíamos que possuíamos e valores e costumes de outras famílias, sociedades e continentes.

Hoje em dia, diferentemente da visão da década de 50, a criança é vista como consumidora. As crianças “precisam de coisas”: brinquedos, tênis, roupas de marca e mega-festas de aniversário que não precisavam há algumas décadas atrás. As crianças desejam possuir estas e muitas outras mercadorias, a maior parte delas conhecidas através das ofertas constantes da mídia. É preciso, portanto, refletir sobre a origem deste desejo, desta necessidade. Assim, Francisco da Veiga (1997) em seu livro “O aprendiz do desejo” nos traz que:

“Em psicanálise, desejo é o grande motivador das pessoas, aquilo que as impele a amar, a detestar, a construir e a destruir, algo mais desconhecido do que conhecido, uma força interior que tem direção, **mas nem sempre somos nós que estamos ao volante.**” (Veiga, 1997: 148) grifo da autora.

São as grandes corporações de mídia, que incansavelmente nos fazem ver as coisas que ainda não temos e que “precisamos” ter, que, muitas vezes, estão ao volante. A criança tornou-se público alvo, não só da programação infantil, mas dos anunciantes. A

partir desta significativa mudança, indivíduos que precisavam ser resguardados se transformam em indivíduos que precisam ser primordialmente consumidores, e as crianças passaram a ter acesso a informações que antes eram reservadas aos adultos, ou que, pelo menos, precisavam do crivo dos adultos da família para alcançarem as crianças. Estas informações são hoje entregues diretamente pelas grandes corporações às crianças.

A mídia precisa atingir diretamente a criança para que esta seja autônoma o suficiente para desempenhar o papel de exigir dos adultos brinquedos no Dia da Criança, por exemplo, pois, sem essa suposta autonomia infantil, o discurso da mídia “exija brinquedos no dia da criança” ficaria enfraquecido.

Novamente dialogando com os pesquisadores Steinberg & Kincheloe (2001), percebemos que, desde a década de 50, nossos filhos vão vivendo, mais e mais, experiências produzidas por grandes corporações. Quem são estas corporações? Aquelas que determinam o que será transmitido via televisão, seja na posição de proprietárias ou anunciantes, que suportam financeiramente as empresas de mídia. As ideologias destas corporações, por estarem presentes diariamente nas transmissões de televisão, atingindo milhões de telespectadores, foram ganhando uma força sem precedentes para representar o mundo dos adultos e das crianças. A magnitude desta força não pode ser ignorada se pretendemos compreender a audiência infantil hoje.

São crianças informadas. São consumidores. Apesar de não exercerem diretamente a compra têm grande poder de influenciar o que será consumido pela família e são público alvo para milhões de dólares investidos mensalmente em publicidade. No entanto, ao mesmo tempo, são crianças ainda frágeis diante das ilusões do mundo midiático. Crianças que ainda misturam realidade com a realidade televisionada e tem grande dificuldade em separar o que gostam do que não gostam na televisão nossa de todos os dias. Percebemos a televisão, a partir de nossa relação com crianças pequenas, como algo para ser deleitado, para se gostar sem questionar, usufruir despreocupadamente, como pode ser visto nos diálogos a seguir:

Ação:

Escola B: turma de crianças de 5 anos. Atividade: desenhar o que mais gosta e o que menos gosta de ver na TV. Muitos entregam o desenho daquilo que não gostam em branco. E justificam: “Eu gosto de tudo.”

Escola A: turma de crianças de 7 anos.

Pesquisadora: Tem neve no natal ?

Menino de 7 anos: No de verdade tem. Aqui não neva nunca.

Pesquisadora: Onde você já viu o natal de verdade?

Menino: Na televisão.

A postura das crianças ao assistir a TV também demonstra relaxamento. Durante a pesquisa de campo, por exemplo, elas assistiam televisão deitadas ou sentadas tranqüilamente e quando a pesquisadora tentava conversar durante o desenho era imediatamente interrompida por alguém que estava prestando atenção no programa⁶. Discutir durante o programa, questioná-lo, não parecia fazer sentido para estes telespectadores, e assim que acabava o desenho eles começavam a brincar e não se mostravam dispostos a conversar sobre o que haviam visto. O hábito parece ser assistir e passar para outra atividade, o que foi assistido já é passado. No entanto, as conversas surgiam e eram muito produtivas durante as atividades de desenhar no papel. Durante estas atividades ficamos conhecendo como viam TV, onde ficavam suas televisões e qual o nível de interferência da família quanto ao hábito de assistir televisão.

Não adianta desligar a TV, pois ela transcende ao aparelho que pode ser ligado e desligado, estando presente nas bancas de jornal, nas lojas de brinquedos, nas brincadeiras, no imaginário infantil e, não podemos esquecer, no mundo dos adultos que interagem com estas crianças diariamente. Adultos que, não muito diferentes das crianças, diante das imagens de uma guerra no Oriente Médio e imagens de uma

⁶ Existem pesquisas sendo desenvolvidas no GIPS – Grupo Interdisciplinar de Pesquisa da Subjetividade, coordenado pela professora Solange Jobim e Souza no departamento de Psicologia na PUC-RIO, pelas pesquisadoras Raquel Salgado e Rita Ribes que demonstram que as crianças em grupos assistem televisão e brincam concomitantemente.

“guerra” de Steven Spielberg têm necessidade de legendas para saber por quais imagens “devem” ter sentimentos reais.

Encerrando este capítulo coloco o diálogo de uma mãe com sua filha de três anos. A menina apresenta como opção de moradia o mundo da ficção representado pelo vídeo e indica o caminho de como sair do real e entrar no imaginário.

Ação:

Filha: Não quero mais morar aqui em casa. Vou embora.

Mãe: Vai morar aonde?

Filha: No vídeo da Magali.

Filha: Nossa! É mesmo ? E como você faz para entrar lá?

Mãe: Pega o controle, aperta e pronto. Vai.

3

Os autores e suas contribuições teóricas para a construção das estratégias metodológicas na pesquisa-intervenção

*Desconfiai do trivial,
Na aparência singelo
E examinai, sobretudo o que parece habitual.
Suplicamos expressamente:
Não aceite o que é de hábito
Como coisa natural
(Bertold Brecht)*

Este estudo, seguindo uma perspectiva teórico-metodológica orientada por Walter Benjamin, Mikhail Bakhtin e David Buckingham, tem a pretensão de compreender as representações trazidas pela criança a partir de seu relacionamento com a televisão, limitado pelo recorte específico desta pesquisa. Considerar-se-á o contexto social e cultural mais amplo no qual essas questões estão inseridas. Nesta busca, daremos ênfase as seguintes questões: 1) O que a criança assiste na TV? 2) O que a criança tem a dizer sobre a programação que lhe é oferecida 3) Qual o papel da família no relacionamento das crianças com a televisão? 4) Que representações a criança nos traz sobre valores culturais de nossa sociedade como poder, globalização e papel da família?

Os principais conceitos destes autores que trazemos para buscar a compreensão das questões acima são hábito e atenção de Walter Benjamin, obra de arte e comunicação dialógica de Mikhail Bakhtin, e audiência infantil em David Buckingham.

Neste capítulo vamos nos dedicar, primeiramente, a refletir sobre estes conceitos e, em seqüência, estaremos apresentando o conceito de pesquisa-intervenção, explicitando o enfoque metodológico que seguimos no decorrer do trabalho de campo, ao analisar o material produzido por este.

3.1

Estorvando o hábito

Um dia ele chegou tão diferente do seu jeito de sempre chegar...

(Chico Buarque)

Há várias décadas, a televisão vem ocupando papel de destaque em nossas atividades cotidianas. Talvez exatamente por essa proximidade, exista em nós pesquisadores e no público em geral uma grande dificuldade em analisá-la com distanciamento crítico e, assim, discutir com profundidade seus efeitos.

Queremos compreender melhor variáveis que, por fazerem parte de nosso cotidiano de maneira tão definitiva, nos habituamos a olhar sem dar a devida atenção. Observar nosso cotidiano com estranhamento, buscar no corriqueiro a riqueza do novo, do inesperado, aquilo que, por saltar aos nossos olhos diariamente, já não vemos mais.

Como alcançar este estranhamento? Como estranhar a criança assistindo televisão? Como levar a criança a estranhar e olhar criticamente algo que faz parte de seu dia-a-dia, de seus sonhos, de seus desejos, de suas brincadeiras e de suas conversas? Este é o maior desafio desta pesquisa. Como nos trouxe Ludwig Wittgenstein: *“Queremos compreender algo que já esteja diante de nossos olhos. Pois parecemos, em algum sentido, não compreender isto.”* (Wittgenstein, 1975: 53)

As reflexões de Wittgenstein em suas “Investigações Filosóficas” nos indicam a dificuldade de ver com atenção aquilo que faz parte de nosso dia-a-dia, ou seja, aquilo que já está em nossa vida como um hábito. Da mesma forma, Walter Benjamin (1991) nos traz os conceitos de hábito e atenção, levando-nos a refletir sobre a importância de olhar com atenção aquilo que se faz habitualmente.

“Toda atenção deve desembocar no hábito se não pretende desmantelar o homem; todo hábito deve ser estorvado pela atenção se não pretende paralisar o homem”.
(Benjamin, 1991: 247)

Neste trabalho, buscamos um olhar crítico e atento que possa estorvar a acomodação trazida pelo hábito. É na interseção dos conceitos de hábito e atenção que pretendemos

colocar a relação da criança com a televisão. A televisão faz parte do cotidiano das crianças e assisti-la é um hábito que não pode ser excluído da infância contemporânea ocidental, mas através da metodologia denominada pesquisa-intervenção,¹ pretendemos provocar nas crianças atenção ao assistir televisão como forma de incentivar o pensamento crítico. Estaremos intervindo na relação da criança com a TV, na busca de um olhar atento, mesmo que diminuto, que permita modificar a postura de olhar a televisão sem questioná-la.

3.2

Dialogando com Bakhtin

A verdade não nasce nem se encontra na cabeça de um único homem; ela nasce entre os homens, que juntos a procuram no processo de sua comunicação dialógica.
(Bakhtin)

Bakhtin (2000) dedicou suas análises à literatura e obras de arte e não à produções para televisão². Todavia, entendemos que seus conceitos são atuais e imprescindíveis para a compreensão do universo televisivo e seus efeitos sobre a audiência. Ao encontrar as crianças, no início do trabalho de campo, já tínhamos em mente dois conceitos de Bakhtin que norteariam nossas interpretações de todo o material produzido, são eles: enunciados não existem isoladamente e, obra de arte é uma relação indissolúvel entre criador/obra/contemplador.

Respaldados por estes dois conceitos, entendemos que os enunciados televisivos não existem isoladamente. Nas vozes dos personagens de televisão ouvem-se as vozes dos produtores, dos personagens anteriores àquele que fala, e da audiência. Aqui, referimo-nos não ainda à audiência real, mas à audiência idealizada por aqueles que produziram o enunciado - audiência alvo, para a qual se direciona o programa produzido.

¹ A metodologia de pesquisa-intervenção será posteriormente definida neste mesmo capítulo no item 3.4.

² Produções para televisão, apesar de, muitas vezes, terem recursos técnicos e qualidade artística excepcionais, são produções culturais e não necessariamente obras de arte. Estamos apenas extrapolando as análises que Bakhtin efetuou para obras de arte e utilizando-as para compreender as produções culturais transmitidas pela televisão.

Os enunciados trazidos pelas crianças durante as oficinas também não foram interpretados isoladamente, pois, seguindo as diretrizes de Bakhtin, consideramos estes enunciados como constituídos historicamente e socialmente. Assim, os enunciados, por mais monofônicos que se apresentassem, foram considerados como constituídos por outras vozes, por outros enunciados anteriores a eles, e constituídos já no aguardo de enunciados-resposta. Seguindo esta interpretação, pode-se dizer que um enunciado não começa ou termina em si mesmo, ou seja, um enunciado está sempre dialogando com outras vozes.

“Todo enunciado – desde a breve réplica (monolexêmica) até o romance ou o tratado científico – comporta um começo absoluto e um fim absoluto: antes de seu início, há os enunciados dos outros, depois de seu fim há os enunciados-respostas dos outros (ainda que seja como uma compreensão responsiva ativa muda ou como ato-resposta baseado em determinada compreensão)” (Bakhtin, 2000: 294)

Analizamos as produções audiovisuais contemporâneas para televisão, seguindo o conceito de que uma obra de arte é o reflexo da relação indissolúvel entre criador/obra/contemplador, entende-se aqui o texto televisivo como uma obra que existirá apenas na inter-relação dos produtores com o texto e com a audiência. Sem a compreensão desta relação não há como compreender o texto nem suas representações sociais e ideológicas, ou seja, seus efeitos sobre a audiência.

“Entretanto, o artístico na sua total integridade não se localiza nem no artefato nem nas psiques do criador e contemplador consideradas separadamente; ele contém todos esses três fatores. O artístico é uma forma especial de inter-relação entre criador e contemplador fixada em uma obra de arte. Uma obra de arte vista do lado de fora desta comunicação e independente dela, é simplesmente um artefato físico ou um exercício lingüístico. Ela se torna arte apenas no processo de interação entre criador e contemplador, como o fator essencial nessa interação” (Bakhtin - Volochinov, 1976: 7)

Este pensador, com sua teoria de que sendo reflexo desta relação à obra de arte possui um caráter iminente social, nos dá a possibilidade de refletir também sobre as produções culturais transmitidas pela TV. Estas produções, apesar de não serem necessariamente obra de arte, podem ser compreendidas a partir das premissas traçadas por Bakhtin. O conteúdo televisivo possui caráter social interagindo com o meio extra artístico, social e ideológico. Desta forma, o social e o ideológico são influenciados e refletidos pelas produções culturais para TV, e da mesma forma estas produções não apenas refletem, mas são influenciadas pelo contexto à sua volta.

No caso das produções televisivas, a relação criador/contemplador/obra de arte torna-se ainda mais poderosa, em virtude da abrangência do veículo - número de pessoas que alcança e a quantidade de horas que estas produções entram maciçamente no cotidiano das pessoas. Substituindo-se criador por produtor, contemplador por audiência e obra de arte por conteúdo televisivo, temos a relação que vai definir o que é a audiência e o que é o texto televisivo, assunto este amplamente discutido no item 3.3 deste capítulo.

Foi a partir deste diálogo com Bakhtin que analisamos os enunciados televisivos, os enunciados dos produtores de televisão, e os enunciados das crianças (as co-autoras deste projeto), que, desta forma, estão sempre considerados dentro do momento sócio-histórico que vivemos.

3.3

Audiência Infantil: desconstruindo e redimensionando sua concepção

*O que você passaria na TV se você fosse a pessoa que escolhe os programas?
Ah! Eu podia escolher tudo? Não sei o que eu ia escolher, mas é isso o que vou querer ser quando crescer, o homem que escolhe tudo.
(Mateus, sete anos.)*

Como já mencionado anteriormente, utilizamos o conceito de audiência infantil trazido pelo pesquisador David Buckingham (2000). Atualmente, existem duas definições de audiência que se colocam de forma antagônica, são elas: a audiência infantil é passiva e incapaz de reagir criticamente aos enunciados trazidos pela programação televisiva; e a audiência infantil é capaz, crítica e exigente.

Primeiramente, vamos nos deter na audiência passiva: esta passividade seria proveniente da imaturidade psíquica das crianças que, por possuírem menos recursos para criticar ou recusar algo apresentado, seriam telespectadores mais vulneráveis. Esta linha de raciocínio é muito utilizada na área de psicologia, como pode-se perceber

em trabalhos de autoras como Liliane Luçart (1995) e Angelina Belli (1998), com as quais dialogamos a seguir.

Belli nos fala sobre a presença da televisão, que sempre satisfaz, não deixando espaço para a dúvida e a angústia, fatores básicos para a construção do eu. A falta deste espaço seria especialmente prejudicial para os indivíduos em processo de estruturação, já que estes estariam se formando dentro de uma lógica de realização de desejos, que levaria à alienação. Seguindo o mesmo raciocínio, a pesquisadora Liliane Luçart (1995) nos diz que, por sua fragilidade emocional e a sua susceptibilidade à sugestão, as crianças são telespectadores que deveriam ser protegidos. Na citação a seguir, da mesma autora, percebe-se o quão determinantes são os efeitos da presença da televisão para a criança: *“A televisão modela a criança desde o início da vida. Ela cativa o espírito de forma total, já que nenhuma experiência direta consegue contrariar seus efeitos, limitados unicamente pela intervenção dos adultos.”* (Luçart, 1995: 14)

Saindo da área de Psicologia temos Pier Paolo Pasolini (1990) que é enfático na dificuldade de se resistir e se responder à televisão. Segundo ele, a TV não admitiria resistência ou contestações, e isso se dá em virtude de seu estilo de nos fornecer não discursos, mas exemplos de modos de ser:

“Já vou adiantando que é enorme a importância pedagógica da televisão, porque ela também nada mais faz senão oferecer uma série de “exemplos” de modos de ser e de comportamento... a verdadeira linguagem da televisão é de fato semelhante à linguagem das coisas: é perfeitamente pragmática não admite réplicas, alternativas, resistência” (Pasolini, 1990: 127)

A outra definição, em geral utilizada pelos pesquisadores da área de mídia, é a de que esta mesma audiência seria capaz e exigente, fazendo com que produtores de mídia precisassem conceber e produzir programas a fim de satisfazer uma demanda exigente e volúvel. Para esta corrente, as crianças já estariam aptas a julgar o que vêem e mudar de canal - a maior das ameaças para quem produz televisão - quando algo não lhes agrada. As duas definições são úteis para servirem aos interesses dos adultos ao redor, mas a opção por uma delas pode levar a um raciocínio simplista.

É preciso, então, buscar novos caminhos para que se possa redimensionar a audiência infantil. Buckingham propõe, em suas discussões sobre metodologia, que ao se pesquisar audiência infantil procure-se desconstruir este conceito como algo pronto, que

existe autonomamente. Seja pela corrente que vê a audiência infantil como passiva e subordinada, constituída por crianças totalmente vulneráveis aos conceitos veiculados pela mídia, seja por aqueles que entendem a audiência infantil como crítica, demandante e com poder de decisão. Em termos metodológicos, ao optar por uma das correntes, existiria o risco de simplesmente substituir a idéia de criança incompetente por criança inatamente competente. Esta opção poderia nos levar a dois extremos e a uma visão simplista.

E como fazer para redimensionar a audiência infantil? Buscando novos caminhos para defini-la a partir da relação das crianças telespectadoras com o texto divulgado pela televisão. Ao analisar esta relação consideramos o contexto onde estas crianças estão, o que elas já sabem sobre mídia, qual a intervenção de seus pais no que se refere a assistir televisão e como é seu ambiente familiar. Assim, para se compreender a audiência infantil, precisaríamos também entender o que é o texto, ou seja, a narrativa televisiva, sempre considerada na interação com as crianças no contexto da família e da escola.

E como definimos o texto televisivo? É o enunciado televisivo: são as falas dos personagens e dos apresentadores, todo o contexto imagético e a entonação das falas, que situa os enunciados cronológica, histórica e socialmente.

E como foram produzidos estes enunciados que estão sendo transmitidos pela televisão sob o título de programação infantil? Foram constituídos pela interação entre legislação, autores e audiência. Desta forma, o texto televisivo não é uma obra fechada constituída por imagens e narrativa. É a interpretação, por produtores de televisão, da legislação que define o que pode ser veiculado para crianças, combinada com as respostas recebidas por estes profissionais de seus pares e das pesquisas de audiência e, hoje em dia, a resposta direta da audiência por sites, cartas e e-mails. No Brasil, onde a maioria dos programas infantis é produzida em outros países, os interesse comerciais das empresas exportadoras de programas e a legislação vigente nos países produtores também deve ser considerada nesta relação.

A partir das proposições de Buckingham de como proceder para analisar a televisão infantil e seus efeitos sobre a audiência, vamos desconstruir hipóteses vigentes sobre

audiência infantil, utilizando-nos de questões tais como: de que forma a televisão constrói a audiência infantil? Como as crianças definem a si mesmas e suas necessidades enquanto audiência?

A grande contribuição que Buckingham nos traz é a constatação da importância da interação entre a audiência e a narrativa televisiva, para se compreender a audiência. Esta constatação expande os horizontes da pesquisa e minimiza as possibilidades de uma análise simplista da questão da audiência. Para este autor, existe uma troca entre as partes – audiência e texto televisivo - sem que nenhuma das partes se sobreponha à outra. Os efeitos seriam determinados pela relação, sempre em construção, entre as partes ao longo do tempo.

O diálogo com este pesquisador é imprescindível para a compreensão de audiência infantil que pretendemos neste trabalho. Todavia, quanto a não atribuir destaque algum a qualquer das partes na relação, entendemos que pela força repetitiva da mídia - apresentando seus programas incansavelmente, diariamente ao longo de anos e anos, e atrelando seus personagens a produtos de consumo como brinquedos, roupas, material escolar e o que mais puder desejar a mente humana - a narrativa televisiva possui os meios para influenciar mais a audiência infantil do que esta com seus desejos afetá-la.

3.4

Pesquisa-intervenção: tecendo novos caminhos para a pesquisa com crianças e imagens

Como definimos esta metodologia de pesquisa denominada pesquisa-intervenção³? No contexto das pesquisas desenvolvidas no âmbito do GIPS, a pesquisa-intervenção caracteriza-se por uma concepção de produção de conhecimento compartilhada entre o pesquisador e seus interlocutores, onde os resultados são constantemente utilizados

³ O conceito pesquisa-intervenção vem sendo desenvolvido no âmbito do GIPS – Grupo Interdisciplinar de Pesquisa da Subjetividade, coordenado pela professora Solange Jobim e Souza no departamento de Psicologia na PUC- RIO.

como alimentadores do processo, o que define esta abordagem como tendo uma dimensão essencialmente educativa e transformadora. Esta estratégia metodológica pautada na perspectiva dialógica supõe a presença permanente da reflexão crítica que vai sendo incorporada durante o processo de investigação.

Trata-se, no contexto desta pesquisa, de um enfoque metodológico onde criança e pesquisador interagem como dois sujeitos com capacidade de influenciar não só o andamento da pesquisa, mas, também, as experiências cotidianas de ambos. O pesquisador não irá apenas ouvir o outro, mas provocar discussão, buscando uma reflexão de ambos sobre o tema. Existe nesta pesquisa a clara intenção de intervir, mudar o curso da relação da criança com a televisão. Esta intervenção ocorre a partir de uma postura facilitadora do pesquisador incentivando o pensamento crítico e a conscientização de que é possível refletir sobre a experiência cotidiana.

Utilizando este enfoque teórico-metodológico, a criança em nenhum momento será vista como objeto a ser pesquisado, mas sim como um sujeito dotado de um saber a ser reconhecido e legitimado dentro de seu grupo de pares e pelo adulto pesquisador. Nesta equipe formada pelas crianças e pela pesquisadora deve prevalecer a relação de alteridade, em que se pressupõe que todos, crianças e adultos, tem algo a dizer.

Como fazer para que o papel do adulto não se sobreponha ao da criança nesta relação dialógica? Esta não é uma questão simples e traz para a reflexão os grandes desafios que a pesquisa-intervenção representa para o pesquisador: como escutar o outro? Como perceber o conhecimento trazido pelo outro? Estas questões tornam-se ainda mais complexas se os interlocutores forem crianças, cidadãos que historicamente tem suas opiniões interpretadas como menos fidedignas que a dos adultos, cidadãos cujos discursos precisam ser confirmados pelo depoimento de um adulto para serem aceitos. O que procuramos fazer para dar à criança a possibilidade ser efetivamente ouvida? Procuramos não sobrevalorizar o conhecimento do adulto, tanto o adulto como a criança apresentam possibilidades de compreender as experiências que compartilham. Este entendimento já se faz presente em trabalhos como os de Castro e Jobim e Souza (1997).

Não podemos ignorar, no entanto, que o lugar social ocupado pela criança na sociedade deixa seus reflexos nos sentidos atribuídos por ela às suas experiências. Não só pelas naturais e conhecidas diferenças cognitivas⁴, mas, também, pelas diferentes relações que crianças e adultos estabelecem com os objetos e códigos da cultura. Exatamente nestas diferenças encontra-se o foco de interesse desta pesquisa. Buscamos ouvir a voz da criança e responder a partir da relação criança-adulto a questão: quais as representações da televisão que circulam no contexto cultural e subjetivamente entre a criança e o outro? Os sentidos atribuídos às imagens televisivas pelas crianças são diferentes daqueles atribuídos por adultos. São estes sentidos trazidos pelas crianças que estamos em busca de conhecer.

A pesquisa-intervenção com crianças tem como suporte o lúdico, considerando-o como atividade-meio e espaço propícios para a emergência da dialogia entre a criança e o pesquisador adulto. Entendemos ser através do lúdico que a criança torna-se capaz de expressar os significados que atribui às suas experiências sociais e culturais. Assim, a fantasia, as brincadeiras, as conversas espontâneas foram sempre valorizadas no decorrer na pesquisa. E foi através da análise das brincadeiras, desenhos e conversas infantis que buscamos perceber os significados atribuídos às experiências vividas nas relações com a família e com seus pares, permeadas por sua interação com a televisão.

O enfoque metodológico deste trabalho foi pesquisar a partir da interação com as crianças as experiências culturais e sociais advindas da convivência delas com a programação infantil, buscando as representações que o discurso televisivo traz para estas crianças.

A partir deste enfoque, entendemos que as crianças são sujeitos da pesquisa tanto quanto o adulto pesquisador. Assim, almeja-se, durante todo o percurso deste trabalho, desenvolver uma relação alteritária onde a voz destes sujeitos infantis seja ouvida e respeitada como a de um co-autor. A intenção aqui é criar um espaço para que estes co-autores tenham, efetivamente, sua voz considerada sobre um assunto que, teoricamente, é concebido com a intenção de ir ao encontro do desejo da audiência infantil. Estes meninos e meninas, que convivem diariamente com a programação infantil da televisão, vão atribuindo sentidos àquilo que assistem, construindo representações

⁴ Não é intenção deste trabalho descrever o desenvolvimento cognitivo das crianças.

sociais a partir do que vêem e, especialmente, a partir das relações com seus pares e os adultos.

Como buscamos conhecer estes sentidos? Através da observação do discurso, das brincadeiras e desenhos de crianças, entre 5 e 7 anos, durante oficinas desenvolvidas dentro do espaço escolar. O que assiste, o que gosta, o que não gosta, em que lugar da casa fica a televisão, com quem vê televisão e a discussão do conteúdo dos desenhos, são as questões que norteiam as oficinas⁵.

Foram feitas 3 oficinas⁶ em duas escolas privadas, localizadas na zona sul do Rio de Janeiro. A primeira oficina, na escola A, constituiu-se de encontros com crianças de 1ª série do ensino fundamental, com 7 anos de idade completos. A segunda oficina, na escola B, foi feita com crianças da pré-escola, com 5 anos de idade. A terceira oficina foi realizada com crianças da escola B, da classe de alfabetização, com 6 anos completos. As oficinas consistiram de 4 encontros de quarenta minutos cada, com cada grupo de crianças. As atividades sofriam pequenas variações de um grupo para o outro, em virtude de diferentes interesses e o nível de atenção do grupo. Basicamente as atividades eram desenhar personagens de televisão, interpretar os personagens favoritos, assistir desenhos animados escolhidos pela pesquisadora, assistir a desenhos animados escolhidos pelas crianças, discutir o desenho assistido e brincar de entrevistar profissionais de mídia fictícios.

Durante as oficinas foram usados gravador e máquina fotográfica digital. O gravador, além de armazenar dados para a pesquisa, foi utilizado para que as crianças o manipulassem, gravassem e reconhecessem sua vozes e as dos amigos. Da mesma forma, a camera foi utilizada para que as crianças fotografassem seus pares e especialmente para que vissem suas próprias imagens na camera, posteriormente impressas em papel. As atividades lúdicas envolviam sempre imagens e sons, as possibilidades de reprodução destes, e os valores dessas imagens e sons trazidos para o cotidiano através da TV.

⁵ As oficinas estão detalhadas no capítulo 4 item 4.4

⁶ Durante todas as oficinas contamos com a colaboração de Fabiana Dantas Geraldi, aluna do curso de graduação em psicologia da PUC-RIO e membro do GIPS.

Após o trabalho de campo, iniciou-se uma nova etapa da pesquisa, onde a pesquisadora deixou de se relacionar, pessoalmente, com o outro criança passando para uma relação mais distante e impessoal, que é a relação com o material produzido durante as oficinas: texto, desenhos e fotografias. Como procedemos para que a análise deste material fosse feita seguindo o mesmo enfoque adotado durante o trabalho de campo? Como ouvir e respeitar as muitas vozes presentes neste material, sem cair na armadilha de esquecer ou ignorar que do outro lado existe um outro que produz o texto tanto quanto o pesquisador que o estuda? Fomos buscar respaldo teórico nos textos de Marília Amorim (1996), e concordamos com a pesquisadora que “*a situação de análise do material escrito constitui-se, ela própria, numa situação de produção de conhecimentos e não de pura transcrição de um conhecimento produzido anteriormente*”. (Amorim, 1996: mimeo).

A passagem da situação de campo à situação do texto deve ser realizada sem que a palavra do outro se perca. Esta passagem constitui-se em uma forma polifônica de análise: o outro tem aqui a função de interpelar o pesquisador. Esta intervenção do outro no texto e o reconhecimento de sua função de interpelar e questionar o pesquisador faz com que a subjetividade do pesquisador influencie no trabalho de pesquisa, não como uma subjetividade intimista ou pessoal, mas focada no objeto da pesquisa. Assim, esta abordagem polifônica da análise do material da pesquisa permite que o pesquisador dialogue com o texto e tenha sua palavra alterada pela presença do outro. A intenção ao se utilizar esta abordagem de análise do material é manter a mesma perspectiva dialógica que buscamos durante todo o trabalho de campo.

4

Operacionalizando o trabalho

*Se perdemos tudo o que é pequeno perdemos também nossa orientação, nos tornando vítimas do que é grande, impenetrável, superpotente. Deve-se lutar por tudo o que é pequeno e que ainda existe. Aquilo que é pequeno confere ao que é grande ponto de vista.
(Win Wenders)*

Queríamos ouvir crianças pequenas e queríamos poucas crianças de cada vez para que elas se sentissem ouvidas e para que realmente as ouvíssemos. Foi com estas definições e com o texto de Wenders (1994) em mente que começamos a definir as oficinas. Decidimos que o trabalho seria feito em oficinas com crianças entre 5 e 7 anos no ambiente escolar. Queríamos, igualmente, ouvir os pré-escolares, por serem os menos ouvidos nas pesquisas de opinião sobre televisão. A opção pelo espaço escolar se deve ao fato de que na escola, as crianças, por estarem em um ambiente que é habitual para elas, onde o único fato estranho é a presença do pesquisador, estão mais a vontade, além de estarem cercadas por seus pares diários, o que se traduz em confiança adicional.

Optamos por escolas privadas na zona sul do Rio de Janeiro, escolha que nos levou a crianças de classe alta e média-alta. Ao fazer esta opção definimos, intencionalmente, a classe social das crianças participantes da pesquisa pois, gostaríamos de conhecer o ponto de vista de crianças que tinham acesso a canais com programação exclusiva para crianças, ou seja as televisões por assinatura e ainda, crianças que tivessem acesso a outras formas de entretenimento além da televisão, como teatro, clubes. No Brasil as televisões por assinatura estão limitadas as classes mais favorecidas.

É preciso ressaltar que não existe neste trabalho qualquer intenção de comparar a visão das crianças de diferentes classes sociais, pois qualquer comparação apenas empobreceria o entendimento daquilo que é a visão da criança, independente da classe social onde buscamos enquadrá-la. Acreditamos que todas as crianças devem ter direito às mesmas oportunidades e direitos. Apenas não gostaríamos de ignorar o fato de que as classes sociais onde estão as famílias destas crianças lhes possibilita diferentes experiências. Nesta pesquisa a voz que ouvimos pertence a crianças que tem

acesso diário às televisões pagas, crianças habituadas a viajar, crianças com acesso freqüente a diversos outros tipos de entretenimento como teatro e cinema e, em sua maioria, filhas de pais com nível superior. Existe uma outra característica da infância atual que não parece estar relacionada com a classe social: a ausência dos pais por longas horas em virtude de excesso de trabalho ou compromissos sociais. Em outras palavras, em todas as classes é possível encontrar crianças que vivem uma experiência de infância solitária, bastante afastadas de seus pais.

Para o trabalho de campo preparamo-nos da seguinte forma: assistimos a programação infantil disponível nos diversos canais infantis nos detendo especialmente na TV Globo e Nickelodeon; conversamos com dois profissionais de mídia responsáveis pela programação infantil destes dois canais de televisão e “entrevistamos” crianças informalmente. A intenção destes três passos prévios era seguir o enfoque teórico que optamos por utilizar neste trabalho para compreender a audiência infantil, que é, em última análise, com quem dialogamos nesta pesquisa. A audiência infantil, segundo a proposição de Buckingham (2000), pode ser compreendida a partir da relação entre produtores, o conteúdo televisivo e a audiência a quem se dirige a programação. A fim de nos manter no caminho apontado por este autor fomos conhecer o discurso de dois profissionais de mídia, analisando, igualmente, o conteúdo dos programas infantis. O terceiro item da relação, a audiência, seria conhecida no decorrer das oficinas. Com o intuito de chegar às oficinas conhecendo um pouco da visão das crianças, evitando o erro de imaginar que apenas nós adultos, detentores do conhecimento, sabemos sobre o assunto a tratar, incluímos como terceiro ponto de preparação entrevistas feitas com crianças, que nos deram recursos para preparar o roteiro das oficinas.

4.1

O que dizem os produtores

Partindo do enfoque teórico de Buckingham de que a audiência deve ser compreendida a partir da relação contínua entre produtores, conteúdo da programação, e a própria audiência, iniciamos o trabalho de campo entrevistando informalmente dois diretores de televisão na área de programação infantil, um da Rede Globo de Televisão e outro diretor para a América do Sul do canal de TV por assinatura Nickelodeon.

Buscou-se através destas entrevistas o ponto de vista do profissional que define o que vai ao ar como programação infantil. Ou seja, buscou-se conhecer a ideologia dos que produzem ou, melhor, daqueles que, mesmo quando não produzem¹, definem o que será transmitido pela mídia. Nestas entrevistas, as questões versaram sobre os seguintes temas: Quais os critérios para se definir o que está sendo adquirido e produzido para a audiência infantil brasileira? O que as crianças gostam de assistir? Como se define a audiência infantil? São feitas pesquisas com crianças antes de se optar pela compra de um programa?

Em agosto de 2001, as maiores audiências em programação infantil na Rede Globo eram:

“Dragon Ball Z”

“Digimon”

“Cavaleiros do Futuro” (dentre os três o único produzido internamente na TV Globo)

Iniciamos as entrevistas abordando as maiores audiências e indagando quais os ingredientes para se ter uma boa audiência, ou seja, o que não apenas atrai, mas também cativa as crianças dentro do conteúdo da programação infantil. Mundos a parte fascinam as crianças, talvez porque elas mesmas se percebam habitando um mundo a parte do mundo adulto. Assim, desenhos que traçam esse universo paralelo tendem a atrair e reter a atenção das crianças, e.g. “Dragon Ball Z” com sua saga, ou “Rugrats” com o mundo dos bebês. Este ponto de vista pode ser confirmado por resultados de pesquisas de audiência: estes programas com mundos paralelos têm tido muito boa aceitação e, também, como poderá ser visto no último capítulo desta dissertação – Conclusões: o que nos trouxeram as crianças - mundos a parte realmente parecem fasciná-las.

As entrevistas continuaram com a pesquisadora abordando a questão da ausência de personagens adultos ou personagens adultos representados apenas por “pernas”, tal como ocorre hoje na animação do Cartoon Network “A Vaca e Frango”, e como se vê há muito tempo também no “Tom e Jerry”, levantando a hipótese de que este procedimento

¹ No Brasil, grande parte da programação infantil é importada sobretudo dos EUA e, atualmente, também do Japão.

seria uma maneira de excluir o adulto do universo infantil, dando maior autonomia à criança. Segundo o profissional da TV Globo, não se trata de exclusão dos adultos do mundo infantil, e sim uma tentativa dos criadores dos desenhos de passar ao público a visão que a criança pequena tem do mundo. Afinal, não é assim mesmo que ela enxerga, na altura das pernas de um adulto?

Além disso, segundo nosso interlocutor, não haveria porque excluir o adulto do mundo da criança na televisão, pois a criança sabe que na realidade não faz nada sem a presença de um deles. Sempre existe um adulto que a leva aos lugares, a manda estudar, escovar os dentes etc.

Este ponto de vista nos traz para reflexão algumas questões relevantes quanto à representação dos adultos apenas como pernas e uma voz, em geral autoritária. Por um lado pode estar representando a visão do mundo a partir da altura dos olhos de uma criança, mas a falta de adultos nos desenhos atuais, ou pelo menos a falta de adultos que desempenhem papéis importantes, parece ser uma característica da programação atual e poderia estar refletindo uma tendência da sociedade atual, sociedade na qual as crianças estão mais em contato com seus pares do que com adultos, ou ainda, nos remeter a criança idealizada pela sociedade de consumo e a mídia, uma criança demandante, especialmente como consumidora, com desejos a serem imediatamente satisfeitos, desejos estes criados exatamente por essa mesma mídia ao apresentar incansavelmente novos produtos a cada intervalo comercial, deixando claro para seu público a mensagem “você precisa ter um”, rapidamente absorvida pela audiência infantil.

Quanto às questões “O que tem sido feito para saber o que as crianças querem assistir?” e “É feita alguma pesquisa prévia com crianças, antes de se colocar no ar um programa novo?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

Os profissionais de mídia nos reportaram que hoje em dia é muito difícil realizar uma pesquisa prévia, já que a compra da programação é feita muitas vezes dois anos antes do programa estar disponível para exibição em grande escala. Em diversas ocasiões, para se definir a compra, assiste-se apenas um *trailer*, ainda na língua original do produto. Não seria produtivo mostrar para as crianças o programa ainda nesta forma

preliminar. Na TV Globo nos foi dado como exemplo a compra de um novo desenho apenas pelo cartaz. O cartaz estava exposto na sala onde conversamos e mostra um grande número de robôs alinhados lado a lado.

São robôs que lutam, se transformam e têm como ingrediente mágico para as crianças a luta do mundo do bem contra o mundo do mal. Este desenho, Medabots, que foi comprado pela TV Globo apenas a partir de um cartaz de propaganda, tornou-se uma das maiores audiências na programação infantil, conforme poderá ser verificado mais adiante neste mesmo capítulo, quando descrevermos o retorno a TV Globo para uma segunda entrevista em abril de 2002. É caso de se refletir sobre o quanto estes profissionais conhecem sobre o que se pode esperar da audiência alvo.

Quando perguntados sobre a possibilidade de discutir com grupos de crianças a programação que está no ar, os profissionais, com os quais conversamos separadamente, tem opiniões convergentes, nos relatando que, há algum tempo, o procedimento de reunir as crianças em grupos focais era bastante utilizado, mas está sendo menos utilizado atualmente. Entende-se que, apesar de útil, não era o procedimento ideal, uma vez que em um grupo de crianças sempre existe uma criança que lidera e as outras seguem a opinião dela. O melhor seria exibir a programação e ver se elas assistem, pois se não gostam do que está sendo exibido começam a conversar ou brincar. No caso de produções que podem ser alteradas estes grupos, apesar do problema da criança líder, podem ser mais eficazes, pois o programa pode ser alterado a partir do resultado dos grupos, como é o caso das telenovelas e programas infantis como “Sítio do Pica-Pau Amarelo”, que por ser uma obra produzida internamente pode ir alterando seu formato considerando a opinião dos telespectadores. No caso dos desenhos já comprados como obra terminada, mesmo depois que o programa está no ar pesquisas com grupos de crianças seriam menos eficazes do que o acompanhamento minuto a minuto pelos números do IBOPE, pois a partir destes números pode-se averiguar o que o telespectador assiste ou não, optando por manter o programa no ar ou substituí-lo.

É indispensável aqui a ressalva de que os números do IBOPE, que geralmente são acompanhados pelo profissionais de mídia e publicidade, são aqueles medidos na

grande São Paulo, minuto a minuto². Assim a realidade da preferência do público infantil mostrada pelo IBOPE é a preferência das crianças que habitam a periferia de São Paulo, ou seja, crianças das classes C, D, E, com opções de lazer muito diferentes daquelas que são possíveis para uma criança que mora na zona sul do Rio de Janeiro, em Friburgo ou em Maceió por exemplo. Além disso, para fins de audiência infantil, as pesquisas são feitas com crianças entre 4 e 11 anos. É correto inferir que, para fins desta pesquisa, que tem como recorte ouvir crianças pré-escolares da zona sul do Rio de Janeiro, pode-se encontrar preferências distintas daquelas generalizadas pelo IBOPE para todo o Brasil, uma vez que este não é especificamente o público pesquisado por este instituto.

Outra questão levantada foi o fato de que diversas pesquisas concluíram que entre os programas mais assistidos pelo público infantil está a programação noturna, para adultos. Numericamente, as crianças acabam assistindo mais programação de adulto, pois à noite, quando o número de crianças em casa é maior, quem tem o poder de decisão sobre o que assistir é o adulto. Segundo nossos interlocutores, nos Estados Unidos é mais fácil programar para crianças porque todas tem o mesmo horário escolar, enquanto aqui no Brasil parte das crianças está na escola no turno da manhã e parte no turno da tarde, o que torna mais difícil o trabalho dos programadores, já que apenas a noite todas as crianças estariam disponíveis para assistir televisão.

Quanto à qualidade da programação infantil, na opinião destes profissionais de mídia, é sempre melhor que a criança esteja assistindo um programa para crianças do que para adultos, pois trata-se de programação que foi produzida pensando na criança.

Retornei à TV Globo em 25/4/2002, com a intenção de atualizar dados de audiência, verificar quais novos programas estavam sendo transmitidos, sua aceitação pelo público, e discutir o resumo da entrevista anterior, pois queria que o entrevistado estivesse de acordo com meu entendimento de suas opiniões. Concordamos que era um resumo adequado do que tínhamos conversado anteriormente. No canal Nickelodeon foi feita apenas uma visita e algumas conversas por telefone.

² Existe uma outra medição realizada semanalmente em seis diferentes capitais, mas a medição em geral utilizada para auferir audiência pelos anunciantes e profissionais de televisão é esta, minuto a minuto na grande São Paulo.

Haviam se passado 8 meses desde a primeira entrevista, um longo intervalo de tempo em se tratando de televisão. Neste intervalo o “Sítio do Pica Pau Amarelo”, programa infantil baseado na obra de Monteiro Lobato, havia sido relançado e estava entre as melhores audiências dentro da programação infantil. Nesta data as maiores audiências de programas infantis eram: “Sítio do Pica-Pau Amarelo”, “Dragon Ball Z” e “Medabots” (durante a semana), e no sábado “Dragon Ball Z” e “Power Rangers”.

Questionado sobre o por que dos programas menos violentos e com temáticas mais infantis e até educativas (no sentido positivo, uma vez que a TV está sempre educando) são transmitidos apenas em horários vespertinos entre 6:30 e 8:30 da manhã, a explicação dada foi de que programas para crianças menores só podem ser exibidos bem cedo, pois eles não tem como disputar audiência com os maiores. Em outras palavras, não há um número de telespectadores com idades entre 2 e 4 anos que consiga competir com a massa de telespectadores infantis, com mais de 4 anos. Desta forma, a programação para os menores não é competitiva em termos de audiência, o que faz com que seja transmitida apenas em horários não muito disputados, como 6:30 as 8:00 da manhã.

Conversando sobre a dificuldade que as crianças menores tiveram para desenhar o que não gostavam na televisão, levantei a hipótese de que elas viam o que estava disponível para elas, sem muita crítica. A hipótese foi aceita. E concluímos que mesmo os adultos assistem na televisão o “que desgostam menos”, ou seja, primeiro decide-se que “vamos ver TV”, em seguida, dentro do que estiver disponível, “assistimos o que mais nos agrada.”

Estas entrevistas foram utilizadas não apenas para conhecer o ponto de vista dos profissionais de mídia, mas também para confrontá-las com as contribuições trazidas pelas crianças. É interessante perceber o quanto estes profissionais sabem o que esperar de seu público alvo. Outra contribuição importante outorgada pelas entrevistas é perceber que, se estamos falando de uma faixa de público específica, no caso deste trabalho crianças pré–escolares entre 5 e 7 anos, de escolas privadas da zona sul do Rio de Janeiro, as maiores audiências não são necessariamente o que agrada a este público, como pode ser visto nas oficinas na escola B onde o “Dragon Ball Z”, grande

estrela da audiência, apareceu como um dos programas menos aceitos, mesmo entre os meninos.

Outra questão, que necessita ser discutida não apenas pela academia, mas pela sociedade em geral, é a responsabilidade social que as empresas produtoras, transmissoras e patrocinadoras tem ao definir o que será transmitido, especialmente para crianças, uma vez que esta programação está sendo parte importante da socialização e educação destas crianças, como pode ser visto ao longo deste trabalho.

4.2

O que temos para ver: observando a programação infantil

Ainda segundo o mesmo enfoque teórico metodológico de que para se compreender a audiência é preciso conhecer também o conteúdo televisivo, ficou definido que seriam feitas análises de programas infantis que estavam sendo ofertados pela televisão brasileira especialmente por dois canais de distribuição: Rede Globo e Nickelodeon.

A Rede Globo foi escolhida por ser o canal de distribuição de maior abrangência. Dentre os canais de televisão por assinatura a escolha recaiu sobre o Nickelodeon por este canal ser, de acordo com sua filosofia, exclusivamente para crianças, e possuir uma preocupação de excluir de sua programação violência e assuntos de conotação erótica e sexual. O Nickelodeon se define como um canal com o qual os pais podem deixar seus filhos sem a preocupação de que sejam apresentados a assuntos não adequados para sua idade. E também de ser um canal atraente para a criança e não apenas “saudável”. Essa filosofia atraiu meu olhar e busquei maior contato com a programação deste canal, pois gostaria de perceber se esta filosofia poderia ser realmente percebida através do conteúdo de sua programação. No decorrer do trabalho de campo a preferência das crianças foi me levando a outros desenhos, especialmente aqueles veiculados pelo Cartoon Network.

Assim, comecei com “Rocket Powers”, “Ei Arnold!” e “Rugrats – os anjinhos” (Nickelodeon) e terminei incluindo “Laboratório de Dexter”, “As Meninas Super-

Poderosas” e “Johnny Bravo” (Cartoon Network), sem deixar de passar por “Sítio do Pica-Pau Amarelo”, “Dragon Ball” e “Dragon Ball Z” (Rede Globo).

O Cartoon Network foi o primeiro canal exclusivamente para crianças a transmitir sua programação no Brasil e detêm até hoje o primeiro lugar entre os canais infantis nas televisões por assinatura. Em março de 2002 os personagens mais apreciados pela audiência, segundo pesquisa do site do próprio canal eram:

1º Docinho (“As Meninas Super-Poderosas”)

2º Dexter (“Laboratório de Dexter”)

3º Johnny Bravo (“Johnny Bravo”)

A seguir, uma definição sucinta dos principais desenhos observados:

Canal de distribuição: Cartoon Network

“As Meninas Super-Poderosas”:

“Quando o perigo ronda Townsville, só existe uma solução: Florzinha, Lindinha e Docinho - as Meninas Super-Poderosas! Sob o olhar atento de seu mentor, o Professor, as três meninas voam pelos céus da cidade, salvando os moradores dos vilões malvados que ameaçam a todos. Criada pelo cartunista Craig McCracken, a série ganhou vida depois de ser apresentada no bloco Estréia Mundial de Toons, do Cartoon Network.”³

Docinho é a menina super poderosa de vestido verde, a única que possui um olhar malvado. Ao escolherem os mais populares as crianças votaram na Docinho. As outras duas irmãs, Florzinha e Lindinha, são tão corajosas e lutam tanto quanto ela, sendo as três bastante violentas, mas as outras duas possuem olhares meigos e aparentam ser mais frágeis. Trata-se de uma animação violenta com todos os clichês de que a luta do bem contra o mal justifica a violência por parte dos poderosos do bem. As meninas,

³ As definições a seguir foram obtidas no site Cartoonnetwork.com.br, em março de 2002.

mesmo estando ainda no Jardim da Infância, são as únicas que tem condições de salvar adultos de Townsville, já que estes encontram-se totalmente inertes diante das ameaças de seus inimigos.

“O Laboratório de Dexter”:

Dexter personagem principal deste desenho é “um garotinho de cabelos ruivos, extremamente inteligente, que vive num bairro de classe media tranqüilo, ao lado da mãe, do pai e da irmã mais velha, Dee Dee. Ele vive preocupado em usar suas habilidades tecnológicas para resolver todo tipo de problema, desde como salvar o mundo até confusões com os valentões da escola. O Laboratório de Dexter foi criado pelo cartunista Genndy Tartakovsky e estreou no Cartoon Network no bloco Estréia Mundial de Toons.”

Apesar desta descrição do desenho, a pesquisadora, ao assistir ao programa diversas vezes e ao conversar com crianças sobre ele, caracterizaria Dexter como um menino bem baixinho, em comparação com seus pares e com irmã, usa óculos enormes e está sempre penteado com seu cabelo repartido lateralmente, conforme o estereótipo do aluno mais aplicado da turma. Dexter com freqüência aparenta preocupação, irritação ou maturidade demais. Ele se acha mais inteligente que todos os demais personagens e esta superioridade intelectual lhe dá um ar de impaciência. Dee Dee, por sua vez, é alegre, infantil, possui um quarto totalmente cor-de-rosa, e adora participar das experiências do irmão, apesar de quase sempre estragar tudo. Dee Dee demonstra ser mais capaz de socializar, é falante e tem uma voz mais infantil. Dexter sempre se refere à irmã usando o adjetivo idiota.

“Johnny Bravo”:

“Não importa em que tipo de situação esteja, Johnny sempre acha que pode se dar bem usando sua boa aparência e golpes de caratê. Sua pretensão é compensada pelo profundo amor que ele tem pela mãe e

sua paciência com a Pequena Suzie, a única menina apaixonada por Johnny. Dirigido por Gary Hartle, Johnny Bravo estreou no bloco Estréia Mundial de Toons.”

Johnny Bravo é um sujeito que pratica fisiculturismo, totalmente preocupado com sua aparência, é obcecado por seu cabelo. Profundamente inseguro com relação as mulheres, não tem nenhum sucesso com elas. As personagens femininas da animação são quase todas grosseiras e o que mais acontece a Johnny é apanhar delas com bolsas, socos, chutes etc. Este desenho é tomado de clichês de homens perseguindo mulheres e sendo rechaçados por elas, e traz estereótipos dos gêneros masculino e feminino bastante fortes.

Canal de distribuição: Rede Globo

“Sítio do Pica-Pau Amarelo”:

“O Sítio do Pica-pau Amarelo é um lugar onde tudo pode acontecer. Não há limite entre realidade e a fantasia. Dona Benta e Tia Nastácia cuidam das crianças enquanto essas só cuidam de uma coisa: fazer reinações e aventuras.

O sítio também é um espaço democrático Todos aqui têm direitos e os adultos respeitam as opiniões das crianças.”

(Monteiro Lobato. Site da TV Globo – outubro/2002)

Programa com temática bucólica: vida no sítio, meninas brincando de boneca e meninos com bodoque. Apresentando muita fantasia, sem violência gratuita. Transmitido de 2ª a 6ª feira por volta de 11:00 da manhã, baseado na obra de Monteiro Lobato. Possui produção bem elaborada, agradando, segundo as pesquisas de audiência, à crianças pré-escolares. Ao longo de nosso trabalho de campo podemos perceber que especialmente as meninas gostam de assistir ao sítio. Ressaltamos, no entanto, que as constantes interrupções publicitárias trazem dupla mensagem para os telespectadores, uma vez que apresentam valores que contrariam aqueles

apresentados durante o programa. Nestas interrupções vende-se de tudo, além de serem apresentadas chamadas da programação noturna (com suas novelas e mini-séries), e as manchetes do noticiário (que é apresentado em sequência ao “Sítio do Pica-Pau Amarelo”), com seus crimes, temáticas adultas e o convite: “Veja a seguir! Até já.”

Canal de distribuição: Nickelodeon

“Ei Arnold!”:

“Ei Arnold! É um programa que apresenta as dificuldades da infância e da vida na cidade grande a partir do ponto de vista de um garoto chamado Arnold. A maior inimiga de Arnold é a Helga, uma menina que adora atormentá-lo, mas que o ama em segredo!” (Fonte: material de divulgação do canal Nickelodeon)

Arnold é um menino criado por seus avós, já que seus pais, provavelmente, desapareceram em uma expedição para ajudar uma comunidade carente. Seus avós são muito idosos e possuem condições financeiras precárias, mas são criaturas animadíssimas, de boa índole e muito presentes na vida do neto. Arnold é um menino tranqüilo, bem resolvido e politicamente correto. Seus melhores amigos são um menino negro, um gordinho judeu e a mal-humorada Helga.

“Rocket Powers”:

“Jogar duro, comer rápido, dar muitas gargalhadas e nunca se cansar de procurar pela sensação máxima de adrenalina! Sem limites e invencíveis em suas próprias mentes, juntos eles aprendem a arriscar. Às vezes fracassam mas ao final todos vencem para formar o tipo de amizade que vocês nunca vão esquecer.” (Fonte: material de divulgação do canal Nickelodeon)

Otto, grande desportista, excelente surfista, skatista e jogador de hóquei, dentre outros esportes radicais, sua irmã Reggie e seus amigos Twister e Pirralho se envolvem em muitas aventuras, sempre relacionadas ao tema esporte e com alguma lição de moral envolvida. Toda vez que se metem em encrencas maiores surge o pai de Otto e Reggie para dar limites. Valores como sinceridade, honestidade e companheirismo são ressaltados em quase todos os episódios, a presença da família é representada pela autoridade do pai, surfista-quarentão que, é companheiro e tem autoridade com seus filhos. Este desenho apresenta uma família pós-moderna onde existe apenas um dos pais, e este é alternativo no modo de vestir e no trabalho que exerce, ao mesmo tempo representa os valores tradicionais de autoridade parental.

“Rugrats – Os Anjinhos”:

“Esta premiada serie da Nickelodeon mostra a vida a partir do ponto de vista dos bebês: do chão para cima. Tommy, Chuckie, Angélica, Phil, Lil e o bebê Dil vivem intermináveis aventuras no mundo dos adultos, onde as coisas mais simples se transformam em grandes aventuras para esses bebês.”
(Fonte: material de divulgação do canal Nickelodeon)

Tommy o mais inteligente e maduro, Chuckie o ruivinho inseguro, alérgico e muito míope, e Angélica a prima mais velha, de três anos, são os principais personagens deste desenho. Angélica é implicante e egoísta e se diverte explorando a ingenuidade e boa vontade dos primos bebês. Os pais dos bebês são estereótipos de pais americanos presentes e participantes na educação dos filhos, já a mãe de Angélica é a típica executiva bem sucedida, mas sem tempo algum para a filha, procurando compensá-la com presentes e dando pouco limite em sua educação. Respeito entre os membros da família, brigas e amor entre irmãos, são temas levantados neste desenho. O cenário é a típica comunidade abastada dos subúrbios americanos, com casas grandes, passeios em parques etc., um pouco distante da realidade das crianças alvo desta pesquisa.

Outra reflexão que surge ao se analisar o conteúdo dos programas infantis, em geral, é a juvenização dos personagens, pois, em geral, os adultos quase não aparecem ou tem falas secundárias. Os heróis hoje são meninos e meninas (os caçadores de Pokemon, o Arnold, os Rocket Powers, a Angélica e o Tommy), enquanto em gerações passadas os heróis eram os adultos (Batman, Super Homem, Mulher Maravilha etc.). Vale uma reflexão sobre que efeitos possuem para a subjetividade das crianças os super-heróis nos quais elas se inspiram terem 8, 9 ou 10 anos de idade. Esta questão voltará a ser abordada com mais detalhes no sub-capítulo 5.4 – As transformações da narrativa: o papel dos adultos.

Finalizando, estes programas tem grande representatividade em termos de audiência auferida e apareceram com frequência nos desenhos e falas de nossos interlocutores durante as oficinas, tendo grande importância no imaginário destes telespectadores. Quanto a serem adequados a crianças pré-escolares, as descrições levantam questões que devem ser analisadas pelas famílias quando vão definir o que se assiste em suas casas ou não. Não se pretende dar uma resposta sobre o que é adequado para crianças pré-escolares, mas trazer análises que estimulem a reflexão e a discussão no âmbito das famílias. Especificamente para esta pesquisa, as descrições dadas pela empresa distribuidora, complementadas pelos comentários da pesquisadora, devem ser analisadas junto com as observações trazidas pelas crianças, que constam do capítulo 5 – Conclusão.

4.3

Começando a ouvir as crianças: preparando as oficinas

Este sub-capítulo consiste em demonstrar como chegamos até o roteiro utilizado nas oficinas com as crianças.

Para produzir o roteiro para as oficinas, seguindo a premissa de que adulto e criança devem ter uma relação alteritária onde o conhecimento de um não deveria se sobrepor ao do outro, optamos por conhecer um pouco o discurso das crianças sobre a programação infantil de televisão e buscar nestes enunciados uma fonte de dados para o preparo das oficinas. A intenção com este procedimento é nos manter no caminho da

busca da comunicação dialógica traçado por Bakhtin, e evitar o erro de se chegar para conversar com a criança sem conhecer o que ela já sabe sobre televisão, como se apenas o pesquisador fosse o detentor do conhecimento.

Resolvemos conversar com 3 crianças de classe média moradoras da zona Sul do Rio de Janeiro, cujos nomes fictícios são Laura (8 anos), Gui (9 anos) e Lucas (8 anos), e analisar o conteúdo da fala destas crianças para então preparar as questões que iriam orientar as atividades com estas.

De posse de um roteiro, bastante informal, sobre os tópicos que iria abordar com as crianças, demos início as entrevistas. A intenção era conversar, tendo em mente que o objetivo era perceber os sentimentos e valores implícitos em seus discursos, e para isso elas deveriam estar a vontade e confiantes em poder dizer o que quisessem. O roteiro existiu apenas como referência para a pesquisadora, não tendo jamais aparecido para as crianças. Para os pequenos interlocutores tratava-se apenas de uma conversa sobre televisão para crianças, já que eu estava realizando uma pesquisa sobre o assunto. O primeiro retorno obtido foi o interesse das crianças em conversar sobre o tema, isto é, a aceitação foi visível e imediata e todos os sujeitos demonstraram estar ávidos por participar. Algumas vezes sugeriram que se entrevistasse também o irmão ou o amigo e outras crianças se candidatavam a ser as próximas entrevistadas. O mundo mágico da televisão, sua luzes e sua fama, apesar de sua intensa presença em nosso cotidiano há várias décadas, não perde o brilho e continua a atrair olhares de todas as faixas etárias e classes sociais de nossa sociedade.

Duração: As entrevistas foram de curta duração, uma vez que, apesar das crianças demonstrarem, claramente, gostar muito de participar, tendiam a se dispersar rapidamente.

Local: Uma na casa de uma das crianças e as outras duas em um espaçoso quintal antes do início de uma festa de aniversário. Todas as crianças foram entrevistadas separadamente.

Não incluiremos a íntegra dos depoimentos das crianças, mas apenas pequenos trechos que nos levam a refletir sobre as questões levantadas. As questões aqui

apresentadas buscam contemplar o recorte proposto por esta pesquisa, qual seja buscar no discurso das crianças representações sobre poder, família, autoridade e globalização.

Analisando a fala das crianças:

A) A visão das crianças sobre famílias - quem ensina a quem

Ao observar a programação infantil da televisão, percebe-se que os desenhos raramente qualificam personagens adultos como os que detêm e passam o conhecimento. Da mesma forma, na publicidade veiculada exaustivamente na TV, as crianças, muitas vezes, aparecem como os que detêm o conhecimento, contrapondo-se a personagens adultos, perdidos em um mundo tecnológico que não dominam, ou submissos as exigências dos consumidores mirins.

Considerando-se este cenário, ao apresentar a questão – Quem ensina, as crianças ou os adultos? - surpreendeu-me a posição unânime dos entrevistados de que na vida real são os adultos que ensinam aos mais jovens.

Lucas⁴ chegou a me explicar que nos desenhos **parece** que as crianças sabem mais porque elas “fazem muita ação mas, é só ação.” Lucas deixa claro em seu discurso que “são os adultos que nos ensinam”. Fica nítida a percepção dele de que nos desenhos não parece ser assim, mas de alguma outra forma ele internalizou o conceito oposto.

Pesq.: Nos desenhos como é que são as famílias, quem ensina para quem? Os pais para os filhos ou os filhos para os pais?

Laura: Ah! É sempre o pai pros filhos. Mesmo nos desenhos é assim.

Lucas: Pai para os filhos ou o avô pros netos, igual no Dragon Ball Z. As vezes, parece que **é** as crianças, porque elas é que fazem mais ação, assim os adultos quase não aparecem, não falam. Mas quem ensina são eles.

⁴ Os nomes das crianças nas oficinas e entrevistas são fictícios, visando preservar suas identidades.

Gui: O Tommy, o bebezinho, ele é o que ensina e os outros vão aprendendo. Mas quem ensina mesmo são sempre os pais para os filhos. Sempre os maiores para os menores, os que já passaram por certas coisas e falam...

Ficou decidido que esta questão definitivamente voltaria a ser abordada durante as oficinas. A primeira impressão era de que, apesar do discurso midiático, as crianças percebiam os adultos como os que detêm o conhecimento e a função de transmiti-lo.

B) Programação infantil - território das crianças

Ao falar sobre os desenhos, as crianças os descreveram minuciosamente, explicando-os como se a entrevistadora não os conhecesse e precisasse dos detalhes para compartilhar aquela experiência sobre a qual estávamos falando. Esta percepção fez-se notar, especialmente, na entrevista com o mais velho do grupo, Gui de 9 anos. Ficou clara a noção destas crianças de que o mundo tecnológico (TV, vídeo game) é mais seu do que da geração que os antecede. Além de ter deixado implícita a percepção destas crianças de que os adultos não entendem de televisão para crianças. Esta percepção, talvez, possa ser explicada pelo fato de que estas crianças se descrevem como assistindo televisão sozinhas e como sendo as responsáveis por decidir o que vão assistir. Há que se considerar ainda que as crianças estavam na posição de “conhecedores do assunto”, pois eram os entrevistados, e a pesquisadora deixou claro que precisaria da colaboração delas para realizar seu projeto.

AÇÃO 1

Pesq.: O que você mais gosta de ver na TV ?

Gui: Dragon Ball Z, é um desenho, tipo guerreiros que tem poderes e batalham contra as forças do mal.

AÇÃO 2

Pesq.: Você já se comunicou com a TV pelo computador, foi lá votar num desenho, conhecer a página?

Gui: Ah já. Tem um do Cartoon. Tem um do Nickelodeon, mas não se chama Nickelodeon, tem outro nome...Nick... , mundo.

Pesq.: Mundonick.com. ?

Gui: É mundonick.com. Você entra preenche assim tem 10 programas de um lado você clica, depois vai do outro lado tem 4 espaços e você escolhe e clica no espaço depois vai escolhendo, e clica em cima do que escolheu depois do outro lado e clica no espaço e o desenho que você escolheu aparece. Pode escolher 4. E aí no sábado eles passam a sua programação, não, eles escolhem, sorteiam assim... Uma dessas coisas.

C) A televisão e sua importância no meio social infantil

A importância da televisão no meio social transparece no discurso do menino mais velho, Gui de 9 anos. A TV é parte relevante das discussões no recreio, assim, é importante assistir o programa “mais cotado” entre seus pares. Na fala de Gui o “Dragon Ball Z” aparece em todas as categorias: o que mais vê, o que mais gosta, o que gostaria de ver o dia inteiro, mas ao dar continuidade a conversa percebe-se que Gui sequer está assistindo “Dragon Ball Z”. Os programas que ele realmente vem assistindo, sendo capaz de descrever com riqueza de detalhes personagens e suas respectivas personalidades, são os desenhos considerados pela grupo de sua faixa etária como para “criancinhas”, tal como definido por Lucas em sua entrevista.

Pesq.: O que você mais gosta de ver na TV?

Gui: Dragon Ball Z, é um desenho, tipo guerreiros que tem poderes e batalham contra as forças do mal.

Continuando a entrevista ...

Pesq.: Antes de ir para a escola o que você vê?

Gui: Eu acordo, tomo café e faço dever, depois eu jogo vídeo game, então só vejo enquanto eu almoço, a minha condução passa lá em baixo as 11 e meia então eu vejo

de 11 as 11:15 *dá prá* ver um episódio completo e mais uma parte dos Anjinhos que é o que passa a essa hora.

Pesq.: E a noite, o que você assiste?

Gui: Filme, ontem eu vi Cine Espetacular, não é da Globo acho que Bandeirantes, ou... SBT. É, é no SBT.

Pesq.: E o Dragon Ball que horas você vê?

Gui: Ah, eu não tô vendo não, só tá passando repetido, então não vejo.

Pesq.: E você e seus amigos, sobre o que vocês conversam no recreio?

Gui: Muitas coisas, e sempre alguma coisa sobre o Dragon Ball.

Pesq.: Se você fosse um cara que não visse TV nunca, como é que ia ser no recreio da escola? Sobre o que você ia conversar?

Gui: Não sei.....Não sei como é, mas ia ser esquisito... lam achar esquisito.

A questão da importância social da TV nos remete a questão levantada pelo profissional de mídia ao dizer que os grupos de crianças para discutir preferências na programação não eram eficazes, pois uma criança tendia a liderar o grupo e as demais apenas a seguiriam. Aqui Gui deixa transparecer a importância de seguir a opinião da maioria. Esta questão voltaria a aparecer nas oficinas onde as crianças demonstravam muita determinação em defender seus pontos de vista, não se dispondo, naquele momento, a seguir qualquer liderança.

Finalizando, o conteúdo televisivo nos mostra uma sociedade onde as crianças estão brincando e crescendo sozinhas e os pais são personagens coadjuvantes. No mundo real as crianças também parecem estar sozinhas ao assistir televisão, ao decidir o que e quando assistir, e ao serem as únicas a conhecer os desenhos animados. Mas, apesar de todas essas evidências, as crianças adotam outra postura, procurando

garantir um lugar para o adulto no mundo real ao afirmar que são os adultos que as ensinam.

A partir das observações dos desenhos animados, estas conversas com crianças e as duas entrevistas com produtores de televisão preparamos o primeiro roteiro de oficinas e o apresentamos na primeira escola. Após o término da primeira oficina, na escola A, fizemos algumas alterações no roteiro e fizemos as duas oficinas finais, na escola B.

4.4

As Oficinas

No final do ano de 2001 obtivemos autorização para que fizéssemos as primeiras oficinas em Colégio destinado ao público classe média e classe média alta localizado em Laranjeiras, zona sul do Rio de Janeiro, com crianças de primeira série (7 anos). No primeiro dia ficamos com a turma toda (em torno de 30 crianças) com a presença da professora de biblioteca. Neste primeiro encontro as crianças assistiram a um vídeo de 8 minutos e desenharam o que mais gostavam e o que menos gostavam de ver na televisão. Não foi possível conversar mais detidamente com aquele número de crianças e com a presença da professora. Gostaríamos de obter conversas mais individualizadas onde o interlocutor pudesse, realmente, se sentir ouvido individualmente mesmo estando dentro de um grupo. Além disso, existia enorme demanda para que suas histórias individuais fossem ouvidas: sempre havia alguém a minha volta buscando ser ouvido. Conversando com a professora concluímos que seria melhor o trabalho ser feito com um grupo menor de crianças. Combinamos que eu iria escolher um pequeno subgrupo para participar da pesquisa e os demais ficariam nas atividades cotidianas com ela.

Como escolher crianças? Não suportava a idéia de escolher algumas em detrimento de outras, por melhor que fossem minhas intenções, me parecia horrível. Todas tinham o que dizer e eu adoraria ouvir a todas. Além disso, escolher me lembra separar, discriminar. Resolvi que escolheria a partir dos desenhos que elas haviam feito no primeiro encontro, pois eu não me lembrava qual criança tinha feito o que.

Desta forma, começaram as oficinas com muito barulho, muita participação das crianças e, no final, um gosto de “quero mais” de ambas as partes. No entanto,

havíamos combinado apenas 4 encontros com a coordenação da escola, o final do ano letivo se aproximava, e a negociação por mais tempo junto as crianças tornou-se muito difícil.

Falar sobre televisão e a oportunidade de assistir desenho animado durante a aula fazia com que as crianças estivessem muito dispostas a participar. Eram crianças ativas, eloqüentes, muito bem informadas, cultas para sua faixa etária e bastante articuladas ao emitir suas opiniões.

No início de 2002, após algumas tentativas frustradas de realizar oficinas em escolas de Ipanema e Leblon, no Rio de Janeiro, obtivemos autorização para trabalhar com as crianças de uma pequena pré-escola em Ipanema cuja clientela são crianças de classe média alta e classe alta. Entrar nessas escolas é compreensivelmente difícil. Imagine um pesquisador desconhecido, sozinho com uma turma de crianças de 5 e 6 anos? As questões que ficam para os dirigentes são quais são as intenções do pesquisador e se este profissional é ético e confiável. Como eu já conhecia uma das diretoras da escola há cerca de um ano, as negociações foram mais fáceis nesta escola.

Apresentei o projeto de oficinas⁵ que consistia de 1 encontro com 40 minutos de duração por semana, totalizando 4 encontros. A primeira oficina seria realizada com crianças de 5 anos, e uma segunda oficina com crianças da classe de alfabetização, com 6 anos. Projeto aprovado iniciam-se as oficinas.

Com as crianças menores tudo fluiu com tranquilidade, mas com as crianças da classe de alfabetização faltava tempo. Estas crianças já tem suas agendas de aulas muito preenchidas, ficando difícil tirá-las de sua rotina. Consequentemente, o tempo que nos foi permitido ficar com elas era muito pouco. É interessante verificar na prática o que é uma agenda de um criança de 6 anos. Chegam na escola por volta de 13:30 e podem ficar no pátio até as 14:00. A partir daí seus horários estão preenchidos com o conteúdo da classe alfabetização e aulas diárias de inglês e semanais de artes, ciências e flauta. Depois do final das aulas normais, as 18:00 horas, são oferecidas atividades extras como capoeira e balé. Antes de irem para a escola a maioria destas crianças têm ainda aulas de natação, futebol ou curso de inglês, isto sem mencionar os deveres de casa.

⁵ A íntegra das proposta encontra-se no Anexo I desta Dissertação

O horário que nos foi dado para as oficinas era o de 13:30 às 14:10, ou seja, o horário do pátio. As crianças chegavam agitadas ou atrasadas e o tempo de nosso contato ficava prejudicado, mas não queria de maneira alguma abrir mão desta oficina, pois aquela feita com as crianças de 5 anos na mesma escola tinha se mostrado muito produtiva. Como resultado eu diria que a dificuldade de horário prejudicou as oficinas com as crianças maiores, mas, de qualquer forma, a contribuição destas crianças ao trabalho foi relevante, pois são crianças esclarecidas, criativas, completamente “conectadas” com tudo o que passa ao seu redor. São críticas, e com disposição para dizer o que pensam.

Quando as crianças me encontravam em horários diferentes na porta da escola vinham me perguntar quando teríamos mais da minha “aula” sobre televisão. Percebe-se, claramente, o interesse das crianças por “aulas de televisão”, seja pela oportunidade de ver desenhos durante as aulas, a oportunidade de falar sobre um assunto que realmente lhes interessa, com alguém genuinamente interessado em ouvir ou, até mesmo, pela fantasia de que estas aulas sejam um caminho para a tão cobiçada FAMA.

5

Conclusão: O que nos trouxeram as crianças

Não gostaria que meus escritos dispensassem alguém do trabalho de pensar por si mesmo. Mas, se possível, servissem para estimulá-lo a desenvolver seu próprio pensamento.
(Wittgenstein)

Vale destacar que não se pretende aqui trazer respostas, mas trazer questões que possam estimular o leitor a refletir sobre televisão e sua influência sobre a infância contemporânea. As questões aqui apresentadas foram definidas considerando-se o recorte proposto por este trabalho com base no arcabouço teórico e conceitual construído ao longo de toda a pesquisa.

5.1

A busca da Fama

*Luz, Quero luz
Sei que além das cortinas
São palcos azuis
E infinitas cortinas
Com palcos atrás*

(Chico Buarque)

Ao chegar na primeira escola percebi as crianças absolutamente dispostas a participar das oficinas sobre televisão, não apenas dispostas, mas empolgadas. Já no segundo encontro, na escola A, pela primeira vez com um grupo menor de crianças – quatro meninas e quatro meninos – no meio de toda balbúrdia, antes mesmo de começar a projeção do desenho, ouvi a pergunta: Esse trabalho é sobre televisão, então a gente vai aparecer na televisão? Continuei a caminhar com eles para a sala de vídeo e resolvi que voltaria a esta questão mais tarde. Chegando na sala de vídeo da escola, começamos a primeira atividade: sugeri que olhassem dentro de uma caixa grande que

eu tinha preparado e deixado em um canto da sala. Na tampa da caixa estava escrito: “ao abrir irá aparecer alguém que entende muito de televisão”.

Pesq.: Um de cada vez, vocês irão olhar dentro da caixa. Lá dentro aparece uma pessoa que entende muito de televisão.

As crianças iam, olhavam... Dentro da caixa havia um espelho grande. Elas retornavam aos seus lugares, algumas sorridentes, outras meio sem graça...

João: Não entendi. Não tem nada.

Pesq.: Vai lá olha de novo. Você vai ver a imagem de alguém que entende muito de televisão para crianças.

João: Ah, vi!

O menino sorri, mas volta para seu lugar com olhar de incredulidade. Depois que todos foram até a caixa e viram sua imagem refletida no espelho a pesquisadora pergunta o que eles haviam visto.

Menina: Um espelho.

Pesq.: Sim, tem um espelho... E o que vocês viram no espelho?

Menino: Eu...

Pesq.: Pois é, é essa pessoa que eu acho que entende muito de televisão. Vocês entendem muito de televisão para criança e é por isso que eu quero tanto saber o que vocês gostam, o que vocês vêem, para ver o que podemos fazer para a televisão para crianças ser melhor.

Pesq.: João, assim que eu entrei você falou: “pesquisa sobre televisão, então a gente vai aparecer na televisão?” É bom aparecer na Televisão, João?

João: É muito bom fica famoso.

Pesq.: Como é ser famoso?

João: Todo mundo vê a gente. Gosta da gente.

Daniel: Fica famoso vira estojo. Fabricam livros, tênis com a gente. Brinquedos... é bom ser famoso.

A magia da TV, o toque de midas que tudo transforma em fama, meteórica ou não. A busca dos quinze minutos de fama tão presente hoje, característica marcante tanto de nossa sociedade neste início de século XXI, como na mídia, onde estão muito em voga programas cuja única função parece ser jogar desconhecidos no mundo maravilhoso da fama, sem que eles precisem de qualquer talento especial. Basta aparecer na TV. São programas como “A Casa dos Artistas” (SBT) e “Big Brother Brasil” (Rede Globo), dentre outros produzidos no exterior. Está implícito no discurso destas crianças a clara percepção que elas têm da importância que a fama possui em nosso cotidiano. A metáfora do menino ao dizer que quando se é famoso “se vira estojo” representa o que é a fama hoje em dia e sua íntima relação com objetos de consumo descartáveis. Exatamente assim é a fama, como um estojo: no ano seguinte, quando aquela imagem impressa no estojo deixar de ser famosa, certamente será substituída por outra, não sem antes ter melhorado a condição financeira do “famoso”.

Na escola B, logo no primeiro encontro surge, espontaneamente, a mesma pergunta sobre a possibilidade de aparecer na TV. Desta vez, feita por uma das meninas. Então a pesquisadora faz uma pergunta geral:

Pesq.: - Quem quer trabalhar na TV?

Criança: Eu, eu, eu!!!!

Pesq.: Por quê?

Criança: Para ter muito dinheiro e não ter uma vida pobre.

Pesq.: Por quê ganhar muito dinheiro é bom?

Criança: Pra ter um quarto novo.

Criança: Para comprar o que você quiser.

Interessante o fato da criança ter mencionado que gostaria de aparecer na televisão para não ter “uma vida pobre”, principalmente porque estas crianças não levam ou levaram uma vida pobre, mesmo assim a televisão com seu toque de midas que tudo transforma em riqueza e fama traz para elas a visão de uma vida melhor ou, talvez, do poder de decisão e a possibilidade de exercer seu poder de compra imediatamente.

Não se pode deixar de considerar aqui a visão de Baudrillard (1995) sobre a lógica implacável da mercadoria. Na sociedade de consumo nossos desejos são produzidos dentro da lógica de que necessitamos daquilo que está sendo produzido e anunciado. O objeto desejado é necessariamente, um objeto distante, e possuí-lo retira dele sua áurea de desejável. Não faz sentido na lógica da sociedade do consumo desejar o que se tem. É preciso almejar o novo e para tanto é preciso se sentir destituído do objeto de nosso desejo. No discurso do menino sobre a importância de se aparecer na TV para não ter uma “vida de pobre” ele se coloca na posição de desejante e não possuidor do objeto de seu desejo. A fama existe em seu discurso como fator que traz a riqueza e, porque não dizer, fama que traz felicidade, uma vez que, a partir dela, pode se livrar da “vida de pobre”. O fato do objeto do desejo precisar ser algo que não possuímos contribui para a aproximação de sujeitos de classes sócio-econômicas diversas, fazendo não só que tenham como referência os mesmos padrões de consumo, mas que, algumas vezes, se sintam não-detentores dos mesmos objetos.

O imaginário trazido pela televisão de fama e prosperidade fascina as mentes infantis, fazendo com que o menino imagine o trabalho na TV como um possível caminho para não ter uma vida pobre. Esse enunciado daria margens para que reflexões, caso tivesse sido encontrado no discurso de uma criança de rua? O imaginário de que a TV poderia tirar a criança da vida pobre não pertence exclusivamente a crianças de classes menos privilegiadas: o desejo iguala a todos. É uma reflexão polêmica mas que não deve ser ignorada.

5.2

A televisão globalizada: o que é ficção e o que é realidade

Bruxa existe sim, mãe. Existe no vídeo

(Thali, 3 anos)

Vou tomar a liberdade de iniciar a reflexão deste sub-capítulo com esta narrativa pessoal, que não gostaria que fosse lida como um discurso intimista, mas como a possibilidade de trazer para a luz da reflexão o que a televisão contemporânea, no Brasil, tem trazido para o imaginário da audiência infantil. A partir das oficinas busquei discutir com as crianças os cenários que, apesar de corriqueiros, são conhecidos apenas através da televisão, como, por exemplo, natais com neve, casas de subúrbio com grandes gramados sem grades e idas para a escola de bicicleta.

Quando eu era pequena, lembro-me de perguntar repetidamente à minha mãe porque nos nossos natais não tinha neve. Vivia querendo ver a neve...

Mais tarde, vendo televisão, achava interessante os desenhos onde sempre apareciam os personagens em grandes casas de subúrbios totalmente arborizados com folhas caindo no outono, sem prédios em volta e com natais sempre cheios de casacos e neve. Acostumei a achar que essas eram coisas típicas de desenho animado, que simplesmente eram assim. A infância nos desenhos era formada por meninos e meninas que brincavam na rua e moravam em casas com gramados na frente e sem grades ou portões. Como se os cenários não refletissem uma realidade externa qualquer, que eu, por desconhecer, julgava inexistente.

Só muitos anos depois, numa temporada morando numa pequena cidade no estado de Michigan, nos Estados Unidos, me dei conta de onde vinham as inspirações para desenhos e filmes favoritos de minha infância de 20 anos atrás. Morávamos em um cenário de desenho animado, com as mudanças de estação bem definidas: folhas avermelhadas forrando as ruas no outono, macieiras para colher maçãs para nossas tortas, frio e muita, muita neve no inverno, e flores na primavera. Foi a primeira vez que

percebi como reais os cenários de meus desenhos animados. Me sentia em casa. Na verdade, era como se estivesse revendo uma parte de minha infância.

Com a intenção de despertar esta questão, levei para as oficinas um desenho antigo de natal. Neste desenho, em uma noite de muita neve, Papai Noel entra pela chaminé trazendo presentes para 7 criancinhas de macacões coloridos que dormiam em uma grande cama. O desenho é muito singelo, ingênuo mesmo, especialmente se considerarmos que a audiência é de crianças do ano 2002 que conhecem milhares de opções de desenhos animados, com mais cores e ação do que esse e, também, de brinquedos tecnologicamente complexos. Este Papai Noel trazia apenas bonequinhas, que se limitavam a dizer mamã, soldadinhos de madeira, bolas e carrinhos simples. Ao ser questionada, com muita propriedade, porque eu levaria este desenho, se não é o que as crianças vêem normalmente, e por que optar por uma animação que traz uma ingenuidade já distante da realidade que elas vivem. Minha intenção era justamente trazer algo de novo, uma visão de infância já quase não ofertada pela mídia hoje e saber se, apesar destas especificidades, as crianças estariam dispostas a aceitá-la. E, ainda, trazer para reflexão junto às crianças a existência de cenários nas animações que não estão relacionados com nossa realidade local, mas com outras realidades mais distantes.

Além destas questões, estava curiosa. Eu tinha uma hipótese, muito pessoal, de que as crianças têm vontade de ser crianças e existe uma enorme pressão das famílias, e especialmente da sociedade de consumo onde estamos todos inseridos queiramos ou não, para que elas cresçam e se tornem jovens consumidores. Este filme serviria para perceber o que nos dizem as crianças a respeito desta infância ingênua e fora de moda. Elas encontrariam espaço para este tipo de programa ou já estaria totalmente fora dos padrões da programação aceitável para elas? E, ainda, esta animação serviria para questionar a existência da neve em nossos natais tropicais, buscando a diferenciação entre o que é o mundo trazido pela telinha e o que é realidade cotidiana.

Escola A

Este desenho e minha insistência em levá-lo na primeira oficina foi uma das opções que mais gostei de ter feito. Nesta primeira oficina, com crianças maiores, esperava por uma

rejeição ao desenho, pois estávamos falando de crianças já descrentes da existência de Papai Noel. Crianças de um colégio grande onde elas eram a turma de menor idade, ou seja, crianças que conviviam com pares maiores e que não eram nada ingênuas.

Surpreendentemente, o desenho foi um sucesso! Especialmente entre as meninas, um sucesso impressionante. Todos pararam o que estavam fazendo para prestar atenção e faziam comentários dóceis: “Que gracinha, olha só!” Mesmo o menino que não parava de jogar *cards*¹ do “Dragon Ball” e se desinteressava da conversa toda vez que ele não conseguia levar os demais a conversar sobre seu assunto favorito, “Dragon Ball Z”, parou de mexer em seus *cards* e assistiu o desenho em silêncio, sem que ninguém lhe pedisse.

Quando o desenho acabou uma menina pediu: “Coloca de novo, por favor...” A partir daí muitos pedidos, sempre de meninas. Mas expliquei que era hora de conversar sobre o que havíamos assistido e que, provavelmente, não haveria tempo para recolocá-lo no final.

Conversamos sobre o que tinham gostado no desenho. Mesmo os meninos tinham gostado muito e falavam das criancinhas de roupas coloridas e dos presentes que Papai Noel tinha trazido com carinho. A conversa foi fluindo agradavelmente. Perguntei se nevava no nosso natal e depois perguntei por que tinha neve neste desenho. Confesso que a resposta de uma das meninas me deixou desconcertada:

“Porque esse natal é o de verdade, o natal lá da terra do Papai Noel.”

Um menino corta do outro lado.

Aai!!! Não existe Papai Noel.

Todos olham para mim. A menina não perde o fio e diz:

¹ *Cards* é o nome dado por cartas, semelhantes a cartas de baralho, com figuras de personagens de desenhos animados. São muito populares entre os meninos, que as utilizam para jogar e colecionar.

Eu sei... mas é na terra dele, que eu falei. Eu sei que ele já morreu, mas a terra dele é lá. Achei tão lindo ele trazendo os brinquedos, aquela bonequinha que falava mamã.

Ninguém mais contestou a existência do Papai Noel, mesmo que já estivesse morto. A ingenuidade, as palavras meigas e carinhosas para descrever a animação, não devem passar despercebidas, pelo contrário, servem para nos fazer refletir sobre o retorno que as crianças nos trazem com relação a um desenho onde a infância ainda é meiga e ingênua. Da mesma forma, podemos dizer que o retorno das crianças segue os mesmos padrões do desenho, se apresentando de forma mais meiga do que quando discutimos outros tipos de desenho, onde prevalece a ironia e a luta pelo poder.

Pesq.: O que acharam do filme?

Menina: Uma gracinha.

Menino: Bem legal.

Menino: Até que era legal.

O mesmo desenho foi apresentado nas outras duas oficinas na escola B, inicialmente para as crianças de 5 anos e depois para as de 6 anos. A aceitação foi semelhante a que vimos na primeira escola. Chegamos a novos discursos sobre a neve e a visão de mundo que estas crianças têm sobre aquilo que é distante e diverso de sua realidade cotidiana.

Pesq.: Tem neve no natal em sua casa?

Criança: Não.

Criança: Só lá em novembro, só em Netuno, eu já sei onde é que tem neve, lá no Plutão.

Criança: Plutão, Plutão...

Pesq.: Olhem só, eu vou perguntar o seguinte: por que no natal do desenho sempre tem neve? Por que será?

Criança: Porque eles estão lá em outro planeta.

Pesq.: Em outro planeta? Será?

Criança: Ah, quer dizer...

Criança: Plutão.

Pesq.: Será que tem neve aqui no Brasil, quando é natal?

Criança: Não.

Criança: Porque é muito calor.

Pesq.: Porque aqui é muito calor. Neste desenho tinha muita neve no natal e o natal de verdade tem neve?

Criança: Não.

Pesq.: Não?

Criança: Não.

Pesq.: Nenhum natal de verdade tem neve? Será?

Criança: Alguns.

Criança: Tem.

Pesq.: Alguns têm?

Criança: Tem, Pólo Norte e Norte do Sul.

Pesq.: O Pólo Norte e o Norte do Sul.

Criança: Na Itália.

Pesq.: Na Itália, você já foi no natal na Itália, Julia?

Criança: Não, mas eu sei que lá tem.

5.3

A diferença de gênero: meninos X meninas

Por isso não provoque... é cor de rosa-choque

(Rita Lee)

Quando comecei a pesquisa, a partir das conversas preliminares com as crianças² percebi que a questão do gênero, com a qual eu a princípio não estava esperando me deparar, certamente apareceria. Observando a programação percebe-se mais programas com ingredientes do agrado do público masculino,³ tais como lutas, aventuras, outras galáxias e personagens principais masculinos (e.g. “Pokemon”, “Dragon Ball”, Dexter, “Tom e Jerry” e Pernalonga).

Estas observações, conjugadas com o que já havia dito o diretor da área de programação infantil da Rede Globo de Televisão, de que a audiência é definida pelo público masculino, pode-se supor que meninos conduzem a audiência. Segundo este profissional, os programas “mais para meninos”, com aventuras, lutas ou ficção, são aceitos pelas meninas, mas um programa muito feminino seria excluído pela audiência masculina. Assim, programas com mais ingredientes femininos (por exemplo desenhos

² Apresentada no sub-capítulo 4.3 Começando a ouvir as crianças: preparando as oficinas.

³ Não há aqui qualquer intenção de generalizar e definir que meninas não gostam de lutas e aventuras, mas percebe-se nas brincadeiras, desenhos e discursos que elas gostariam de ter outras opções.

da Barbie), seriam assistidos exclusivamente por meninas e, no caso de televisões assistidas conjuntamente por meninos e meninas, os primeiros as levariam a procurar outras opções. Assim, para as emissoras de televisão, sempre em busca audiência, são mais interessantes os programas que possam agradar aos dois gêneros ou, pelo menos, agradar aos meninos.

Estas observações são respaldadas por algumas animações novas onde se percebe a mistura dos dois universos na busca de agradar aos dois gêneros. Desenhos como “Rocket Powers” e “Ei Arnold” parecem terem sido pensados para agradar a audiência masculina e feminina. No “Rocket Powers”, apesar do personagem principal ser Otto e ser uma animação cujo conteúdo versa sobre a prática de esportes ainda hoje mais masculinos (surf, hóquei e skate), existe no desenho a irmã de Otto, Reggie, que é um personagem muito atuante: ela participa de todos os esportes em companhia do irmão e de seus amigos e é muito competente em tudo o que faz. De forma semelhante, em “Ei Arnold” a presença da menina Helga com seu mal humor, agressividade e atitudes menos politicamente corretas do que as de Arnold, faz um excelente contraponto com o herói e, apesar de ser uma anti-heroína, traz para o desenho ingredientes como a paixão secreta pelo herói e o dilema entre ser autoritária ou meiga com relação ao amado.

Um outro exemplo de animação que mescla ingredientes masculinos e femininos e costuma agradar aos dois gêneros de audiência infantil é “As meninas Super-Poderosas”. Este desenho tem vários ingredientes que em geral agradam aos meninos (luta, ação, super-poderes e inimigos poderosos). As meninas, que são tão ativas e violentas quanto qualquer super-herói masculino, são, ao mesmo tempo, doces meninas do Jardim de Infância, e este detalhe é muito significativo para atrair o público feminino.

Nas oficinas, as diferentes preferências por gênero ficaram nítidas desde o primeiro momento, quando as crianças estavam desenhando o que mais gostavam de assistir na televisão e, depois, na continuidade das oficinas, ao escolherem o que a pesquisadora iria trazer para assistir no próximo encontro. Nas brincadeiras, ao interpretarem seus personagens de televisão favoritos, as meninas quase sempre escolhiam interpretar

princesas, apesar destas princesas não serem personagens cotidianos da programação televisiva, mas personagens de vídeos clássicos da Disney.

Na primeira oficina, escola A, as crianças desenharam o que mais gostavam e o que menos gostavam de ver na TV. Nos desenhos das meninas, “Dragon Ball” e sua continuação (“Dragon Ball Z”) apareceram, na maior parte dos desenhos, como os menos aceitos. No caso dos meninos, como os favoritos. Na discussão entre eles fica clara a diferença entre as duas audiências e os comentários de ambas as partes são fortes: “irado” e “maneiro” no lado masculino, enquanto “odeio” e “detesto” no lado feminino.

Pesq.: Os meninos escolheram o desenho do Dragon Ball Z, como o mais legal da televisão. Por que?

João: É irado, maneiro!! Tem luta. Eles sempre lutam!! *(Olhares de provocação para a pesquisadora e Gabriel e João começam a lutar.)*

Pesq. O.K.! O que mais eles tem de interessante? O que faz vocês gostarem tanto?

Gabriel: Eles tem poder.

Pesq.: Como assim? Como é que se tem poder?

João: Ele tem bolas de fogo. Eles dão poder para os outros.

Marco: Com fios elétricos, os fios elétricos.

João: Não só os andróides tem fios elétricos, os humanos não. Os humanos tem o poder que eles recebem...

Pesq.: Ah, eu vi que todas as meninas desenharam o Dragon Ball como o que menos gostam. Por que vocês não gostam?

Zara: É bobo. É ruim. Tem muita luta.

Gabriel: A Zara fala que não gosta. Diz que não vê, mas ela conta o episódio todo pra mim. Eu nem preciso ver. Então ela gosta.

Zara: Não eu não gosto. Detesto!! Mas meu irmão vê tudo então eu vejo e sei tudo, mas eu não gosto.

Pesq.: E porque você não pára de ver e faz outra coisa?

Zara: A gente não consegue sair da sala...

Gabriel: Como não consegue? É claro que consegue. Vê porque gosta.

A menina chega perto de mim e diz em tom bem mais baixo:

Zara: Eu não gosto. Só vejo porque meu irmão vê.

Camila: Eu vejo Sítio todo dia.

Zara e Alice: Eu também todo dia. Adoro!!

Na escola B, cujas oficinas foram realizadas com crianças menores, de 5 e 6 anos viu-se ainda de forma mais nítida a diferença. Para as meninas, os personagens favoritos eram, quase sempre, personagens de contos de fadas que estão disponíveis em vídeo e não habitualmente na programação diária para crianças, como as princesas Bela Adormecida e Branca de Neve e a Bela, do desenho a “Bela e a Fera”. Novamente, aparece a questão do menino dominando a audiência no discurso de Isabel, quando ela diz que gostaria de ver o Sítio, mas quando o irmão está em casa não assiste porque ele odeia.

Ação 1

A pergunta é: o que vocês mais gostam de ver na televisão?

Algumas meninas respondem que preferem Sítio e Isabel comenta:

Isabel: Meu irmão odeia sitio, então eu vejo Puccini⁴ quando ele está em casa, mas hoje ele tem futebol então eu posso ver o que eu quiser, aí hoje eu vi Sítio.

Ação 2

Pesq.: Vamos escolher o que vai passar na televisão. Cada um pode escolher o que quiser e imitar o personagem que mais gosta.

Júlia: Branca de Neve.

Menino: Branca de Neve é horroroso.

Pesq.: Tudo bem, mas ela acha bonito, então cada um pode achar o que quiser e o seu grupo é assim Rodrigo. Olha só, Lucas... se o Rodrigo vota numa coisa e o Lucas noutra tem muitas horas para passar programa de televisão, não tem? Passa de manhã, passa de tarde, passa de noite.

Carolina: Bela e a Fera.

Pesq.: Carol escolheu a Bela e a Fera. Agora eu queria perguntar o seguinte: o que vocês (meninos) queriam que passasse? Vocês dois escolheram o quê?

Meninos: A gente escolheu Dragon Ball Z e Digimon 2.

⁴ Desenho transmitido pelo Cartoon Network, cujo personagem principal é o cachorro Puccini que pertence a um menino filho único, nem sempre bem intencionado em suas brincadeiras com o mascote.

5.4

As transformações na narrativa: o papel dos adultos

Este capítulo tem como base os textos de Pasolini (1990) reunidos no livro “Jovens Infelizes”. São textos extremamente ricos, permitindo inúmeras possibilidades de discutir não apenas narrativa, mas também posicionamento político, mudanças tecnológicas, econômicas, sociais e suas possíveis causas e efeitos. A intenção é discutir alguns aspectos das mudanças na narrativa neste início de século, buscando trazer para reflexão como estas mudanças se refletem e são refletidas pelo papel dos pais na vida dentro e fora da tela de TV. Estamos incluindo trechos dos discursos das crianças, durante as oficinas, mostrando a visão delas sobre a autoridade parental no conteúdo televisivo e, fora dele, em suas experiências cotidianas.

Ao iniciar a discussão sobre as transformações da narrativa, gostaria de colocar os textos de Pasolini dentro de um contexto histórico, pois são textos escritos na década de 70. Assim, os jovens infelizes são, em 2003, senhores e senhoras entre 40 e 50 anos. É relevante esse posicionamento cronológico como forma de evitar a nostalgia ou o sentimentalismo de dizer “No nosso tempo era ótimo. A juventude era alegre e lutadora. Agora temos estes meninos que não pensam em nada, só vivem em frente a televisão, sem qualquer idealismo.”

Em “Gennariello: Linguagem Pedagógica das Coisas”, Pasolini fala com riqueza de detalhes sobre o que as coisas nos ensinam, a força destes ensinamentos, e o quanto estes ficam como se fossem esculpidos em nós. É muito mais difícil duvidar destes ensinamentos do que daqueles vindos através das palavras, pois o que aprendemos com as coisas não deixa espaço para réplicas ou dúvidas. Na década de 70, o mundo havia mudado e Pasolini retrata a ruptura cultural com precisão e capacidade crítica impressionante e inquestionável. Nem mesmo as “coisas” que nos ajudam a contar nossas histórias tinham se mantido as mesmas. As coisas haviam mudado.

“Aquilo que as coisas com sua linguagem me ensinaram é absolutamente diferente daquilo que as coisas com sua linguagem ensinaram a você. Não mudou, porém, a linguagem das coisas, caro Gennariello: são as próprias coisas que mudaram.”
(Pasolini, 1990: 131)

Este vazio deixado pelas coisas que “contavam” suas histórias nos faz sentir abandonados e distantes da geração seguinte, como se não fosse mais possível contar nossa história para os que chegam depois. Em Gennariello, Pasolini mostra, através da descrição da linguagem das coisas, a perda de laços e a conseqüente perda da capacidade de contar sua própria história ou de se relacionar com a geração seguinte. É difícil passar por textos de autores como Pasolini, Benjamin e Adorno, sem perceber que apesar de serem de épocas não tão distantes cronologicamente, se tornam distantes de nossa realidade, em virtude da grande quantidade de modificações tecnológicas, políticas e econômicas que, com maior ou menor intensidade, foram afetando a narrativa. Não sei se eram jovens tão infelizes como os vê Pasolini. Talvez faltasse aos jovens da década de 70 a rebeldia, o inconformismo e o espírito de luta idealista apenas se comparados aos movimentos dos jovens da década anterior.

Estamos em 2003, uma época de imagens e informações inesgotáveis. A qualquer hora do dia ou da noite podemos buscar e receber informações sobre qualquer assunto e recebê-las em uma velocidade inimaginável há 5 ou 10 anos atrás. Por outro lado, existem muitos objetos que foram parte ativa de nossas vidas e narrativas e que não são nem sequer conhecidos pela geração seguinte: as crianças não sabem o que é um LP ou um telefone em que se precisava discar.

Existe um distanciamento entre gerações imposto pela quebra de laços entre elas. Estes laços eram mantidos por objetos que passavam de uma geração para a outra. Berços que vinham desde a avó para serem usados por todos os netos. Camas que faziam bodas de ouro junto com casais e passavam para os filhos. Vemos esta ruptura pela perda dos objetos mais intensa hoje do que em 1975. Talvez, esta seja a origem do empobrecimento da narrativa: a falta de coisas que nos permitam lembrar, coisas que possam ser usadas como lastro na nossa narrativa, especialmente quando dirigida aos mais novos. Usar as mesmas coisas que nos ensinaram para ensinar à geração que vem.

“Não se pode ensinar se ao mesmo tempo não se aprende. Agora não posso te ensinar as ‘coisas’ que me educaram, e você não pode me ensinar as coisas que te estão educando.” (Pasolini, 1990: 132)

Sim, as coisas mudaram e vão continuar mudando. Mas será que devemos continuar permitindo que isto nos distancie cada vez mais da geração vindoura, culpando a tecnologia por este distanciamento?

No discurso midiático, os adultos aparecem sem ação diante das novas tecnologias, defasados e impossibilitados de ensinar às crianças, porque nada sabem de internet ou de outros “gadgets”.

Ação: Propaganda dos serviços via Internet de uma grande instituição financeira: Os pais tentam utilizar o serviço e não conseguem. O pai chama insistentemente Júlia, Júlia. Aparece uma menina aparentando por volta de 4 anos aperta um botão e tudo se resolve. Os pais assistem imóveis. (anúncio veiculado nas grandes redes de televisão em 2002)

Onde estão os outros valores de nossa sociedade? É preciso resgatá-los e recolocá-los na narrativa cotidiana. Afinal, não é somente como utilizar a internet ou todas as possibilidades de um telefone celular que os pais podem ensinar a seus filhos. Adultos são, muitas vezes, personagens secundários nos desenhos infantis, algumas vezes sem fala, outras vezes somente pernas. Na propaganda, adultos são aqueles que precisam da ajuda de crianças de 4 ou 5 anos para acessar sua conta bancária via internet. Adultos frágeis, sem capacidade de expressão e passivos no que concerne a ensinamentos. Esses são os adultos da ficção. E como são os adultos do mundo real? Como nos comportamos como profissionais e pais? Qual é nosso discurso? Sabemos nosso papel, nossa responsabilidade em estar presentes, em acreditar e lutar por valores que achamos importantes? Ou delegamos toda responsabilidade em definir e transmitir valores para os profissionais da mídia e, às vezes, para a escola?

É preciso escolher a escola, conhecer a narrativa televisiva e suas mensagens, conversar com os filhos, discutir opções, dar limites, expor idéias, passar valores nos quais acreditamos. Ocupar o nosso espaço na sociedade e não aceitar o papel secundário, mas muito confortável, que a mídia está nos reservando.

A narrativa dos adultos contemporâneos parece frágil, empobrecida. Poderíamos mesmo dizer tímida, acuada por desconhecer seus valores e por não poder competir com a quantidade de informações, novidades e apelo áudio visual de tecnologias como a *internet* e a televisão. Nossos valores não estão claros para nós como estavam para as gerações anteriores. Não são tão inflexíveis ou estáveis, mas isto não significa que não existam ou que temos que abrir mão de transmiti-los. É essa postura que devemos ter em mente.

Vamos continuar a ser os jovens infelizes, com o papel de coadjuvantes em uma sociedade que tem o mercado publicitário e as programações televisivas para ensinar às gerações futuras? Triste essa sociedade. Aliás, se for assim, somos exatamente os jovens de 1975 descritos por Pasolini, e nos falta o inconformismo e a disposição para lutar pelo espaço que nos cabe na história.

A Televisão é muitas vezes culpada pelo distanciamento entre casais, pela falta de diálogo entre pais e filhos, pelo empobrecimento do conteúdo escolar e pela falta de integração entre as gerações. A televisão é instrumento socializante e pedagógico da maior importância na contemporaneidade e não devemos negligenciar tais aspectos. Mas o que vem mudando na narrativa trazida até nossas casas pela televisão?

“Já vou adiantando que é enorme a importância pedagógica da televisão, porque ela também nada faz senão oferecer uma série de “exemplos” de modos de ser e de comportamento. Embora os repórteres, apresentadores e toda a escória do gênero falem (e falam horrendamente), a verdadeira linguagem da televisão é de fato semelhante a linguagem das coisas: é perfeitamente pragmática e não admite réplicas, alternativas, resistência”. (Pasolini, 1990: 127)

Mas o que mudou? O que há de novo na narrativa televisiva? O ritmo das imagens está mais intenso; cada dia vemos mais imagens exibidas em um mesmo intervalo de tempo. O conteúdo televisivo é hoje uma profusão de imagens e assuntos se sucedendo e se intercalando em um quebra cabeça sem fim. A narrativa televisiva diminuiu o impacto da novidade: são tantas as novidades que não há mais novidade.

Outra importante mudança: os adultos vêm perdendo para os mais jovens seu papel de protagonistas na programação infantil e, em muitos casos, também na publicidade. Além disso, temos uma aproximação entre realidade e ficção com o desenvolvimento

cada vez maior das tecnologias e a melhoria das imagens técnicas, que faz com que a distância entre realidade e ficção nas imagens apresentadas na televisão seja cada vez menor. Nunca foi tão fácil filmar uma guerra real. Ao mesmo tempo, nunca os filmes de guerra ficcionais trouxeram imagens tão semelhantes às imagens do real. Que efeitos essa melhoria nos traz? Não nos impacta mais a guerra no Oriente Médio do que a guerra fictícia de um filme de Steven Spielberg, dado que são ambas reais na telinha. Precisamos de uma legenda ou fala que nos diga sobre qual delas devemos ter sentimentos reais: é a banalização da realidade. Desta forma, a narrativa televisiva vem mudando. Vivemos o mito da super informação. Temos a sensação de saber de tudo e, ao mesmo tempo, de não saber nada, pois as imagens são lançadas para nosso consumo em uma velocidade maior do que podemos capturá-las. “A televisão... a velocidade do meio é superior à nossa capacidade de reter conteúdos.” (Sarlo, 1997: 57)

Dentre todas as mudanças na narrativa televisiva, a mais importante na última década, em especial nos últimos 5 anos, é a possibilidade de interação. O controle remoto e, posteriormente, a *internet*, nos dão a oportunidade da réplica, antes ausente do discurso televisivo. Existem duas grandes críticas à narrativa televisiva: a falta de tempo para reflexão e a impossibilidade da réplica. A televisão, com seu arsenal infinito de imagens, a cada dia nos permite menores possibilidades de reflexão. Mas, e a réplica? A partir do advento do controle remoto e da interatividade é possível criticar a televisão, dar opinião e sugerir programas. Isto ocorre sempre dentro das opções oferecidas pela emissora, mas é possível interagir com esse microcosmo. O que muda com a interatividade?

A televisão hoje não impõe mais sua programação aos telespectadores. Atualmente já há espaço para a réplica através do controle remoto, como bem ressaltou Beatriz Sarlo (1997) em “Cenas da Vida Pós-Moderna”, e através de sites totalmente dedicados à audiência infantil, com o intuito de saber suas preferências, cativá-las e fidelizá-las como clientes. Em outras palavras, pode-se dizer que mudou a narrativa televisiva, já que estas opções de interação não eram possíveis há uma década atrás.

Não se pode ser simplista e considerar que estes dois adventos limitaram a influência da televisão ou permitiram que a audiência seja a parte mais forte da relação conteúdo

televisivo x audiência infantil. A interatividade, através do controle remoto ou de sites, é uma nova possibilidade que não pode ser ignorada e que está modificando o papel da televisão. No entanto, esta interatividade ainda está bastante limitada ao que a mídia deseja saber sobre seus telespectadores. A maior qualificação da audiência levará a ampliação dos benefícios da interatividade para os telespectadores.

Concluindo, temos um papel a desempenhar na sociedade. É preciso ter atitude crítica em relação aos acontecimentos e transformações que estamos vivenciando, e não viver como se a vida fosse um seriado interminável ao qual assistimos passivamente. O mundo está cada dia mais interativo, enquanto nós culpamos a tecnologia por nosso discurso dúbio e frágil diante das “verdades” trazidas pela televisão. O desafio está na interação entre as pessoas, entre as gerações e dentro destas gerações.

As crianças, com sua pluralidade de pontos de vista, nos apontam novas maneiras de olhar os rumos que estão tomando a autoridade dos pais e o papel dos adultos na sociedade contemporânea. Não devemos deixar passar essa oportunidade de, a partir destes pontos de vista, refletir e, principalmente, interagir e compartilhar com as gerações mais novas o que aprendemos. A seguir a fala das crianças e suas concepções de poder e autoridade parental:

Pesq.: E quem tem poder no mundo que a gente vive? Na nossa vida de todo dia quem tem poder?

João: O mágico.

Alice: Deus.

Marco: (ironizando) Deus, Jesus e o Espírito Santo.

Pesq.: Alguém mais, pessoal?

Alice : O anjo.

Pesq.: E pai e mãe tem poder?

Unânime: Não. Pai e mãe não.

Daniel: Tem poder de dar uns tapas.

João: Poder só de dar uns tapas na bunda.

Alice: Criança tem poder de fazer caras e convencer os pais, assim oh. Faz uma cara dengosa e a gente convence eles.

Pesq.: Quem escolhe o que você vê?

Maria: Eu escolho meu desenho.

Pesq.: Você escolhe?

Maria: É... mas, às vezes, meu pai fala que Nickelodeon xinga, aí eu tenho que... ele desliga a televisão e eu tenho que ir dormir.

Maria: É porque na Nickelodeon tem um monte de desenho que fica falando palavrão, aí eu não gosto de ver, mas é legal.

Criança: Tem muito palavrão.

Pesq.: Que palavrão é esse que fala na Nickelodeon que vocês estão me dizendo, que eu nunca ouvi nenhum palavrão na Nickelodeon?

Criança: Idiota, burro.

Criança: A Nickelodeon fala um monte de coisa de palavrão.

Pesq.: Quem é mais inteligente na casa do Jimmy Neutron? O pai dele, a mãe ou ele?

Crianças: Ele.

Pesq.: E o pai e a mãe são inteligentes?

Crianças: Não, o pai dele só tem o controle que pode ficar na água e é burro.

Pesq.: Olhem só, na casa da gente, quem sabe mais: o pai ou a gente?

Crianças: O pai.

Adulto: É mesmo?

Criança: (...) ...o controle.

Adulto: Ele o quê?

Criança: Construiu o controle.

Adulto: Da sua casa também o seu pai construiu o controle?

Criança: Não.

Criança: Eu sei mais do que meu pai e minha mãe.

Adulto: Você sabe mais do que seu pai e sua mãe? Por que você sabe mais do que eles?

Criança: Quem sabe mais na minha casa é o vovô.

Adulto: É o seu avô?

Criança: É. Porque ele já foi até na Amazônia, então eu acho que ele sabe tudo.

Adulto: É mesmo, é? (...) ... foi na Amazônia.

Criança: E meu pai é bom pintor, ele pinta quadros então é ele que sabe mais.

Adulto: É mesmo, é?

Criança: Meu avô é sabichão.

Adulto: Seu avô?

Criança: Porque ele sabe que o São Paulo já foi muitas vezes campeão.

5.5

Observações finais

Chegamos agora ao fim deste caminho, de onde vislumbramos outras direções que poderão ser seguidas daqui em diante. É preciso neste ponto parar, refletir e apresentar o que encontramos durante esta parte da caminhada. Para isso, primeiro abordaremos duas questões que permeiam todas as conclusões já apresentadas nos sub-capítulos anteriores, são elas: a autonomia da criança contemporânea e a intervenção da família e da escola como forma de gerar pensamento crítico.

As crianças hoje têm maior suporte da sociedade para exercer sua autonomia, dizer o que querem, e especialmente ver satisfeitos seus desejos de consumo. Mas quem está no comando destes desejos? É importante retornar ao pensamento de Veiga e perceber que nem sempre somos nós que estamos no comando. A sociedade de consumo, com suas grandes corporações, muitas vezes exerce o papel de geradora de desejos e necessidades.

Usualmente, ao terminar de assistir um programa de TV as crianças voltam às suas brincadeiras e não fazem comentários sobre o que acabaram de assistir. No entanto, os questionamentos sobre a programação televisiva surgem e se aprofundam se as crianças são incentivadas a refletir sobre o que viram. É preciso estorvar o hábito, como proposto por Benjamin, e recuperar a atenção e para tanto é necessária a intervenção dos adultos. Percebemos então, que a capacidade crítica da criança frente a seu mundo está estreitamente ligada a qualidade da relação destas crianças com os adultos ao seu redor: familiares e educadores. O que nos leva a acreditar que poderemos construir

uma audiência qualificada, ou seja, mais capaz de criticar o que assiste, se na família e na escola as crianças forem educadas e incentivadas a pensar criticamente sobre TV.

Voltamos agora a afirmação de Pasolini, já citada anteriormente neste texto: *“a verdadeira linguagem da televisão é de fato semelhante a linguagem das coisas: é perfeitamente pragmática e não admite réplicas, alternativas, resistência.”* (Pasolini, 1990: 127). Apesar de concordarmos com a afirmação, entendemos que se a experiência de assistir televisão deixar de ser solitária e passar a ser uma experiência social discutida no seio da família e da escola, a criança terá a qualificação necessária para questionar o que recebe da TV e deixará de estar apenas submissa a retórica da mídia. Mais uma vez nos vemos diante das vantagens de se investir em educação para a mídia como forma de diminuir seus efeitos negativos para a audiência infantil.

A partir do diálogo com as crianças parceiras neste trabalho e considerando-se as conclusões acima tornaram-se mais relevantes para a pesquisadora as questões apresentadas nos sub-capítulos anteriores: fama; diferença entre ficção e realidade no imaginário infantil; as marcantes diferenças entre gêneros; e o papel dos adultos, não apenas nos programas infantis, mas na vida dos pequenos telespectadores.

Este trabalho traz a voz da criança da “Idade Mídia” para discussão na academia e nos meios de comunicação de massa. Esta voz, repleta de enunciados da mídia e dos adultos que vivem ao seu redor, nos ajuda a compreender como a programação infantil tem afetado a infância atual. Adicionalmente, ajuda a encontrar novos caminhos para o desenvolvimento de programas de televisão para crianças pequenas, programas estes que ampliem os benefícios e minimizem os efeitos nocivos da televisão, conforme proposto nos objetivos deste trabalho.

Finalmente, esta pesquisa discute o papel dos adultos na ficção e no mundo real das crianças. Não é possível, nem desejável, a exclusão dos adultos do mundo infantil. Assim, é importante que os adultos tenham ciência do papel que desempenham. Cabe aos pais a responsabilidade pela educação dos filhos e aos professores a responsabilidade de compartilhar com as crianças o aprendizado nas salas de aula. São ainda funções dos adultos: definir qual o conteúdo e os horários adequados para seus filhos assistirem; oferecer aos filhos atividades alternativas; conversar com eles e tentar

entender sua opinião sobre o que assistem, ou seja, compartilhar experiências. Em suma, tomar parte na narrativa contemporânea como personagens que “falam”.

Na narrativa dos adultos e na narrativa televisiva criou-se um espaço para o protagonismo das crianças. Elas não estão mais totalmente submetidas ao autoritarismo dos pais ou professores. Esta mudança deve ser vista como um alargamento das possibilidades de interação e de troca de conhecimento entre crianças e adultos. Os adultos precisam compartilhar este protagonismo, partilhar idéias e ideais, sair da posição de coadjuvantes no mundo real e encontrar seu espaço na narrativa contemporânea.

Lurçat (1995) inicia seu livro “Tempos Cativos: As Crianças TV” com a citação de Marie Winn:

“A televisão ocupou o tempo livre das crianças: é um tempo prisioneiro. E muitas infâncias decorrem sem projeto, sem aqueles acontecimentos que constituem uma infância, onde mais tarde se irão buscar as mais preciosas recordações.” (Winn citado por Lurçat, 1995)

Há, sem dúvida, fundamentos de verdade nesta afirmação. A televisão ocupa o tempo livre das crianças e também dos adultos. Mesmo aquele tempo passado longe dela é muitas vezes gasto em assuntos a seu respeito. Mas, os efeitos negativos da televisão não são suficientes para que se tenha uma infância sem projeto e sem recordações preciosas. São necessários adultos sem expressividade e que deleguem sua narrativa para a televisão.

Historicamente as crianças têm se mostrado ávidas por informações, novidades e aprendizado. Onde estão os adultos que fazem parte da vida dessas crianças? Que outras opções de entretenimento, diálogo e atividades estão sendo propostas para que a infância seja palco de acontecimentos onde mais tarde se possa buscar as mais preciosas recordações? Não se deve esperar, no entanto, as mesmas recordações que tiveram seus pais, mas recordações pertencentes a essa nova geração, pois, afinal, as coisas mudam.

Este trabalho encerra-se aqui, não com respostas finais, mas com a apresentação de novas questões, geradas a partir das conclusões aqui apresentadas e que poderão ser desenvolvidas oportunamente dando continuidade a esta pesquisa, a saber:

- Discussão das transformações nas relações intra-familiares trazidas pela TV. Qual o papel desta TV para as gerações dos hoje avós, pais e filhos?
- Discussão de novas alternativas para a programação infantil, partindo dos resultados desta pesquisa, privilegiando a segmentação por gênero e faixa etária.

Assim, terminamos com a humildade de reconhecer que não existem respostas finais ou verdades inteiras, apenas, parafraseando Carlos Drummond de Andrade, conseguimos ver meias verdades de acordo com nossos caprichos e nossa miopia.

Referências Bibliográficas

ADORNO, T. *Educação e Emancipação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

_____ *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

_____ A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas. In: Adorno, W. & Hockheimer, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1991. P. 113-156.

AMORIM, M. O Texto de Pesquisa como Objeto Cultural e Polifônico (mimeo). Artigo publicado originalmente em francês na revista *MEI (Media et Information)*, n. 5, 1996, Université de Paris 8, Saint-Denis.

ANDERSEN, M. J. B. *Violência nos desenhos animados exibidos pela televisão: uma ponderação necessária*. São Paulo: USP, 1986.

ARIÈS, P. *História Social da Criança e da Família*. Rio de Janeiro: LTC, 1978.

BAKHTIN, M. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____ Discurso na vida e discurso na arte. In: *Freudianism: a Marxist critique*. New York: Academic Press, 1976. (tradução de Cristovão Tezze, para uso didático).

_____ *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997.

BALZAGETTE, C. & BUCKINGHAM, D. Introduction: the invisible audience. In Balzagette, C. & Buckingham, D. (orgs). *In front of the children: screen entertainment and young audiences*. London: British Film Institute, 1995. P. 1-14.

BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1985.

BAUMAN, Z. *O mal-estar da pos-modernidade*. Rio de Janeiro: JZE, 1998.

BELLI, A. Infância em tempos de megabytes. In: Castro, L. (org.) *Infância e Adolescência na Cultura do Consumo*. Rio de Janeiro: NAU, 1998. P. 175-188

BENJAMIN, W. O narrador in: Benjamin, W. *Obras escolhidas*, vol. I, São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BROUGÈRE, G. *Brinquedo e Cultura*. São Paulo: Cortez, 1995.

BRYANT, J. & ANDERSON D. R. (eds.). *Children's understanding of television: research on attention and comprehension*. New York: Academic Press, 1983.

- BUCKINGHAM, D.** *After the Death of Childhood*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- _____ *Studying Children's Media Cultures: A New Agenda for Cultural Studies*. *Congresso Internacional: Os mundos Sociais e Culturais da Infância*, Actas, v.1, Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2000.
- CAMPOS, C.** Regras: conflito e transgressão. Em busca da dimensão alteritária infância / adulto na relação família / escola. Rio de Janeiro, 2000. Dissertação de Mestrado, Departamento de Psicologia, PUC-Rio.
- CASADO, A.** *Os Meios de Comunicação Social e sua Influência sobre o Indivíduo e a Sociedade*. São Paulo: Cidade Nova, 1987.
- CASTRO, L.** Consumo e a Infância Barbarizada: elementos da modernização brasileira? In: *Infância e Adolescência na Cultura do Consumo*. Rio de Janeiro: NAU, 1998. P. 55-74.
- _____ (org.) *Crianças e Jovens na Construção da Cultura*. Rio de Janeiro: Nau, 2001.
- _____ (org.) *Infância e Adolescência na Cultura do Consumo*. Rio de Janeiro: NAU, 1998.
- COMSTOCK, G. & STRASBURGER, V.** Media Violence. *Q&A Adolescent Medicine: State of Art Reviews*, v., 1990, p.495-509.
- ECO, U.** *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- FÉRES-CARNEIRO, T.** (org.). *Casamento e Família do Social a Clínica*. Rio de Janeiro: NAU, 2001.
- FEILITZEN, C. & CARLSSON, U.** (org.) *A Criança e Mídia – imagem, educação e participação*. São Paulo: Cortez, 2002.
- FERNANDEZ, S. V.** *Olhar a televisão com olhos de aprendiz: a relação da criança com a imagem publicitária televisiva*. Rio de Janeiro, 1992. Departamento de Educação, PUC-Rio
- FUSARI, M. F. de R. e.** *Meios de comunicação na formação de professores: televisão e vídeo em questão*. São Paulo: USP, 1990.
- GAMBA Jr., N.** *O que a noite conta*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2002.
- GOMIDE, P.** Crianças e Adolescentes em frente à TV: o que e quanto assistem de televisão. *Revista Psicologia Argumento*, Champagnat, ano 19, n. 30, abril 2002, p. 17-28.
- GUNTHER, M.** *The future of television*. *Revista Fortune*, 1 de abril, 2002 p. 26-34.

GRUNAUER, S. C. S. *A criança pré- escolar e a televisão: um estudo sobre o impacto da televisão na vida das crianças paulistanas.* Tese USP, 1991.

GUEIROS, M. C. da S. *Consumo, logo existo: um estudo psicanalítico sobre os modismos das novelas de televisão.* Rio de Janeiro, 1993. Dissertação de Mestrado, Departamento de Psicologia, PUC-Rio.

JAMESON, F. *Pós-modernismo: a lógica do capitalismo tardio.* São Paulo: Ática, 1996.

JOBIM E SOUZA, S. *Infância e Linguagem: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin.* Campinas: Papirus, 1995.

_____ (org.) *Subjetividade em Questão.* Rio de Janeiro: 7 Letras, 2000.

_____ (org.) *Mosaico: Imagens do conhecimento.* Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos/Contracapa, 2000.

_____ *Educar na pós modernidade. Educar para quê?* Texto apresentado no evento “Terças Transdisciplinares – experimentando a fronteira entre a Psicologia e outras práticas teóricas”. Promovido pelo Conselho Regional de Psicologia – 5ª Região, 26 de Junho de 2001.

JOBIM E SOUZA, S. & CASTRO, L. Pesquisando com crianças: subjetividade infantil, dialogismo e gênero discursivo. *Psicologia Clínica Pós Graduação e Pesquisa*, v. 9, n. 9, 1997/8, Departamento de Psicologia PUC- Rio, p. 83-116.

KEHL, M. R. Imaginar e Pensar. In: Novaes A. (org.) *Rede Imaginária: Televisão e Democracia.* São Paulo: Cia das Letras, 1991. P.60-72.

KINCHELOE, J. & STEINBERG, S. *Cultura Infantil.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

KONDER, L. *A Questão da Ideologia.* Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2002

KRAMER, S. & LEITE, M. I. *Infância e Produção Cultural.* Campinas: Papirus, 1998.

LASCH, C. *Refúgio num mundo sem coração. A família santuário ou instituição sitiada?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

LAVILLE, C. *A Construção do Saber: Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas.* Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

LEACH, P. *Your Baby and Child.* London: Penguin Books, 1997.

LURÇAT, L. *Tempos Cativos: As Crianças TV.* Lisboa: Nova Biblioteca 70, 1995.

MACHADO, A. *A televisão levada a sério.* São Paulo: Editora Senac, 2000.

NASCIMENTO, E. P. (org.) *Ética.* Rio de Janeiro: Garamond, 1997.

NICOLACI-DA-COSTA, A. Questões Metodológicas sobre Análise de Discurso. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 4,(1/2) 1989, p: 103-108.

- NOVAES, A** (org.) *Rede Imaginária: Televisão e Democracia*. São Paulo: Cia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.
- PACHECO, E.** *Televisão, Criança, Imaginário*. São Paulo: Papyrus, 1998.
- PALMER, E. L. & DORR, A.** *Children and the faces of television*. New York: Academic Press, 1980.
- PASOLINI, P. P.** *Os Jovens Infelizes – Antologia de Ensaios Corsários*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- PEREIRA, R. & JOBIM E SOUZA, S.** Infância e Produção de Conhecimento na Contemporaneidade. In Kramer, S. & Leite, M. I. *Infância e Produção Cultural*. Campinas: Papyrus, 1998.
- PEARL, D., BOUTHILET, J. & LAZAR, (eds.)**. *Television and Behavior: ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Washington, D.C.: US Government Printing Office, 1982.
- PIAGET, J.** *A Formação do Símbolo na Criança*. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.
- POSTMAN, N.** *O Desaparecimento da Infância*. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.
- RAPPAPORT, C. R., FIORI W. da R., DAVIS, C..** *Psicologia do Desenvolvimento*. São Paulo: EPU, 1981.
- REIS, S. & SCHIAVO, M.** *Sobra TV ou Falta Família? Os Programas Infantis da TV e a Formação Sexual das Crianças*. Rio de Janeiro, 2002. (mimeo)
- SANTIAGO, S.** *Alfabetização, Leitura e Sociedade de Massa*. In: Novaes A. (org.) *Rede Imaginária: Televisão e Democracia*. São Paulo: Cia das Letras, 1991.
- SARLO, B.** *Cenas da Vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- _____ *Sete hipóteses sobre a videopolítica* In: Sarlo, B. *Paisagens Imaginárias: Intelectuais, arte e meios de comunicação*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997. p: 129-138
- SARTARI, G.** *Homo Videns: televisão e pós pensamento*. Lisboa: Terramar, 2000.
- SCHWARTZ, L. L.** Tuning In to Media: Youth, Violence, and Incivility. In: *Psychology and the Media: a second look*. American Psychological Association, 1999.
- SODRÉ, M.** *Reinventando a cultura: A comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- STRASBURGER, V. C.** *Os adolescentes e a Mídia: Impacto Psicológico*. Porto Alegre: Artmed, 1999.
- VEIGA, F. D.** *O Aprendiz do Desejo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

WALSH, D. Electronic Media tend to Privatize Family Life. *Family Focus*, March, 2001, p.F6-F7.

WENDERS, W. A paisagem urbana. *Revista do Patrimônio Histórico Nacional*, n. 23. Rio de Janeiro: IPHAN, 1994.

WINN, M. *The plug in Drug*. New York: Penguin Books, 1985.

WINNICOTT, D. W. *A Família e o Desenvolvimento Individual*. São Paulo: Martins Fonte, 1993.

WITTEGENSTEIN, L. *Investigações Filosóficas*. São Paulo: Abril, 1975.

ZAGURY, T. *Educar sem culpa*. Rio de Janeiro: Record, 1991.

Revistas:

Cadernos de Antropologia e Imagem: Antropologia e Mídia, n. 5, 1995. Rio de Janeiro: UERJ/ NAI.

Jornal O Globo, Revista da TV, 3 de novembro 2002.

The Economist April 13th 2002 , Artigo: Power in Your Hand: a survey of Television

NET Guia de Programação, ano VIII, n. 92, outubro 2001. Editora Globo.

Revista Cláudia, n. 479, agosto 2001. São Paulo: Abril.

Handbook of Marriage and the Family 2nd edition, p.24-25F

Sites:

<http://www.tver.org.br>

<http://www.mundonick.com.br>

<http://www.cartoonnetwork.com.br>

<http://www.globo.com.br>

7

Anexos

Anexo I

Proposta de Oficinas em escolas particulares da Zona Sul do Rio de Janeiro

Trabalho de campo da pesquisa: Televisão sob a ótica da audiência infantil

Escola A

Pesquisadora: Monica Costa Boruchovitch

Proposta – Oficina - Assistindo Televisão Criticamente

3 encontros com 15 crianças de 7 anos

Local: uma sala de artes

A pesquisadora levará papel, canetas, lápis coloridos, gravador e fitas de vídeo para os encontros.

A escola cederia o vídeo cassete para os encontros.

1º encontro 30/10/2001

Apresentação de 8 minutos de um vídeo de Maurício de Souza, que não é transmitido pelas redes de televisão, estando disponível apenas em vídeo.

Conversar sobre o que assistem na televisão habitualmente.

Fazer um desenho sobre o que mais gosta e um outro sobre o que menos gosta de ver na televisão.

Fazer diário de campo detalhado e usar gravador.

2º encontro

Apresentar uma caixa fechada com um espelho e pedir que cada criança vá até a caixa e olhe, pois lá dentro aparecerá uma pessoa que entende muito de televisão para crianças.

Mostrar os desenhos feitos no encontro anterior e iniciar a discussão sobre o que os faz escolher estes desenhos. Buscar durante a conversa valores que estão sendo internalizados e visão de mundo.

3º encontro

Mostrar um desenho sobre o natal e conversar sobre as diferenças entre o natal que passa no desenho animado e o natal que acontece na “casa da gente”.

Estaremos buscando durante a discussão conhecimentos de um mundo ou uma infância globalizada e o papel da família.

Fazer diário de campo detalhado e usar gravador.

Escola B

Proposta de Oficina com crianças entre 5 e 6 anos

Parte integrante da pesquisa: Televisão sob a ótica da audiência infantil. Projeto de dissertação para obtenção do grau de mestre em psicologia clinica na PUC-RIO.

Pesquisadora: Monica Costa Boruchovitch

Oficina - Assistindo Televisão Criticamente

Metodologia: Adotar uma postura dialógica buscando ouvir a criança. Consideramos a criança não como objeto da pesquisa, mas sujeito com um saber a ser reconhecido e legitimado dentro de seu grupo de pares e pelo adulto pesquisador. Existe nesta pesquisa a intenção de intervir, mudar o curso da relação entre criança, família e televisão a partir da postura facilitadora do pesquisador, incentivando o pensamento crítico.

4 encontros com 10 ou 12 crianças (de 5 e 6 anos de idade) 1 vez por semana, meia hora cada encontro. Entre os meses de abril e maio de 2002. O número de crianças em cada encontro poderá ser menor se para a escola for possível dividir a turma.

Local: uma sala de artes

A pesquisadora levará papel para os encontros.

A escola cederia o vídeo cassete para os encontros.

1º Encontro

Conversar sobre o que assistem na televisão habitualmente.

- O que mais gostam de ver?
- O que menos gostam de ver?

- Quem escolhe o que vocês vêem na TV?

Fazer um desenho sobre o que mais gosta e um outro sobre o que menos gosta de ver na televisão.

Fazer diário de campo detalhado e usar gravador.

2º Encontro

Mostrar os desenhos feitos no encontro anterior e iniciar a discussão sobre o que os faz escolher estes desenhos. Buscar durante a conversa valores que estão sendo internalizados e visão de mundo.

Levar um vídeo de um desenho animado no qual apareça uma família: *Os Thornberries* ou *Rocket Powers* (Nickelodeon). Ver a familiaridade das crianças com os personagens buscando uma discussão de valores.

Quem ensina para quem?

Os pais ensinam para os filhos?

O que é ser criança?

3º Encontro

Desenhe você vendo televisão.

O que está passando?

Onde fica a televisão que você assiste?

Quem assiste televisão com você?

4º Encontro

Mostrar um desenho sobre o natal e conversar sobre as diferenças entre o natal que passa no desenho animado e o natal que acontece na “casa da gente”.

Estaremos buscando durante a discussão conhecimentos de um mundo ou uma infância globalizada e o papel da família.

Fazer diário de campo detalhado e usar gravador.

Todas as conversas e atividades serão pouco conduzidas, pois nas atividades e conversas espontâneas estão as “verdadeiras” respostas.

Anexo II

Um dia de programação de televisão no Brasil em 1959. Fonte: Revista TV Programas Ano IV número 164.

FANTASMAS NA CEIA
(Continuação da página 4)

...nho "O céu é o limite", a mesma melancolia que sentimos ao saber que se encontra encoberto um grande fantasmático.

CONSELHO, a quem se entregar por meio um programa próprio, da qual pouco se fala, e que, no entanto, não deve passar despercebido. É a "História das Artes Plásticas", produção e direção de Mário De Moraes, no Canal 5. Consolidação de grande interesse para quem gosta de pintura, escultura, desenho. Zambeli, sereno, corti, pelo narrador Mário Teixeira, duas coisas que destacamos do nível cultural da programação: a pronúncia da palavra "baptista" e do nome do pintor Cézanne. O narrador assim pronunciou claramente: "baptista", acrescentando na primeira sílaba, e quando se referiu ao pai da pintura moderna, disse "Tchizano", acrescentando também duas sílabas a mais, como se o nome fosse italiano. Ora, não vejo nenhuma razão para que se pronuncie o nome Cézanne à moda da Itália. O chamado "maestro de Aix" nasceu em Aix-la-Provence e foi sempre lá francês! Que se escrevessem as palavras, via lá, porque nessa língua é a portuguesa, mas por que italianizá-las? Pediria também ao apresentador da parte musical do programa que aquela fada, acompanhando as palavras do narrador, seja mais brasileira, o mais apagado possível, para que se possa ouvir com perfeição o texto narrado. A bem dizer, para que música nacional?

E senti uma agradável emoção quando assistiu no Teatro de Euzépio, da Tupi, à peça "O homem dos caracóis", de Edgar G. Alvar, vi

(Continuação na página 20)

CANAL 13 D.F. TV-RIO

17,15 — PRIMEIRAS PALAVRAS
Cronica de Pedro Assis — Integridade de Mário Augusto.

17,15 — CINE VARIADAHS
Filmes selecionados apresentados por Zélio Hoffenberg.

18,15 — ENCONTRO AS BEBES
Um programa apresentando emediada, teatral e social, desafios de solidez, interpretação, exemplos de histórias gerais — Com Marcos Assis e Antônio Oliveira — Apresentação de Maria da Glória — Produção de Cláudio Buzi — Direção de Oswaldo Werneck.

18,15 — HORA DO YOTÔ
Apresentação "Joko Mizuno" — Teatralização de Proibicoes — Produção de Getulio.

18,30 — ROTEIRO DAS ARTES
Programa cultural de Alfredo Siqueira de Almeida abordando temas e fatos do estado das artes.

19,20 — FOLLYANA
Original de Ruyter Il Feller — Adaptação de Tullio Solmi — Direção de Carlos Cavali — A história da música autora de "Ajo do Contador" — Soraya.

19,45 — NOSSO INFORMATIVO
Revista noticiosa ilustrada em programas atualizados e variados — Produção e apresentação de Euzébio Marques.

4ª FEIRA 14 janeiro

18,15 — NO MUNDO DAS MULHERES
Programa feminino — Apresentação e produção de Beatriz Ferreira Machado — Direção de Alfredo Buzi de Almeida.

18,35 — QUADRA DE DAMAS
Algo e muito próximo em direção à Tânia, Zélia Bortomeo, e Maria Otaviana.

18,40 — CARROUSSEL TONLEX
Musical — Direção de Paulo Portes, apresentado depois em formato, com estudos e técnicas nacionais únicas.

18,50 — BATE PAPO COM RIBEIRA SAMPÃO
O teatro do grande ator-criador abordando os problemas da atualidade.


19,15 — PROBLEMAS BRASILEIROS
Apreensão de outubro econômico e problemas atualizados em política, educação, saúde, meio ambiente, cultura, etc.

19,45 — ATRAÇÕES NAUA
Produção de Acácio Corte Real para a Rádio Mauá — Experimento de atrações variadas com ênfase nos efeitos teatrais.

SE O SEU TELEVISOR É PHILIPS
CHAME UMA ORGANIZAÇÃO AUTORIZADA ESPECIALISTA NESTA MARCA

PEÇAS ORIGINAIS E TÉCNICOS ESPECIALIZADOS ATENDEMOS EM 24 HORAS

EXIBA ESTE CARTÃO DE IDENTIDADE DO TÉCNICO



CENTRO 32-6828
ZONAL SUL 47-1455 47-5900
ZONA NORTE 48-9468
NITERÓI 28828
PETRÓPOLIS
AV. WASHINGTON LUIZ, 3 - Sítio 104

RENS, BEBIDA, ADOCO-
LÍRICO, ARMA NA
GUINA, RUMATISMO E
MARCHAS NA PELE

Tomen



Uredol

ALEGRIA

O MÊS INTEIRO

com

Mercurinol

Regulador e Sedativo

Cuide de
Sua Pele

usando o eficaz
gelosado



CALENDULA CONCRETA

CONTA QUERAZOL, SARGAS, BARRICA,
BIZIA, PANSO, LICIDAS E UTRACOL.

Recuperação
sexual

Sexuol

Para ambos os sexos

Melhor Vigor. Mais Viabilidade, mais compati-
bilidades. Mais Saúde. Melhores resultados das
energias perdidas. Nas Farm. e Drog. e Nas
Médicas. 33-800 Atendimento pelo Revendedor

CANAL 6 D. F. TV-TUPI

12.00 — MEIO DIA
Programa de variedades,
com participação de artistas
e músicos. — Produção, direção e edição
por Jerry Capozza. — Direção
de TV de Jorge Iannace.

13.00 — ALMOÇO COM AS ESTRELAS
Show — Artista Pirelli e seus 100
e 500 mil reais e estrelas brasileiras. —
Responsabilidade de Artista Pirelli.

14.30 — TELE-VERBETENO
Fórmula e sistema de 10 minutos, com
participação internacional e nacional.
— Responsabilidade de Mário Pires.
— Produção de Roberto Duarte.
— Apresentação de Roberto Duarte.

14.45 — PLATÃO, CAVAQUEIRO E
VIOLÃO
Com Adalberto dos Bastos. — Respon-
sabilidade de Armando Bizanti.

14.55 — PORTUGAL EM TV
Comédia musical apresentada pelas
de Portugal. — Produção e responsa-
bilidade de Celso Luiz Naves.

15.00 — TEATRO ROMANCE CABRO
Bela música e atuação de
"MILITARY
PRODIGIA" adaptada de
Sirova. — Direção de Celso Luiz Naves.
Produção de TV e responsa-
bilidade de Mário Pires.

16.00 — CLUBE DO LAR
Programa para as crianças de casa.
Com games. — Sucesso e direção
geral de Zito Maciel. — Produção e
responsabilidade de José Cam.

17.00 — BARRÃO DAS CINCO
Produção e direção geral de A. J.
Duarte. — Atuação de Maurício
de Castro. — Jogo de futebol com
Fernando Gervásio. — Prêmio Osmar
destinado com Paulo Martins.
— Responsabilidade de Mário Pires.
— Apresentação de TV-PRO-
GRAMA.

4ª FEIRA 14 de Janeiro

17.15 — MUSICAL TV-PROGRAMAS
Com participação de artistas e músicos.
— Responsabilidade de Mário Pires.
— Apresentação de Mário Pires.

18.00 — LAR DOCE LAR
As apresentações teatrais como são
feitas. — Responsabilidade de Mário Pires.
— Apresentação de Mário Pires.

18.15 — SEMANÁRIO ELEGANTE
Exposições, notícias, entrevistas. — Respon-
sabilidade de Mário Pires. — Edição de
Mário Pires.

18.35 — CHECO LOBO BRIL
Programa de variedades. — Com Celso
Luiz Naves. — Direção de TV e responsa-
bilidade de Celso Luiz Naves.

18.50 — BAPTISTE BERO
Programa para as crianças de casa.
— Apresentação de Mário Pires.
— Direção de TV e responsabilidade de
Mário Pires.

19.20 — TYS E TERRES L. FERRANDO
Programa de variedades. — Apresentação
de Mário Pires. — Direção de TV e
responsabilidade de Mário Pires.

19.35 — 4-ONDAS MÚSICAS FROBEL
Música com José Carlos e um grande
sucesso. — Apresentação de Mário Pires.
— Direção de TV e responsabilidade de
Mário Pires.

19.50 — MUSICAL DAS ÓTICAS
FLEUMENSKA
Apresentação sempre com novidade.

20.00 — A SER ANUNCIADO
20.10 — REPORTAGEM DUCAL
Programa de variedades. — Apresentação
de Mário Pires. — Direção de TV e
responsabilidade de Mário Pires.

21.00 — PANORAMA ESPORTIVO
Programa de variedades. — Apresentação
de Mário Pires. — Direção de TV e
responsabilidade de Mário Pires.

21.15 — QUARTA AS 21
Programa de variedades. — Apresentação
de Mário Pires. — Direção de TV e
responsabilidade de Mário Pires.

PROGRAMAÇÃO RTO

MUSICAL



TV-PROGRAMAS

Um programa comandado
por **FAUSTO GUIMARÃES**
e **MANINHA DE CASTRO**,
Destile de astros e estrelas
exclusivos da **COPACABANA**.
NA **DISCOS** apresentando
os maiores sucessos da mo-
dinha.
Todas as quartas-feiras às
17.30 horas, na TV-14pq, Ca-
nal 6, em Sessão das Cinco.

Copacabana



ALTA FIDELIDADE

Anexo III

Programação do Nickelodeon

HORÁRIO	SEGUNDA A SEXTA	SÁBADO E DOMINGO
7:00 am	O Mundo Escantado de Richard Scarry	Kablam
7:30 am	Dora, A Aventureira	Doug
8:00 am	As Pistas de Blue	Poochini
8:30 am	Juanito Jones (Seg, Qua, Sexta) / Miniman (T, Qui)	Bob Esponja
9:00 am	Rotten Ralph	Ei Arnold!
9:30 am	A Escola do Rinoceronte Voador	Ei Arnold!
10:00 am	Doug	Os Castores Pirados
10:30 am	Ginger	Ei Arnold!
11:00 am	Rugrats	Rugrats
11:30 am	Poochini	CUBIX
12:00 pm	Os Castores Pirados	Invasor Zim
12:30 pm	Bob Esponja	Yu-Gi-Oh!
1:00 pm	Ei Arnold!	Rocket Power
1:30 pm	Os Thornberry	Jimmy Neutron (Sábado)
2:00 pm	Rocket Power	Sabrina, A Feiticeira
2:30 pm	Ren e Stimpy	Patrulha Nick (Sábado)
3:00 pm		As Patricinhas
3:30 pm		Patrulha Nick (Sábado)
4:00 pm	Nicktoons	Irmã, Irmã
4:30 pm		
5:00 pm	Rugrats	
5:30 pm	Rocket Power	
6:00 pm	Ei Arnold!	
6:30 pm	Kenan e Kel (Seg - Qui)	
7:00 pm	S Club (Sexta)	Especial de Fim de Semana
7:30 pm	Yu-Gi-Oh (Seg - Qua)	
8:00 pm	Patrulha Nick (Qui)	
8:30 pm	Sabrina (Sex)	
9:00 pm	Bob Esponja (Seg - Qui)	
9:30 pm	Taina (Sex)	
10:00 pm	Rugrats	
10:30 pm	Ei Arnold! (S, T, Qui, S)	
11:00 pm	Jimmy Neutron (Qua)	
11:30 pm	Rocket Power	
12:00 am	O Mundo do Tosh	Cubix
12:30 am	Kenan e Kel	Invasor Zim
1:00 am	Sabrina, A Feiticeira	Yu-Gi-Oh
1:30 am	Os Arquivos de Shelby Woo	
2:00 am		
2:30 am	Nicktoons	
3:00 am		
3:30 am	Rugrats	
4:00 am	Rocket Power	
4:30 am	Ei Arnold!	
5:00 am	Kenan e Kel (Seg - Qui)	
5:30 am	S Club (Sexta)	
6:00 am	Yu-Gi-Oh (Seg-Qua)	
6:30 am	Patrulla (Qui)	
7:00 am	Sabrina (Sexta)	
7:30 am	Bob Sponja (Seg, Qui)	
8:00 am	Taina (Sexta)	
8:30 am	Rugrats	
9:00 am	Ei Arnold! (S, T, Q, S)	
9:30 am	Jimmy Neutron (C)	
10:00 am	Rocket Power	
10:30 am	O Mundo do Tosh	
11:00 am	Kenan e Kel	
11:30 am		
12:00 am		
12:30 am		
1:00 am		
1:30 am		
2:00 am		
2:30 am		
3:00 am		
3:30 am		
4:00 am		
4:30 am		
5:00 am		
5:30 am		
6:00 am		
6:30 am		

Fonte: site www.mundonick.com em Fevereiro/2003

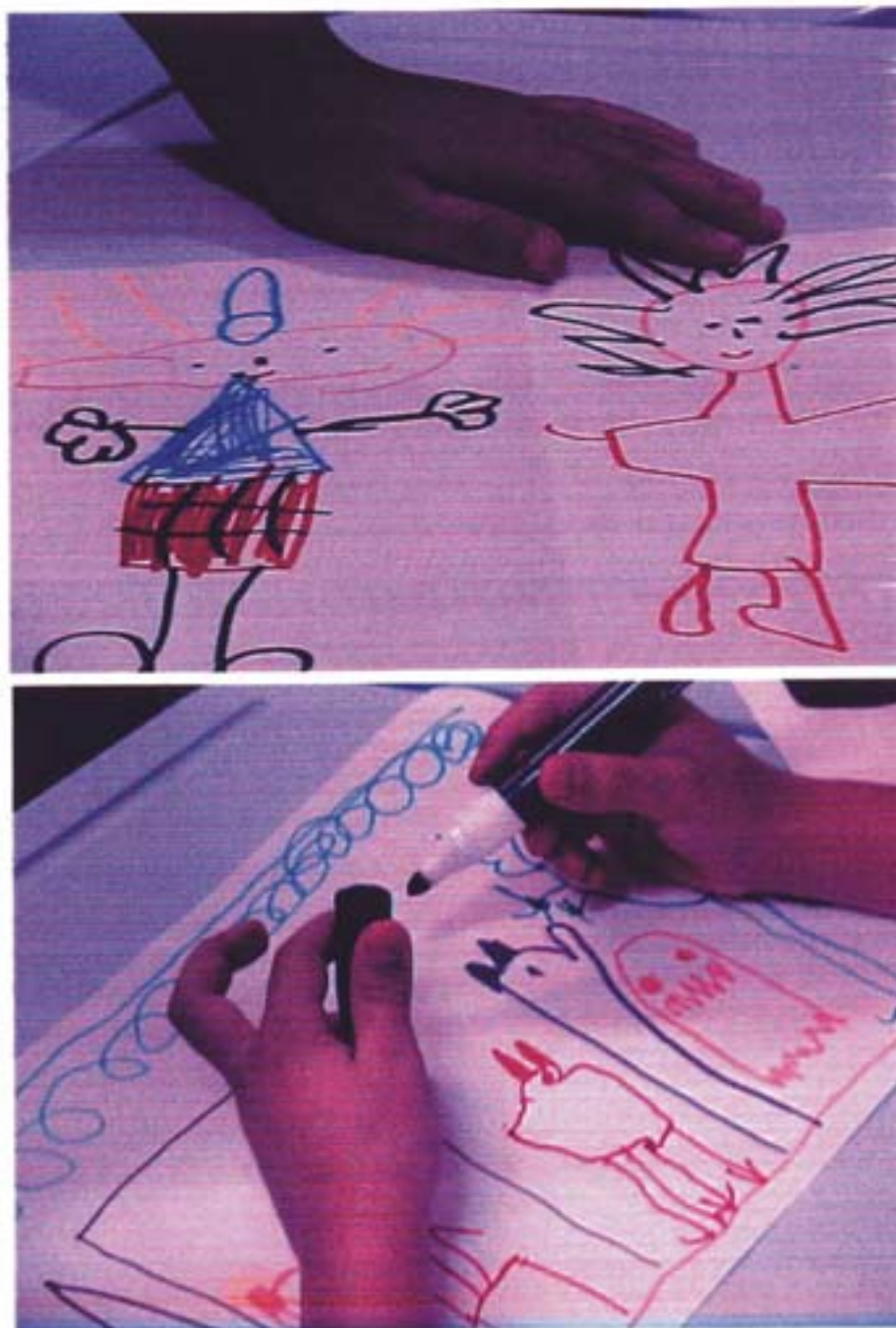
Anexo IV

Programação do Cartoon Network



Anexo V

Fotografias tiradas durante as oficinas, representam as crianças desenhando o programa que mais gostam e o que menos gostam de assistir.



Anexo VI

Desenhos realizados pelas crianças durante as oficinas.

1º Desenho – “O que eu mais gosto é a novela O Clone e o que menos gosto é o Sítio do Pica-pau Amarelo.” Menino 5 anos.



2º Desenho – Desenhe a sua Televisão – “ A minha fica no meu quarto com todas as minhas outras coisas: o computador, a cama, o tapete e essa sou eu.” Menina 5 anos.



3º Desenho – Desenhe sua Televisão – “ Esta é a minha televisão, esse de cabelo louro comprido sou eu e essas são minhas mãos. Eu estou na televisão... Está passando o vídeo da minha escola.” Menino 5 anos.

