

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
LICENCIATURA EM PEDAGOGIA

Gisele Milliorini

**A TV E A CRIANÇA:
Um Estudo de Caso na Educação Infantil**

Porto Alegre

2012/01

Gisele Milliorini

**A TV E A CRIANÇA:
Um Estudo de Caso na Educação Infantil**

Trabalho de Conclusão apresentado à Comissão de Graduação do curso de Licenciatura em Pedagogia da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito obrigatório para obtenção do título de Pedagoga perante esta universidade.

Orientadora: Professora Dra. Rosa Maria Bueno Fischer.

Porto Alegre

2012/01

Agradecimentos

Meus sinceros agradecimentos às colegas de curso pelas trocas de experiências e angústias vividas durante a elaboração desta monografia.

Aos familiares e amigos mais próximos, por me apoiarem neste momento tão importante da minha formação acadêmica.

À professora Dra. Jane Felipe, responsável pela disciplina *Reflexões sobre a Prática Docente – 0 a 6 anos*, que contribuiu para que este trabalho ganhasse forma.

Finalmente, à minha orientadora, Dra. Rosa Maria Bueno Fischer, pela paciência que teve comigo durante todo o processo de escrita deste trabalho, pelas trocas e por toda a dedicação.

E a TV? Ela narra, ela tece essas histórias, seleciona estratégias de linguagem pelas quais edita vidas, aponta caminhos, ensina modos de ser, espetaculariza o humano, a qualquer preço (FISCHER, 2012, p. 127).

Resumo

O principal objetivo deste estudo é problematizar a relação que crianças de Educação Infantil estabelecem com a TV. Para tanto, realizo um estudo de campo, tendo como sujeitos 17 crianças de uma Escola de Educação Infantil particular da cidade de Canoas-RS. No estudo, discuto o conceito de infância como construção sócio-histórica, a partir de Ariès, articulando-o com a pluralidade de sentidos e análises sobre o tema, a partir dos Estudos Culturais. Opero com os conceitos de televisão e mídia, a partir dos estudos de Rosa Fischer e Roger Silverstone. Com base nesses autores, assinalo a importância de questionar afirmações clássicas sobre a passividade dos sujeitos (especialmente as crianças), diante da TV e das mídias em geral. Apoiada em Foucault e Fischer, analiso, também, os diferentes discursos que circulam na televisão e em torno dela, os temas do controle e do acesso à TV, bem como questões sobre relações de poder e formas de resistência, no que se refere às práticas com os meios de comunicação. Busco compreender o gosto e o desejo que os infantis têm pelas narrativas ficcionais, analisando alguns programas televisivos endereçados às crianças. Enfim, busco ao longo de todo o estudo pensar sobre as relações entre a infância que assiste à TV e o que tal meio oferece a esse público específico, de modo a ampliar nossos saberes em educação a respeito da cultura vivida pelas crianças pequenas em nosso tempo.

Palavras-Chave: Infância. Mídia. Televisão.

Sumário

1	Introdução.....	6
2	Discussão Teórica.....	7
2.1	<i>Algumas pesquisas no cenário nacional</i>	11
3	A Pesquisa.....	15
3.1	<i>Perfil</i>	16
3.2	<i>Perfil das crianças: como seria se estivessem nas redes sociais?</i>	16
4	A TV a que as crianças assistem e a TV que as vê	20
4.1	<i>Controle e acesso: o que deve ser dito e visto e o que acaba sendo dito e visto</i>	20
4.1.1	<i>E novela, vocês assistem?</i>	20
4.1.2	<i>O mito e o gosto pela narrativa</i>	22
4.1.2.1	<i>A infância mítica: o ser que deve ser ensinado</i>	24
4.1.3	<i>Entre um intervalo e outro, consome-se um pouco</i>	26
5	Considerações Finais.....	28
6	Referências.....	30

1 Introdução

Neste Trabalho de Conclusão de Curso de Pedagogia, na Universidade Federal do Rio grande do Sul, sob orientação da Dra. Rosa Maria Bueno Fischer, realizamos uma pesquisa referente à televisão e à infância.

Trabalho em uma Escola de Educação Infantil há três anos e sempre me chamou atenção o quão presente é a mídia na vida de crianças tão pequenas. Esta presença se manifesta nas roupas, calçados, materiais escolares, mochila, nas falas e nas brincadeiras, deixando visível o fato de que a mídia participa fortemente da constituição daqueles sujeitos infantis.

Na observação feita para a disciplina de “Seminário VI: saberes e constituição da docência”, numa turma de 5º ano do Ensino Fundamental da Escola Estadual Guanabara, percebi que novamente o papel da mídia era reiterado: nas conversas, modo de vestir, de arrumar o cabelo, nos materiais escolares. A faixa etária era outra (entre 11 e 14 anos) e a classe social também (a Escola de Educação Infantil na qual trabalho é de classe média alta, enquanto a escola observada fica na periferia; e é evidente a falta de recursos financeiros da comunidade); apesar disso, apareceram assuntos em comum – gosto musical, programação da televisão e artefatos escolares.

Tais questões latentes com relação à mídia me motivaram ao tema deste trabalho, que tem como foco a TV na constituição dos sujeitos infantis.

Participaram do estudo dezessete crianças na faixa etária de 4 a 6 anos de idade, pertencentes às turmas de Jardim B e Pré de uma Escola de Educação Infantil da cidade de Canoas-RS, frequentada por um público de classe média alta.

2 Discussão Teórica

Antes de começar o estudo, faz-se necessário definir alguns conceitos que aparecerão ao longo do trabalho, tais como: infância, cultura e TV.

Se ligarmos a TV por alguns minutos, veremos o quanto de propagandas são dedicadas ao público infantil. As escolas possuem mobiliário adequado ao tamanho das crianças, as famílias e a sociedade de um modo mais amplo cada vez mais dão voz a elas. Entretanto, a infância nem sempre ocupou tal espaço.

Philippe Ariès, na obra *História Social da Infância e da Família*, faz um estudo da representação da criança e da família ao longo da história, valendo-se de obras de arte. Segundo o autor, por muitos séculos não houve espaço para a infância nas pinturas e esculturas:

[...] até por volta do século XII, a arte medieval desconhecia a infância ou não tentava representá-la. É difícil crer que essa ausência se devesse à incompetência ou à falta de habilidade. É mais provável que não houvesse espaço para a infância nesse mundo (ARIÈS, 2006, p. 17).

Não existia um espaço essencialmente infantil; as crianças dividiam os mesmos espaços com os adultos, vestiam-se com trajes similares. As imagens representativas das crianças eram de adultos em miniatura. No período medieval, as crianças trabalhavam lado a lado com os adultos e muitas delas morriam na tenra idade. No período industrial, as crianças começam a se afastar, aos poucos, dessa aproximação com o mundo adulto. Aliada aos estudos de Ariès, Sônia Kramer aponta que a infância:

[...] aparece com a sociedade capitalista urbano-industrial na medida em que mudam a inserção e o papel da criança na comunidade. Se na sociedade feudal, a criança possuía um papel produtivo direto (“de adulto”) assim que ultrapassa o período de alta mortalidade, na sociedade burguesa ela passa a ser alguém que precisa ser cuidada, escolarizada e preparada para atuação futura. Este conceito de infância é, pois, determinado historicamente pela modificação de formas de organização da sociedade (KRAMER, 1995, p.176).

Os estudos de Ariès certamente são fundamentais para entendermos a infância como uma criação sócio-histórica. No entanto, o entendimento de que a noção de infância foi e é, até hoje, construída social e historicamente, não corresponde à ideia de “descoberta” da infância. Saliento tal diferença pois, apesar de defender o conceito de construção sócio-histórica da noção de infância, Philippe Áries traz em seu livro, anteriormente referido, um capítulo denominado “A Descoberta da Infância”. Embasada nos estudos pós-estruturalistas, é difícil aceitar tacitamente a ideia de uma “infância descoberta”. Como esclarece Silva (2009m p. 11), “há na noção de teoria a suposição de descoberta.” Como se a teoria descobrisse o “real”, como se houvesse uma correspondência entre “teoria” e “realidade”. Desta forma, afirma o autor,

[...] na direção do pós-estruturalismo, faria mais sentido falar não em teorias, mas em discursos ou textos. Ao deslocar a ênfase do conceito de teoria para o conceito de discurso, a perspectiva pós-estruturalista quer destacar precisamente o envolvimento das descrições linguísticas da “realidade” em sua produção. (SILVA, 2009, p. 11 e 12).

Sendo assim, não se pode afirmar que a noção de infância foi descoberta, mas sim produzida e/ou inventada. Segundo alguns autores, a infância, a partir do Iluminismo, passa a ser tratada de uma forma muito específica, como nos explica Sandra Corazza. A autora (1998) apresenta que a infância é produzida, sendo a infantilidade operada como um dispositivo técnico-histórico, como uma máquina. Segundo a autora, a vida da criança entra no domínio explícito dos cálculos políticos:

Investidas pelo bio-poder em seus corpos sujeitados, “as crianças” serão seres vivos, cuja vida se calculará, e cujo fato de viver cairá no campo de controle do saber e de intervenções da existência, necessidades, desejos, identidade (CORAZZA, 1988, p.12, *apud* BUJES,2000).

Como construção histórica e social, a infância não pode ser homogeneizada e nem considerada estática. Sendo assim, penso não haver

a infância, e sim, as infâncias. Essas infâncias são atravessadas, de algum modo, pelas mídias, em especial a TV.

Em 2010, uma pesquisa pela PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio) constatou que 95,7 dos lares brasileiros possuem um televisor. Para a maioria das pessoas que possuem uma TV, este aparelho vai muito além de um eletrodoméstico com som e imagem eletrônicos.

É comum ouvir que a TV é um espelho da sociedade (ou seria o contrário?), que funciona como um “processador do que ocorre no tecido social” (FISCHER, 2006). Em um único canal da rede aberta, por exemplo, a Rede Globo, a programação ao longo do dia varia do noticiário local ao nacional, programas com receitas culinárias, programas que dão dicas de como cuidar da saúde, programação infantil, novelas (que retratam os dramas do amor, dramas adolescentes, traição, cotidiano de famílias humildes, classe média, a alta sociedade, etc.) esporte, filmes, seriados, que, em algum momento do dia, acabam chamando a atenção de milhares de famílias brasileiras. O próprio *slogan* da Rede Globo é: “Globo, a gente se liga em você”, dando a entender que a emissora se identifica com o público, por isso este, numa relação de reciprocidade, se identifica com a emissora. A Globo se liga em você e você se liga na Globo.

Não acredito em um espectador totalmente passivo ao que assiste. De alguma forma, a mídia – em questão a mídia televisiva – está atravessando este sujeito. Fischer, sobre o conteúdo da TV, aponta que:

Modos de existência narrados através de sons e imagens que, a meu ver, têm uma participação significativa na vida das pessoas, uma vez que de algum pautam, orientam, interpelam o cotidiano de milhões de cidadãos brasileiros – ou seja, participam da produção de sua identidade individual e cultural e operam sobre a constituição de sua subjetividade (FISCHER, 2006, p. 16).

Ainda, segundo a autora, a TV é palco de diversas aprendizagens: como agem os homens, as mulheres, como ocorrem diferenças políticas, étnicas, sociais geracionais. As crianças são os aprendizes em destaque dessa mídia. Aprendem a ver muito do mundo por meio da TV, não apenas

as cores, os números, mas também aprendem boas maneiras, como ocorre na programação de canais educativos (Discovery Kids, por exemplo). Aprendem e ficam muito atentas aos comerciais, aos telejornais e às novelas.

Ao longo da pesquisa realizada, busquei entender melhor como afetivamente a TV aparece na fala das crianças, como esta as constitui, cultural e socialmente. Concordo com Fischer (2006) quando esta afirma: “não nos interessa pensar de modo simplista na chamada ‘influência’ da mídia, na relação direta de causa e efeito entre a imagem mostrada e um comportamento repetido”. Segue a autora, dizendo que a TV que procura discutir na pesquisa consiste em uma produção cultural “que nos oferece uma série de possibilidades de expressão audiovisual, de comunicação de sentimentos, ideias, indagações, informações” (FISCHER, 2006, p. 17).

Não podemos esquecer que é difícil separar a TV totalmente das outras mídias. Muitos temas apresentados na TV surgiram na internet, no jornal ou na rádio. Esse passeio pelos diversos recursos midiáticos pode gerar, até mesmo, choques conceituais a respeito de um mesmo tema; é a chamada convergência das mídias. Jenkins (2008) afirma que, em relação às mídias, o velho e o novo entram em colisão, já que produtor e consumidor (da mídia) interagem de maneira sempre surpreendente. O autor define convergência como:

O fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p.27).

Tendo definido a TV como uma produção cultural, torna-se pertinente conceituar cultura. Não me refiro à cultura como usualmente, no senso comum, se diz, sobre um modo elitizado de ser – e segundo o qual “ter cultura” supõe ler determinada literatura, ter gosto por certo estilo musical, determinada conduta. Apoiada nos Estudos Culturais, entendo cultura de forma plural, diferenciando-a daquela visão que privilegia determinada

manifestação de expressividade humana e a elege como sendo “a cultura”. Tomaz Tadeu da Silva escreve sobre a concepção de cultura de Raymond Williams na sua obra *Culture and society*, apresentando que “a cultura deveria ser entendida como modo de vida global de uma sociedade, como experiência de vida de qualquer agrupamento humano” (SILVA, 2009, p. 131).

Aliada aos autores citados e a Stuart Hall (com sua vasta produção no campo dos Estudos Culturais), Fischer assume a cultura como sendo:

[...] conjunto complexo e diferenciado de significações relativas aos vários setores da vida dos grupos sociais e das sociedades e por eles historicamente produzidas (as linguagens, a literatura, as artes, o cinema, a TV, o sistema de crenças, a filosofia, os sentidos dados às diferentes ações humanas, sejam estas relacionadas a economia, à medicina, às práticas jurídicas, e assim por diante) (FISCHER, 2006, p.25).

Os sistemas midiáticos, em especial a TV, podem ser o lugar no qual há um encontro de diversas culturas, para viverem em divergência ou em harmonia.

2.1 Algumas pesquisas no cenário nacional

Há cada vez mais pesquisas em vários países, que se dedicam a estudar a relação das mídias com os sujeitos que elas atingem. Buscam estudar o conceito de comunicação e cultura, muitas vezes com o objetivo de questionar a ideia de que o espectador é um sujeito passivo; tais pesquisas, pelo contrário, mostram que o espectador participa ativamente na produção de sentidos dos conteúdos veiculados.

Segundo Silverstone:

O estudo da mídia implica investigar psicologia social e a sociologia da experiência visual e da experiência da visão, que não são a mesma coisa. Ele requer uma investigação dos espaços que se formam em volta e além da interface: globo ocular, tímpano, tela e alto-falante. Esses espaços são discursivos. No interior deles, os significados são produzidos e rejeitados. O

pressuposto é que, em algum sentido, o espectador de televisão ou ouvinte de rádio (e não apenas o *leitor* de jornal) são ativos; de que ver, ouvir e ler requerem algum grau de comprometimento, algum tipo de escolha, de consequência (SILVERSTONE, 2005, p. 111).

Mantendo uma correspondência conceitual com os estudos dos britânicos Roger Silverstone e Sonia Livingstone, da London School of Economics and Political Science, a América Latina está com pesquisas muito avançadas com relação à elaboração de teorias no campo de estudos voltados para o entendimento da recepção de produtos audiovisuais. Segundo Rosália Duarte (2008), pesquisas no México (Guillermo Orozco Gómez e Néstor Canclini, na Colômbia (José Martín-Barbero), no Chile (Valerio Fuenzalida) e Argentina (Beatriz Sarlo e Tatiane Merlo Flores) vêm ganhando cada vez mais visibilidade no cenário mundial.

No Brasil, não é diferente. A pioneira nos estudos relacionados à recepção da mídia e mídia e educação é a Dra. Rosa Maria Bueno Fischer¹. A partir de uma pesquisa de audiência feita no início dos anos 1980, para a TV Educativa do Rio de Janeiro, na qual trabalhava, surgiu sua dissertação de mestrado, intitulada *O mito na sala de jantar* (1983). A pesquisa foi feita com 450 criança e adolescentes, sobre o que elas viam e o que gostariam de ver na TV. A partir das entrevistas, a pesquisadora tinha como principais objetivos o de analisar a presença do mito na TV e mostrar, segundo o depoimento dos sujeitos da pesquisa, que o telespectador não é passivo diante do que recebe da TV. Enfim, seu objetivo foi demonstrar que “o receptor não é meramente uma caixa depositária de mensagens, e sim, alguém que reprocessa, conforme sua experiência de vida, aquilo que recebe” (FISCHER, 1984, p. 12).

Seguiram-se outras pesquisas da autora sobre o tema, como: “O Estatuto Pedagógico da Mídia” (2000), “Subjetividade Feminina e a Diferença no Dispositivo pedagógico da Mídia” (2002), “Juventude, Mídia e Reinvenção do Espaço Público” (2005), “Alteridade e Cultura Midiática: Memórias de uma

¹ Ver a propósito a entrevista concedida por Rosa Fischer, recentemente, à revista *online* sobre mídia e educação, referente aos 30 anos de seu primeiro livro sobre infância e TV, *O mito na sala de jantar*. <http://www.revistapontocom.org.br/entrevistas/o-mito-na-sala-de-jantar> (FISCHER, 2012).

Juventude” (2008), “Educação do Olhar e Formação Ético-Estética: Cinema e Juventude” (2011), “Juventudes e Narrativas Visuais: Por uma Ética da Imagem na Educação” (em andamento). Podemos destacar, ainda, o livro escrito pela autora em 2001 e que conta com sua terceira edição: *Televisão & Educação: Fruir e Pensar a TV* que, como sugere o título, faz conexões do veículo midiático da TV com o campo da educação.

Outra pesquisadora de destaque sobre o temática é Rosália Duarte. Em 2004 ela coordenou a pesquisa “Crianças, televisão e valores morais”, concluída em 2006. A pesquisa analisa mais de 900 desenhos feitos por crianças entre 8 e 12 anos de idade de escolas públicas e particulares da região Sudeste do País, sobre a opinião delas a respeito da TV: programação, programas prediletos, o que gostam e o que não gostam de ver . A autora destaca que:

O material recebido é extremamente rico e interessante e demonstra um alto grau de *expertise* por parte das crianças no que diz respeito ao que veem: elas analisam a televisão com muita competência, demonstrando conhecê-la também pelo lado de dentro; conhecem as linguagens de que este meio se utiliza para a construção de suas narrativas e têm alguma noção de sua estrutura de produção, de sua lógica interna e seus modos de intervenção; [...] percebem diferenças entre formatos e ainda discriminam o que, na opinião delas, é educativo e o que não é (DUARTE, 2008, p.10).

A pesquisa conta com colaboradores que analisam desde a produção textual a partir da TV, da representação da TV nos desenhos infantis, ao consumo audiovisual, ao que as crianças pensam sobre a TV, às temáticas sobre novelas e *animes*. A pesquisa deu origem a um livro organizado por Rosália Duarte, intitulado *A televisão pelo olhar das crianças*, lançado em 2008.

Podemos destacar, ainda, a estudiosa Gilka Girardello, da Universidade Federal de Santa Catarina. Entre os sujeitos de suas pesquisas, estão crianças entre 4 a 6 anos de idade (mesma faixa etária abordada nesta monografia). No seu artigo “Produção Cultural Infantil Diante da Tela: da TV à Internet”, a autora relata que suas pesquisas visam, entre

outros objetivos, entender o processo imaginativo de crianças pequenas quando “brincam na internet” (GIRARDELLO, 2005).

Entre as pesquisas de Girardello, estão: “ O imaginário Infantil e as Mídias: um estudo de recepção com crianças de primeira série em Florianópolis” (2001), “O imaginário Infantil e as Mídias: produção e recepção entre crianças de pré-escola em espaço multimídia” (2002), “O Imaginário Infantil e as Mídias: mapeamento em mídia e infância em Santa Catarina” (2004), “O Imaginário Infantil e as Mídias: representações culturais em *websites* infantis de entretenimento” (2005), “Dimensões Culturais na Formação de Educadores para a Mídia-Educação” (2011), “Cultura nos anos iniciais do ensino fundamental: produção narrativa infantil e imaginário midiático” (2011).

3 A Pesquisa

A pesquisa que apresento nesta monografia pode ser descrita como uma pesquisa de campo. Os sujeitos da pesquisa são dezessete crianças de 4 a 6 anos de idade, das turmas de Jardim B e Pré, de uma Escola de Educação Infantil frequentada por um público de classe média e média alta, localizada na cidade de Canoas, Rio grande do Sul.

O principal objetivo da pesquisa foi entender qual é a relação que crianças da Educação Infantil estabelecem com a TV. Para tanto, foi necessário dar voz às crianças, permitindo que falassem livremente – a partir de questões orientadoras – sobre o que costumam assistir na TV, quais seus programas prediletos, quando e com quem costumam assistir TV, quais as brincadeiras de que mais gostam.

A intervenção que fiz para que as crianças pudessem se expressar com relação ao tema desejado – a TV – foi através de rodas de conversas e, para que não se perdesse nenhum detalhe dos dizeres das crianças, capturei as conversas em áudio. O acesso que tive aos sujeitos da pesquisa e aos seus responsáveis (para que autorizassem a participação de seus filhos na pesquisa) foi relativamente fácil, pois trabalho na instituição e tenho contato diário com as crianças e seus familiares (fato que facilitou, também, a coleta de dados para pesquisa).

As rodas de conversas gravadas em áudio foram capturadas entre o dia 2 e o dia 4 de maio deste ano. Além disso, utilizei um caderno de anotações, no qual registrei algumas falas e situações que julguei significativas para este trabalho. Os registros foram feitos em diversos momentos da rotina das crianças, aos quais eu estive presente, na escola: brincadeiras no pátio, refeitório, em aulas complementares, etc.

3.1 Perfil

Como citei anteriormente, tenho contato diário com as crianças envolvidas na pesquisa, pois trabalho na instituição que elas frequentam. Com base neste contato diário e no material coletado, buscarei descrever algumas características de cada criança envolvida neste trabalho.

Antes de falar dos filhos, é pertinente falarmos dos pais. De maneira geral, os pais das crianças da escola em questão não aparentam ter dificuldades financeiras; a maioria deles tem ensino superior, alguns com pós-graduação. Algumas mães trabalham fora, e as que não trabalham têm seu filho ou filha na escola apenas por meio período. A maioria dos pais utiliza as redes sociais e acessam a internet frequentemente.

3.2 Perfil das crianças: como seria se estivessem nas redes sociais?

Apesar de as crianças relatarem que não brincam muito no computador (uma preocupação recorrente entre todos os pais é o controle ao acesso dos filhos à internet), principalmente sozinhas, em uma atividade da “Hora do Conto” que fiz com elas – atividade que ocorre semanalmente – fotografei as crianças com um fantoche de um personagem da história que contei. Quando eu mostrei a foto na câmera digital para a turma, uma das crianças me perguntou se eu ia colocar a foto na internet. Em outra situação parecida, na qual eu mostrava um pequeno vídeo, outra criança perguntou se eu poderia dar o nome do vídeo para a mãe dela procurar na internet, quando chegasse em casa.

Em outra situação, na qual estavam todas as crianças da escola reunidas para fazerem uma foto coletiva, uma professora comentou: “um sorriso bem lindo, que esta vai para o *facebook*”. Imediatamente após a foto, uma criança comentou: “minha mãe tem e tem foto minha lá”. Outra completa: “meu pai disse que lá coloca foto e como a gente é, mas não é para criança”.

Apesar de o foco da pesquisa ser sobre TV, eu não poderia deixar de registrar estas falas no trabalho, pois, julgo-as muito significativas. Quando ouvi as crianças tecerem aqueles comentários, prontamente pensei como seria se elas tivessem um perfil em uma rede social.

Sendo assim, descreverei os sujeitos desta pesquisa traçando uma espécie de perfil, seguindo os moldes de redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. Estes perfis não existem na rede mundial de computadores – a internet: são apenas uma simulação que crio para este trabalho, pensando como seria se as crianças tivessem autonomia e autorização para criá-los.

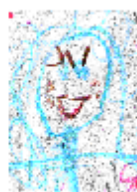
Abaixo, segue os perfis que imaginei para as crianças, com base na observação que fiz delas. Os desenhos que aparecem nos perfis são representações que as crianças fizeram delas mesmas.



Nome: Wody
Programa de TV Favotito: Dora Aventureira
Bio: Adoro a natureza e andar de patrola com o meu avô. Sou bastante animado, mas, quando estou irritado, é melhor não chegar perto.



Nome: Max
Programa de TV Favorito: Battle Force 5
Bio: Movimento, preciso sempre de movimento.



Nome: Jasmim
Programa de TV Favorito: Novela
Bio: Adoro brincar de boneca e arrumar os cabelos. Se você for adulto, cuidado, não há nada que escape aos meus ouvidos!



Nome: Lili

Programa de TV Favorito: Dora Aventureira e a Hora do Justin.

Bio: Todos me consideram uma flor e eu também acho que sou. Muito comunicativa, adoro falar com as pessoa, falar, falar e falar!



Nome: Rosa

Programa de TV Favorito: Ratibum

Bio: Sou curiosa, investigo tudo que acontece ao meu redor. Sou super delicada e adoro rosas.



Nome: Hannah

Programa de TV Favorito: Hannah Montana e da Dora Aventureira.

Bio: Adoro o contato físico com as outras pessoas, abraçar, beijar. Amo música e tenho muito gingado.



Nome: Suspiro

Programa de TV Favorito: Princesinhas do Mar e Backyardigans.

Bio: Sou doce feito um suspiro. Adoro ajudar minhas amigas e minha irmazinha querida.



Nome: Ben

Programa de TV Favorito: Todos os desenhos de ação.

Bio: Às vezes, não consigo controlar minha animação. Adoro música e carrinhos, amo carrinhos!



Nome: Diana

Programa de TV Favorito: Batman

Bio: Adoro o mundo dos heróis, heroínas e vilões. Gosto de aventura e não aceito que me digam que eu estou fazendo uma coisa que é de menino; direitos iguais para meninos e meninas!



Nome: Tasha

Programa de TV Favorito: Backyardigans

Bio: Sou pequenina, porém, mexa comigo e conhecerás minha fúria! Quando eu crescer, quero ser igual a minha mãe.



Nome: Sandy

Programa de TV Favorito: A Hora do Justin

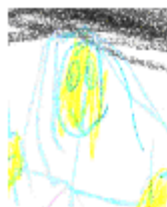
Bio: Quem pensa que eu sou tímida, não me conhece. Adoro minhas Barbies e vivo tentando achar um namorado para elas.



Nome: Girassol

Programa de TV Favorito: Dora Aventureira e Novelas

Bio: Estou sempre produzida e adoro arrumar meus cabelos. Adoro conversar com minhas amigas e trocar segredos com elas.



Nome: Julieta

Programa de TV Favorito: My Little Pony

Bio: Entre os amigos e amigas, sou uma líder, entretanto, na presença de adultos, fico tímida. Adoro jogos e bonecas.

4 A TV a que as crianças assistem e a TV que as vê

4.1 Controle e acesso: o que deve ser dito e visto e o que acaba sendo dito e visto

Na roda de conversa de que participei, com as crianças, fiz algumas perguntas como: O que vocês costumam assistir na TV? Qual o programa de que vocês mais gostam? Assistem a novelas? Vão ao cinema? Têm livros? Do que mais gostam de brincar?

As respostas que as crianças deram deixam claro que existe um controle ao que elas assistem ou ao que deveriam assistir. Elas têm total clareza do que é um programa feito para o público infantil e o que é feito para outros públicos. Passaram boa parte da roda de conversa falando a respeito da programação oferecida ao público infantil nos canais de TV por assinatura destinados a elas. Porém, como conheço as crianças há algum tempo e já presenciei conversa entre elas a respeito de novelas, lancei a pergunta a seguir comentada.

4.1.1 E novela, vocês assistem?

“Não” – primeira reação de todos à pergunta. “Eu só assisto um pouquinho”. “Eu assisto mais ou menos”

Aos poucos, as crianças foram admitindo que assistiam, sim, a novelas. Inclusive, contam detalhes. No entanto, a pergunta que urge depois destas respostas é: por que a negativa, primeiramente, foi unânime?

Tratando-se de pais instruídos, é recorrente a preocupação destes com o acesso que seus filhos possam ter a programas de televisão. O ideal para as famílias de classe média é que seus filhos assistam apenas a canais

infantis, de preferência aqueles classificados como “educativos”. Ou seja, novela, a rigor, não seria para eles “coisa de criança”.

Considerando o que sugere a unânime negativa inicial, as crianças parecem se apropriar do discurso dos adultos com relação ao que *devem* ver na TV. Em seu livro *Trabalhar com Foucault – arqueologia de uma paixão*, Fischer deixa claro de que, para o filósofo, o discurso se produz em função de relações de poder. Não falo aqui de um poder que é necessariamente opressor, ditador, vertical. Fischer, à luz de Foucault, fala sobre “não um poder que apenas cerceia, desmantela, vigia, surpreende ou proíbe; mas um poder que suscita e produz [...]” (FISCHER, 2012, p. 93).

Porém, é esse filósofo que nos alerta: onde há poder, há resistência. Aos poucos as crianças confessam que assistem a novelas. O ato de assistir a esta programação que não foi feita para elas é diferente do de assistir a desenhos animados, por exemplo. Ao assistir à programação destinada a elas, as crianças estão concentradas nessa atividade, normalmente; segundo os relatos, não costumam fazer outra coisa senão apreciar a programação, ou seja, assistem a TV como uma forma de lazer.

O proibido (não a rigor, ou não haveria sequer o acesso à mesma) seria a resistência no interior da relação de poder entre a sociedade e os pais? Ou seja, a novela, não é destinada a elas. Enquanto jantam, a TV fica ligada e está passando a novela. Enquanto brincam em um canto da sala, os pais ou a babá estão assistindo à novela. Deste modo, os responsáveis parecem se livrar da culpa de permitirem que seus filhos assistam a tal programação, a TV está ligada na novela, mas a princípio a novela não é para eles.

Assim, ao mesmo tempo que relatam não ter relação com as telenovelas, as crianças em seus relatos acabam nos informando que assistem a esse tipo de programação, ou pelo menos acabam se apropriando dela de alguma forma. E o interessante é perceber o que as crianças destacam das novelas: “Tem até beijo na boca”. “E quase que tudo explode”. “Ela é do mal”.

4.1.2 O mito e o gosto pela narrativa

Desde que chegamos ao *status* de *Homo Sapiens*, parece que a humanidade permanece buscando responder a questões como: quem somos? De onde viemos? Pra onde vamos? Criamos histórias tentando sanar estas dúvidas existenciais, assim como criamos histórias para lidar melhor com os medos e as angústias que nos rodeiam. Criamos, enfim, narrativas mitológicas que nos ajudam a enfrentar toda essa angústia diante do desconhecido e da própria certeza de que, enfim, vamos morrer.

A programação da TV, do cinema, do teatro, da música – todos esses meios, enfim, estão recheados de elementos míticos que “respondem às necessidades básicas das pessoas, no sentido de trabalharem suas angústias, medos e desejos” (FISCHER, 1984, p.53).

Quando as crianças falam que “tem até beijo na boca”, elas se referem às cenas de relações amorosas. Exemplo disso são falas como estas: “daí ela casa com um menino de lá”; “eles ficam juntos, no final”. Aqui, evidenciamos o antigo mito de *Eros*, tão presentes nas telenovelas, relativo a uma inquietude humana por se relacionar amorosamente, eroticamente, com o outro. As crianças menores ainda não estão imersas nestas redes de relacionamentos amorosos; no entanto, começam a projetar o futuro, assim como preveem os contos de fadas (que as crianças citam como os livros de que elas mais gostam) – e que falam da “eterna busca pelo amor verdadeiro”. Por outro lado,

[...] é o próprio tema, o amor, a relação amorosa que é importante, independente de ser entre adultos. Amor é um sentimento de qualquer idade, qualquer momento, na vida de qualquer pessoa. Então, identificar-se ou sofrer com brigas de casais, traições, ou belos momentos de intensa paixão, é também um exercício das emoções mais profundas do ser humano (FISCHER, 1984, p. 46).

Alguns desenhos animados citados pelas crianças, como “Batman”, “Liga da Justiça”, “Ben 10” “Maxsteel” e “Battle Force 5” , têm *delineado*

claramente a relação do bem *versus* o mal. São desenhos animados em que a ação é frenética, ela acontece todo o tempo. Os personagens principais “do bem” (os heróis) e os personagens “do mal” – os vilões – participam de combates sobre-humanos, em carros com armas especiais, com aparelhos capazes de mudar sua forma física, etc. As crianças ficam fascinadas com o mágico e se projetam nos personagens que parecem tudo poder. Fischer (1984) aponta que a obstinação que heróis e vilões têm pela vitória traduz o comportamento mítico de superar as barreiras e os limites humanos.

As falas que as crianças pesquisadas fizeram sobre esses desenhos de ação têm características parecidas com algumas falas que fizeram sobre as novelas. “eu gosto da novela da Teresa Cristina” / “ quem?” / “Teresa Cristina, profe, ela é do mal” / “é, ela colocou uma cobra no carro de uma pessoa e bum!, o carro capotou” / “e ela botou até a Griselda no fogo, a Teresa Cristina, mas, ela nem morreu” / “é, porque os filhos dela salvaram ela na hora”.

Citam cenas de ação da novela – que também utilizam a dicotomia bem x mal – e ressaltam a cena da cobra e do carro. Elas parecem ter um fascínio especial pelos carros dos desenhos: “o Batman tem o batmóvel, eu tenho o batmóvel” / “os carros do Battle Force 5 são os Hotwheels, eu tenho vários e até as pistas”. Segundo Fischer (1984), o automóvel é um objeto carregado de significação mitológica; é um objeto de desejo (o qual as crianças projetam alcançar e, de certa forma, alcançam, por meio do acesso aos brinquedos) que leva o homem às suas conquistas, como se fosse o veículo sagrado dos deuses.

4.1.2.1 A infância mítica: o ser que deve ser ensinado

“Eu adoro a Dora”/ “que Dora?”/ “A Dora Aventureira! Tu não conhece? Ela é muito legal, né gente”/. “Dora Aventureira” foi um desenho animado muito citado por todas as crianças, todas afirmaram gostar muito da “Dora”.

Podemos classificar este desenho como sendo de cunho educativo, assim como muitos programas dos canais *Discovery Kids* e *Nick Jr.* . Se fizermos uma rápida pesquisa com os pais a respeito do que seus filhos assistem, a maioria deles (levando em consideração apenas a classe média) diria que seus filhos assistem mais aos canais educativos; além disso, frequentam aulas de inglês, ballet, judô; também ouvem música e, obviamente, há o período que passam na escola. Ou seja, tudo indica que os pais consideram o lazer também como um espaço para educar-se.

Não venho aqui fazer um juízo de valores a respeito disso, assim como não faço a respeito da mídia. Procuro, apenas, problematizar a constituição do ser infantil, este ser que parece, em muitos casos, já não ter o direito a um tempo ocioso; ou seja, trata-se de alguém que *deve* sempre estar aprendendo, ser aprendiz, um ser “a aprender” (FISCHER, 2006).

A mídia televisiva, durante muito tempo foi execrada por ensinar modos de ser e agir não desejáveis, aos poucos foi ganhando legitimidade para tal, com os chamados programas (e até canais especiais) *educativos*. Fazendo, por exemplo, uma breve análise do desenho “Dora Aventureira”, pode-se perceber alguns mecanismos utilizados para prender a atenção das crianças. Dora, como sugere o nome do desenho, sai sempre em busca de aventura. Os episódios dos desenhos são construídos sempre de maneira a dar a impressão de que a garota fala diretamente com os pequenos espectadores; por exemplo, em um episódio em que Dora tem de sair de casa e está chovendo, ela olha na direção do telespectador, (na intenção do criador do desenho, é claro, pois, o personagem é puramente de ficção) e pergunta: “O que devo usar para não molhar à chuva?”. Passam-se alguns segundos e um narrador (onipresente) diz: “Vamos lá amiguinhos, digam à Dora” e com uma seta aponta para o guarda-chuva (parecendo um *mouse*

que se usa em computadores). Dora, depois de alguns segundos, responde: “Isso mesmo, um guarda-chuva, vocês acertaram”. Este jogo de uma suposta interação, com perguntas e respostas, ocorre durante todo o programa. Perguntas sobre o tempo, sobre animais, sobre conduta. O desenho, no entanto, não propicia que as crianças respondam às perguntas com autonomia, uma vez que o narrador sempre está lá para dar a resposta antes da confirmação de Dora; é um prazer, falso prazer, que a criança sente em dar a resposta correta. Fischer aponta que:

Recursos dos mais sofisticados, em termos de linguagem televisual, são colocados à disposição de todos esses “ensina-fragmentos” que transformam a TV numa filial da escola, no seu sentido mais pobre, a constituir meninos e meninas como sujeitos eternamente destinados a se exercitar, a saber o que lhes é destinados a saber. (FISCHER, 2012, p. 129).

Outra breve análise que cabe ser feita é do desenho “Backyardigans”. Os personagens do desenho possuem cores vibrantes, o que pode explicar boa parte do sucesso que o programa tem com crianças com menos de 3 anos de idade; há sempre movimentos e falas repetitivos, “propiciando tranquilidade, prazer e identificação” (FISCHER, 2012, p.117), ao mesmo tempo que se *ensina* as crianças a usar a imaginação. Sim, parece chocante, mas é exatamente o que dão a entender algumas cenas. Os personagens “fazem de conta” que estão andando de carro, por exemplo, e explicam (usando algumas gírias como “da hora”, “maneiro”) quais os movimentos necessários que se deve fazer nesta brincadeira de faz-de-conta, como se existisse regra para ela. Ora, até a autonomia de imaginar, “de fazer de conta” é quebrada durante o desenho.

É assim que, nos discursos dominantes sobre a infância, parece-me que o trabalho que se faz é misturar o fantasioso com o normalizador, é oferecer sedutoramente o imaginativo e, de modo às vezes até perverso, capturar a criança para a famosa “lição de moral” ou, então, travestir-se de criança e tentar “ser igual a ela” e narrar-lhe uma história cheia de gírias, “moderninha”, quando tudo o que a criança talvez queira seja justamente o oposto – a oferta da fantasia ela mesma, num jogo assumido por adulto e criança juntos (FISCHER, 2006, p. 28).

Esses tipos de desenhos educativos parecem fomentar a ideia de uma criança permanentemente colocada no lugar de *aprendente*. Alguém que deve exercitar a imaginação, mas, sobretudo, ter bons modos, saber de tudo, crescendo submetida a formas que não caberia a ela romper. Sabemos que essa pode ser a maneira pela qual a criança é vista e pensada, no caso dos criadores desses materiais midiáticos; porém, isso não corresponde a uma resposta fixa e plena, conforme o esperado, de acordo com o tipo de endereçamento feito a esse público. Os estudos de recepção com crianças e com diferentes públicos mostra que há respostas diferenciadas para o que é proposto nas mídias (e também em outros espaços sociais). De qualquer forma, a força com que esse tipo de produção atua sobre os pais (não só as crianças) pode estar nos dizendo algo relevante, em termos educacionais e culturais.

4.1.3 Entre um intervalo e outro, consome-se um pouco

“Eu tenho até a máscara do Batman e também do Homem Aranha e um boneco só do Ben 10.”/ “Eu gosto de Hotweels, eu tenho até a minha muchi do Hotweels, olha.”/ “Eu também gosto da Moranguinho, eu tenho roupa, a sandália e até a pulseira, olha profe, eu vim com a pulseira”.

Nos intervalos dos desenhos animados e programas dos canais infantis (dos canais abertos também), acontece uma enxurrada de propagandas sobre brinquedos e roupas, relacionados com os personagens infantis de que as crianças gostam: é um mundo de Barbies, Hotweels, pôneis, máscaras, capas, pulseiras, sandálias e gelecas gosmentas. Tudo destinado ao público infantil, com comerciais que mostram crianças usando, brincando, com o produto anunciado. Tais comerciais fazem com que os pequenos espectadores se projetem nos personagens do outro lado da tela, gerando o que alguns pais costumam chamar de “a síndrome do *eu também quero*”.

Cada vez mais as crianças têm voz nos diferentes espaços sociais; se essa alteração na história da infância pode ser considerada bastante positiva (considerando-se os novos direitos dos infantis na cultura), por outro lado há a dificuldades de as famílias lidarem com essa nova voz, que pode transformar-se em *voz de comando*, e isso acaba se refletindo com relação às exigências de consumo que as crianças foram manifestando. As novas constituições familiares, o crescente número de divórcios e o aumento da jornada de trabalho dos pais, aliados a uma “valorização da infância” (BUCKINGHAM, 2000), acabam por levar os adultos a efetivamente concederem, entre outros comportamentos, mais voz de compra às crianças, talvez como modo de compensar faltas e ausências paternas e maternas.

Buckingham (2000) aponta que os produtores comerciais assumiram um discurso segundo o qual não apenas devem servir às crianças, mas também dar-lhes poder (poder de consumir) que, tantas vezes, parece assumir características quase narcotizantes, de dependência. O autor também aponta que as crianças não são vistas, pelos meios comerciais, como vítimas passivas da cultura; são vistas como consumidoras soberanas, as todo-poderosas.

No entanto, não são apenas as crianças os “alvos” dos comerciais que ocorrem nos intervalos da programação de canais como a Discovery Kids, por exemplo. Surpreendentemente, aparecem propagandas como propaganda de *Resorts*, com enunciados do tipo “escolha o melhor para sua família”. Esses comerciais, assim, parecem prever que os adultos assistam a TV juntamente com as crianças, ou, ao menos, que estas tenham algum tipo de comentário, referindo-se às propagandas a que assistiram.

Com relação às crianças da pesquisa, quando perguntadas de que tipo de propaganda ou comercial elas mais gostam, as respostas foram unânimes: elas afirmam gostar de comerciais sobre os próprios desenhos animados, os do tipo que antecipam um pouco o que irá acontecer nos programas que estão por vir naquele canal.

5 Considerações Finais

A partir do estudo feito, fica claro o que autores como Silvertone, Fischer e tantos outros que pesquisam sobre mídia e educação afirmam sobre a interação que as crianças estabelecem com a TV: que não há aí uma relação meramente alienadora ou alienante; a criança não se mostra passiva diante do que vê. A criança parece construir, desconstruir e reconstruir as significações sobre o que assiste, durante o próprio ato de assistir e após vivenciar essa prática.

Sabemos que há um controle sobre o acesso que os pequenos telespectadores têm sobre a programação televisiva. Controle e acesso imersos, no que Foucault nos ensina, em relações de poder. O poder entre mídia e criança, mídia e pais, pais e crianças, crianças e pais e pais e mídia. Relações de poder que preveem sempre alguma forma de resistência e que escapa ao proibido.

Mostra-se, também, a partir da análise feita, o gosto pelas narrativas ficcionais que as crianças demonstram. Narrativas, estas, repletas de elementos mitológicos como o amor, o heroísmo, o poder, enfim, elementos que nos auxiliam a lidar com as angústias e dúvidas mais profundas, além da certeza da inevitável morte.

Os programas educativos citados durante este estudo parecem estar, cada vez mais, em ascensão. Trata-se de programas que ensinam a criança até mesmo como ela deve usar a sua imaginação. Estamos falando de uma programação, legitimada pelos pais, e que parece operar como uma extensão do ambiente escolar, trazido para o ambiente de lazer, tratando a criança com um ser que deve ser ensinado, um ser eternamente “a aprender” (FISCHER, 2006).

Este ser que deve sempre aprender, aprende “jeitos” de ser com a televisão, inclusive “jeitos” de consumir. Um ser visto como consumidor soberano, ao qual se oferecem inúmeros produtos que vêm encher seus

olhinhos e que levam os pais a satisfazer a vontade dos príncipes e princesas que, cada vez mais, parecem ter seus desejos atendidos pelos reis e rainhas.

Entretanto, parece não haver produtos estampados com princesas e super-heróis, nem mesmo desenhos animados que consigam inibir plenamente o pensamento e raciocínio infantil, que consigam tirar a magia das crianças, no seu desejo de criar e inventar o próprio mundo. Brinquedos dos mais espetaculares são deixados de lado quando uma criança (ao menos as crianças da pesquisa) encontra uma caixa de sucatas. Ela cria mundos, constrói sua própria lógica, vivendo, nem que seja por alguns instantes, sem a interferência de um adulto, em um mundo no qual não é exigida a *saber*, a *responder a perguntas*, no seu castelo mágico feito de caixa de papelão; talvez porque o belo e brilhante brinquedo *made in China* não consegue suprir certas necessidades infantis. Isso nos sugere, mais uma vez, que a ideia simplista da alienação causada por uma suposta *influência* da mídia sobre os sujeitos infantis é, no mínimo, discutível.

No entanto, isso também não nos exime de pensar, discutir e estudar os modos pelos quais os discursos dominantes procuram construir os infantis, em nossa cultura, e como se abrem, para os educadores, novos desafios, num trabalho que envolve não só a pesquisa sobre o que consomem e o que vivem as crianças, de todas as camadas sociais, sem jamais deixar de lado as quase infinitas possibilidades de ampliação do repertório desses meninos e meninas, os quais jamais deixam de amar uma bela história, uma criativa história de mundos fantasiosos, que as convidam não a serem meros *aprendentes*, mas pessoas abertas a outros modos de ser e existir, para além do que hegemonicamente lhes é oferecido.

6 Referências

ARIÈS, Phillipe. *História social da infância e da família*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2006.

BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. Trad. Gilka Girardello e Isabel Orofino. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

CORAZZA, Sandra Mara. Apud. BUJES, Maria Isabel Edelweiss. *O fio e a trama: as crianças nas malhas do poder*. *Educação & Realidade* v.25, nº 1, 2000, p. 25-44.

ROSÁLIA, Duarte (Org.) *A televisão pelo olhar das crianças*. São Paulo: Cortez, 2008.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *O mito na sala de jantar: discurso infanto-juvenil sobre televisão*. Porto Alegre: Movimento, 1984.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *O Mito na Sala de Jantar*. Entrevista a Marcus Tavares. *Revista PontoCom*. Rio de Janeiro: maio 2012. Disponível em: <http://www.revistapontocom.org.br/entrevistas/o-mito-na-sala-de-jantar>. Acesso em 02/07/2012.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Mídia e experiência*. In: DALPIAZ, Sonia, GURSKI, Roselene, VERDI, Marcelo Spading. *Cenas da infância atual: a família, a escola e a clínica*. Ijuí: UNIJUÍ, 2006, p. 27-40.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Trabalhar com Foucault: Arqueologia de uma paixão*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

GIRARDELLO, Gilka. *Produção cultural infantil diante da tela: da TV à Internet*. Artigo online disponível em www.periodicos.proped.br. Acesso em: 28/05/2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KRAMER, Sônia (Org.). *A política do pré-escolar no Brasil: a arte do disfarce*. São Paulo: Cortez, 1995.

SILVA, Tomaz Tadeu. *Documentos de identidade: Uma introdução às teorias do currículo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola, 2005.