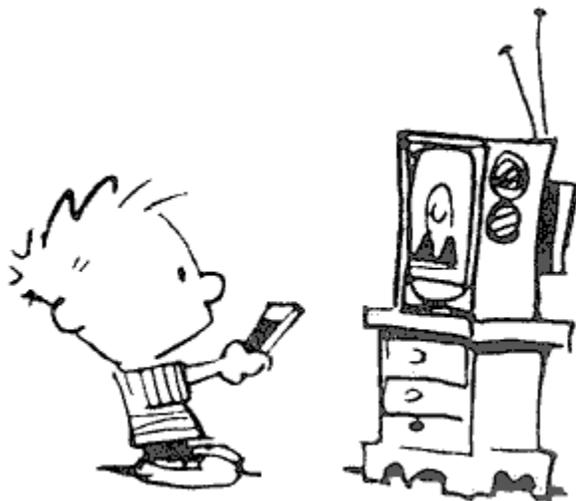


UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA



AVERIGUAÇÃO ASSISTEMÁTICA DA RELAÇÃO
ENTRE OS PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTIS E A
EDUCAÇÃO PRÉ-ESCOLAR

Autora: Ticiane Baccaglini

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Montagner

Campinas, 2004

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

AVERIGUAÇÃO ASSISTEMÁTICA DA RELAÇÃO ENTRE OS
PROGRAMAS TELEVISIVOS INFANTIS E A EDUCAÇÃO
FÍSICA PRÉ - ESCOLAR

Monografia apresentada à Faculdade de Educação Física da Unicamp, sob orientação do Prof. Dr. Paulo César Montagner, como requisito para obtenção do título de graduação em Licenciatura em Educação Física.

Autora: Ticiane Baccaglini

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Montagner

Campinas, 2004

AGRADECIMENTOS

- Ao meu orientador Prof. Dr. Paulo César Montagner, pela ajuda e dedicação;
- A minha família pela oportunidade;
- Aos amigos e colegas que colaboraram com a realização deste trabalho;
- Ao meu namorado pela ajuda e paciência;
- Aos meus grandes amigos, que são e sempre foram muito importantes em todos os momentos de minha vida;
- A Deus por tudo.

RESUMO

Palavras-chaves: criança; educação física pré-escolar; televisão; mensagens; subliminaridade; valores; formação humana.

Esta monografia fala introdutoriamente da influência dos programas televisivos infantis sobre as crianças pré-escolares. Percebendo a presença de mensagens, com intuito mercadológico e ideológico nestes programas, decidimos estudá-los para verificarmos se alcançam seus objetivos, e assim, podermos impedir esta influência, auxiliando na formação dos alunos. A metodologia consiste de: pesquisa bibliográfica, observação assistemática (observação não totalmente estruturada) e entrevistas grupais semi-abertas com crianças de uma escola de Campinas. O primeiro capítulo fala das relações entre as fases de desenvolvimento das crianças e as mensagens dos programas, debatendo sobre teorias do desenvolvimento humano, mensagens subliminares, história do desenho animado e os valores presentes nestes programas. O segundo capítulo trata das relações da escola com a televisão, identificando as funções dos educadores, particularmente da educação física, para auxiliar na formação das crianças. O terceiro capítulo traz os resultados obtidos, dentre os quais estão os programas preferidos pelas crianças: “meninas super poderosas”, “power rangers”, “os sete monstrinhos”, “cavaleiros do zodíaco”, “homem aranha” e “scooby – doo”. Concluindo, discutimos se há influência dos seguintes temas sobre as crianças: (1) padronização de costumes; (2) agressividade; (3) consumismo, (4) identificação / imitação de atitudes; (5) aspiração de um corpo ideal estereotipado. Com este estudo podemos perceber que há influência destes programas sobre as crianças, principalmente relacionada ao consumismo e, também, que apesar de não podermos afirmar a influência sobre a busca de um padrão de corpo ideal nos mesmos, podemos, através deles, perceber que a mídia em geral tem influenciado as crianças neste sentido. Não queremos dizer que a TV deva ser banida de nossas vidas, mas que devemos utilizá-la, discutindo as mensagens com os alunos, permitindo que se tornem críticos perante elas.

ABSTRACT

Key words: children; pre school physical education; television; messages; subliminal; values; human formation.

This monograph is about the influence of the infantile television programs on the pré-school children. Noticing the presence of messages, with commercial and ideological intention in these programs, we decided to study them to verify if they reach their objectives, and then, we could impede this influence, aiding in the student's formation. The methodology consists of: bibliographical researches, observation without system (observation not totally structured) and interviews group half-open with children of a school of Campinas. The first chapter speaks about the relations between the phases of the children's development and the messages of these programs, discussing the theories of the human development, occult messages, history of the cartoon and the present values in these programs. The second chapter treats of the relations between school and television, identifying the educator's functions, particularly of the physical education, to aid in the children's formation. The third chapter brings the obtained results, among which are the favorite programs for the children: "superpowerfull girls", "power rangers", "the seven monsters", "horsemen of the zodiac", "spider-man" and "scooby - doo". Ending, we discussed if there is influence of the following themes on the children: (1) standardization of habits; (2) aggressiveness; (3) consumerism; (4) identification / imitation of attitudes; (5) aspiration of a standardized ideal body. With this study we can notice that there is influence of these programs on the children, mainly related to the consumerism and, also, that in spite of we could not affirm the influence on the search of a standard of ideal body in the same ones, we can, through them, to notice that the media in general has been influencing the children in this way. We don't want to say that TV should be banished of our lives, but that we should use her, discussing the messages with the students, allowing that if they turn critical citizen.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo César Montagner

Prof. Dra. Eliana Ayoub

Prof. Doutorando Vinicius D. S. Terra

ÍNDICE

Introdução.....	3
Tema.....	3
Objetivos.....	4
Justificativa.....	4
Metodologia.....	4
Capítulo 1 – Reflexões teóricas sobre a criança e a programação televisiva	
Infanti.....	7
1.1. Sobre os Programas Televisivos Infantis: A Criança e as Mensagens.....	7
1.2. As Mensagens nos Programas Televisivos Infantis.....	17
1.2.1. Subliminaridade.....	17
1.2.2. História do Desenho Animado.....	26
1.2.3. Os Valores presentes na Programação Televisiva Infantil.....	28
Capítulo 2 - A Escola e algumas Pesquisas e Relações com a Programação	
Televisiva Infantil.....	32
Capítulo 3 - Apontamentos da Averiguação Assistemática.....	38
Considerações Finais.....	42
Referências Bibliográficas.	46
Anexos.....	49
Anexo 1 – Exemplo de técnica subliminar.....	49
Anexo 2 – O caso Pokemon.....	50

LISTA DE TABELAS E FIGURAS

TABELAS

Tabela 1 – Vantagens e desvantagens da metodologia de averiguação assistemática.	6
Tabela 2 – Teorias do desenvolvimento humano.	8
Tabela 3 – Alguns aspectos citados por Wenzel sobre a influência televisiva.	13
Tabela 4 – Algumas técnicas de transmissão das mensagens subliminares.	22
Tabela 5 – Alguns exemplos práticos de subliminaridade.....	25

FIGURAS

Figura 1 – Tira de Calvin e Haroldo extraída de WATTERSON (1991)	14
Figura 2 – Tira sobre a subliminaridade extraída de CALAZANS (1992)	18

INTRODUÇÃO

TEMA

Nesta monografia de Licenciatura trataremos da possível influência dos programas infantis existentes na programação televisiva, que envolve principalmente os desenhos animados e episódios de filmes infantis exibidos em séries diárias, sobre a fase de formação de crianças em idade pré-escolar.

Sobre crianças pré-escolares entende-se que são as de faixa etária entre três e seis anos, que ainda não podem frequentar a escola de ensino fundamental devido à fase de desenvolvimento em que se encontram, cujos objetivos diferem da etapa seguinte.

Esta idéia surgiu devido à observação de que vários destes programas possuem interesses, que são divulgados abertamente, ou subliminarmente, em suas histórias. Desta forma, surgiram algumas inquietações, sendo que as principais são: Estas mensagens realmente influenciam as crianças em sua formação? Se sim, o quão grande é essa influência?

Como futura educadora, julgo ser necessário um estudo como este para uma possível intervenção por nossa parte, os professores, já que grande parte da formação humana das crianças é de nossa responsabilidade.

Assim, através desta pesquisa, procuraremos constatar, utilizando de outros estudos, além de observações assistemáticas e de entrevistas semi-abertas com um grupo de crianças, se existe realmente qualquer tipo de influência destes programas sobre elas, e em caso positivo, qual a intensidade desta influência.

Para atingir esse objetivo, além da observação dos comportamentos e atitudes dos alunos durante as aulas, iremos nos valer de entrevistas grupais semi-abertas para descobrirmos quais os programas preferidos das crianças, e o que mais gostam neles.

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é verificar a possibilidade de os programas televisivos infantis exibidos diariamente na TV influenciarem, ou não, o processo de formação de crianças em idade pré – escolares, através da observação de seus comportamentos durante as aulas, e através de entrevistas. Com isso, avaliar qual a possibilidade de uso deste tipo de programa durante as aulas de educação física, com o intuito de auxiliar na formação humana das crianças.

JUSTIFICATIVA

Percebendo a presença de mensagens, com o intuito mercadológico e de propagar ideologias nos programas infantis, de forma às vezes exposta e, às vezes oculta, decidimos estudar tais programas e suas mensagens para verificarmos se eles realmente alcançam seus objetivos, para assim, nós, educadores, podermos agir de forma a impedir esta influência, auxiliando na formação de nossos alunos como cidadãos críticos e conscientes.

METODOLOGIA

Materiais

O material utilizado foi um gravador para registrar as entrevistas feitas em grupos com os alunos, além de papel e caneta para a anotação das observações feitas de forma assistemática durante as aulas.

Indivíduos Estudados e Delimitação Geográfica

Os alunos são oriundos de uma escola infantil municipal localizada no sub distrito de Barão Geraldo, que se encontra na cidade de Campinas. A classe era constituída de vinte alunos, sendo nove meninas e onze meninos, com idade entre quatro e seis anos.

Método

Esta é uma pesquisa que se compõe de várias metodologias, dentre elas temos: a pesquisa bibliográfica, a observação assistemática, além de entrevistas grupais semi-abertas. Estas metodologias foram extraídas de Lakatos e Marconi (1991) e Bee (1984).

Na pesquisa bibliográfica faz-se a leitura de vários documentos (livros, artigos, revistas, sites, entrevistas...) que tratem do assunto, servindo como base de discussão e comparação dos resultados.

A observação, segundo Lakatos e Marconi (1991), se utiliza dos sentidos para obter as informações desejadas, e consiste em ver, ouvir e analisar os fatos que se desejam estudar. Existem diversos tipos de observação, e neste estudo empregaremos a observação do tipo assistemática, que se trata de uma observação não totalmente estruturada, sendo mais livre e espontânea, que baseia-se em recolher e registrar os fatos observados, a realidade (os fatos são registrados conforme vão acontecendo), sem que o pesquisador se utilize de meios técnicos especiais. É comumente mais empregada em estudos exploratórios.

Nesta pesquisa a observação será feita em cima dos seguintes itens: violência e agressividade; vestimentas, hábitos e costumes; tipos de brincadeiras e compreensão parcial de mundo; comportamentos (competição, cooperação, padronização de atitudes...); atitudes durante as aulas.

Na tabela a seguir estão presentes algumas das vantagens e desvantagens desta metodologia de pesquisa:

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Meios diretos e satisfatórios para estudar uma ampla variedade de fenômenos.	Depende do nível de atenção, perspicácia, preparo e treino do observador.
Exige menos do observador do que as outras técnicas.	O observador tende a criar impressões favoráveis ou desfavoráveis no observado.
Permite coleta de dados sobre um conjunto de comportamentos típicos.	A ocorrência espontânea não pode ser prevista, o que impede, muitas vezes, o observador de presenciar o fato.
Depende menos da introspecção ou da reflexão.	Fatores imprevistos podem interferir na tarefa do pesquisador.
Permite a evidência de dados não constantes do roteiro de entrevistas ou questionários.	A duração dos acontecimentos é variável: pode ser rápida ou demorada, e os fatos podem ocorrer simultaneamente; nos dois casos a coleta de dados é difícil.
Ajuda a identificar e obter provas a respeito de conceitos que os indivíduos não tem consciência, mas que orientam seus comportamentos.	Vários aspectos da vida cotidiana, particular, podem não ser acessíveis ao pesquisador.

Tabela 1 – adaptada de Lakatos e Marconi (1991)

As entrevistas, também segundo os mesmos autores, buscam uma investigação social, sobre fatos, opiniões, comportamentos, etc. E neste estudo serão feitas com todo o grupo de uma só vez, e com perguntas semi-estruturadas, permitindo um maior liberdade para as respostas. A entrevista terá o objetivo de conhecer o programa infantil, exibido na televisão, preferido das crianças, e o motivo disto.

Tratamento de Dados

O tratamento dos dados será feito através da ligação entre os dados obtidos com as observações e as entrevistas, com o material estudado na pesquisa bibliográfica.

CAPÍTULO 1

Reflexões Teóricas sobre a Criança e Programação Televisiva Infantil

1.1 SOBRE OS PROGRAMAS INFANTIS : A CRIANÇA E AS MENSAGENS

Já que iremos discutir a formação das crianças pré – escolares, iniciarei este capítulo falando sobre as Teorias que norteiam os estudos sobre o desenvolvimento infantil.

Considerando, a teorias do ambientalismo, de Jhon Locke, e do nativismo, de Jean Jaques Rousseau, Bee (1984) mostra que existem duas formas de se pensar o desenvolvimento da criança:

- ↳ no primeiro caso (ambientalismo), a mente da criança é considerada como uma tela em branco até o momento do nascimento, sendo, a partir daí, moldada através das experiências vividas.
- ↳ no segundo caso (nativismo), considera-se que a criança já nasce com senso moral inato.

Assim sendo, se considerarmos a teoria ambientalista, os programas infantis exibidos na televisão podem ser uma forma de moldar o desenvolvimento moral das crianças, atuando como uma forma de influência externa; já na teoria ambientalista, isto não é considerado possível, pois as características morais das crianças são internas e genéticas.

Essas teorias deram origem a estudos, que levaram à criação de novas teorias, entre as quais, Bee destaca as seguintes:

- ↳ A teoria da aprendizagem Social, que tem ênfase no impacto do ambiente sobre a criança, baseia-se no ambientalismo, mas não nega o fator biológico, como um outro agente influenciador da moral da criança.
- ↳ As Teorias Biológicas, por sua vez, baseiam-se no nativismo, já explicado anteriormente, e se divide em Teoria do Temperamento e Teoria Etológica.
- ↳ As Teorias Psicológicas, entre as quais estão colocadas as de Freud e Erikson.

As principais características de cada teoria estão na tabela a seguir:

TEORIA DA APRENDIZAGEM SOCIAL	TEORIAS BIOLÓGICAS		TEORIAS PSICOLÓGICAS	
	Teoria do Temperamento	Teoria Etológica	Freud	Erikson.
O comportamento é “fortalecido” pelo reforço que se dá às atitudes da criança – se só dá atenção quando a criança é agressiva ela vai agir desta forma sempre.	Cada indivíduo nasce com padrões característicos de resposta ao ambiente e a outras pessoas	O bebê vem ao mundo equipado com um conjunto pré-programado de sinais e respostas aos outros O bebê é automático, passando a ser intencional posteriormente	Todo comportamento é enrgizado por impulsos instintivos fundamentais (os principais são os sexuais, de preservação de vida e agressivos)	Durante a vida, cada individuo passa por períodos desenvolvimentais distintos onde há uma tarefa específica a enfrentar. – é uma qualidade do ego em cada estagio. Ex: confiança, autonomia
O comportamento será mais persistente e resistente quando reforçado num “esquema de reforçamento parcial”, do que quando é reforçado constantemente.	Essas características de temperamento afetam como o indivíduo responde às pessoas e às coisas ao seu redor.	A manutenção do padrão instintivo depende das respostas das pessoas em torno do bebê	Durante a vida, a criança (e depois o adulto) está centrada na gratificação destes instintos básico.	Os períodos desenvolvimentais são parcialmente definidos pela sociedade na qual a pessoa cresce (ex: fase que a criança vai para a escola difere em cada cultura)
As crianças aprendem comportamentos novos em grande parte através da observação e imitação. Desta forma, elas aprendem também com a tv, com os amigos e professores Quando existe um conflito entre o que se diz e o que se faz, a criança vai imitar as atitudes, e não o que foi dito.	O temperamento afeta como os outros respondem a ele		Durante a infância desenvolvem-se três estruturas de personalidade básicas que atuam na gratificação dos instintos (id – ego – superego): ID:instintivos. EGO: parte que planeja, organiza e pensa (realidade). SUPEREGO: consciência, moral internalizada dos pais e da sociedade da criança.	Qualquer tarefa desenvolvimental que não é completada com sucesso deixa um resíduo que interfere na tarefa posterior. /4-5 anos – iniciativa X culpa, organizar atividade para um objetivo, tornar-se assertivo e agressivo (complexo Édipo – culpa).
			Quando surgem conflitos entre as diferentes parte da personalidade, o resultado é a ansiedade (mecanismo de defesa)	
			No curso do desenvolvimento, a criança passa por 1 serie de diferentes estágios psicosexuais: 4-5, fâlico, genital, identificação com pai do mesmo sexo	

Tabela 2 – Adaptada de Bee (1984)

Quanto ao desenvolvimento da moral em crianças pré –escolares, Bee cita Piaget, dizendo que para esta população, as regras são consideradas imutáveis, e que qualquer mínima transgressão levará a uma punição. O julgamento nesta faixa-etária tem base nas conseqüências dos atos, e não nas intenções (segundo Bee, para eles, quebrar cinco pratos sem querer, é pior do que quebrar um intencionalmente).

Um outro ponto a ser considerado no desenvolvimento da moral, segundo a autora é o tipo de reforçamento e / ou punição, que podem levar à moral ruim e a agressividade. A imitação de atitudes dos exemplos que a criança tem, incluindo a TV (tema de discussão desta monografia) também são fatores importantes.

As crianças passam grande parte do dia em frente à TV, assistindo “programas infantis”, principalmente os desenhos animados. Wenzel (2002), mostra através de estudos, que o tempo gasto pelas crianças estudadas para essa atividade ocupa a maior parte do dia, só perdendo para o número de horas dormidas.

Betti (1998) cita que as crianças atuais vêem mais TV que os adultos. Em média, o tempo gasto em frente a TV pelos telespectadores mais novos (que se encontram em fase crítica para sua formação mental e física, e para a criação de hábitos e atitudes) é o dobro do tempo despendido pelos mais velhos.

Bee (1984) também apresenta estudos que mostram que as crianças pré – escolares nos Estados Unidos assistem de 3 a 4 horas de televisão por dia, e que nos programas infantis, a quantidade de episódios violentos é muito maior do que nos filmes adultos (20 a 30 cenas violentas / hora nos programas infantis, em contraste com 9 cenas violentas / hora nos filmes).

A seguir estão alguns itens relevantes apresentados por Bee (1984) sobre a relação Tv e agressividade (p. 294):

- ↳ A violência nos programas de TV é recompensada (quem é violento consegue o que quer)
- ↳ As conseqüências da violência não aparecem na TV. As próprias redes de TV proíbem mostrá-las para que as crianças não vejam a dor, o sangue e ferimentos (conseqüências negativas da violência)
- ↳ Crianças aprendem formas de agressão vendo as acontecer

- ↳ As crianças que assistem a programas violentos são mais agressivas (mais frequentemente com crianças menores) – se sofrerem a desaprovação dos pais, esse efeito é reduzido.
- ↳ As crianças que assistem a muitos programas violentos têm atitudes diferentes a respeito da agressão (geralmente a violência se torna uma forma de resolver problemas, mas quando os pais demonstram maneiras não agressivas de resolvê-los e, desaprovam as ações agressivas de seus filhos esses efeitos diminuem). O efeito é cumulativo, quanto mais vê, mais agressiva fica.

Segundo esta mesma autora, a frustração; a recompensa pela agressão em casa ou na escola; a imitação de modelos agressivos presentes em seu cotidiano; a rejeição e punição física são outros fatores que influenciam na agressividade. Deve-se também levar em conta que na fase até os quatro anos a criança tende a ser mais violenta, tendo este tipo de comportamento reduzido posteriormente, quando se dá início a fase cooperativa.

A UNESCO, estudando a relação Televisão e Formação de Crianças num congresso no Distrito Federal em 2003, chega a conclusão que este tipo de tecnologia oferece inúmeras e maravilhosas alternativas de acesso ao conhecimento, mas que, a forma como têm sido disponibilizadas aos receptores na maior parte das vezes, é antiética.

Levando em conta essa grande exposição das pessoas à televisão e a falta de ética citada pela UNESCO, nos confrontamos com um grande problema, pois as pessoas, por considerarem este meio de comunicação simplesmente como uma forma de entretenimento, não prestam a atenção devida ao conteúdo transmitido, e não analisando-os ficam mais susceptíveis às mensagens transmitidas explicitamente ou ocultamente, e são essas mensagens que irão formar o indivíduo, influenciando-o em seus valores culturais, sociais e comportamentais.

Betti (1998) também trata deste assunto, falando que o conhecimento pela TV é uma forma de “*entrar na vida divertindo-se*” (p. 50). Entende que é um caminho insuficiente, mas necessário para um conhecimento mais profundo.

“*Julgar a TV como causadora de uma superficialidade, por causa do excesso de informações fragmentadas. Sem análise nem contexto, só é válido se enxergarmos a mídia como um meio de conhecimento tradicional escolar, quando devemos olhá-la como prazer...*”.

(BETTI, 1998, p. 50)

Betti ainda diz que o problema não está na televisão em si, mas na estrutura industrial que a rege, e ressalta que é real o nascimento de uma nova linguagem (impura e desordenada), mas que esta nova linguagem é também “promessa de algo novo que a educação deveria compreender *e desenvolver*”. (p 51)

Wenzel (2002), considera essa relação entre o conteúdo televisivo e a formação humana como o principal objeto de estudo da psicologia comportamental nos dias atuais. A autora cita estes estudos como divulgadores das diversas formas e processos inseridos na programação da TV para influenciar os telespectadores, fazendo com que estes absorvam o que ela chama de “lições visuais” (padrões de conduta, modelos e reações apresentados de forma subliminar nos programas adultos e infantis).

Fusari (1985) e Wenzel (2002) ainda lembram da ausência de programas infantis realmente educativos nas emissoras de TV, ficando grande parte da programação infantil restrita àquelas produções com fins consumistas e baseados em interesses políticos.

Também se tem dado, por parte dos estudiosos, grande importância aos programas infantis produzidos no Brasil, que auxiliariam na propagação da cultura do nosso país. Entretanto, entre as preferências infantis, só se encontram as produções estrangeiras, um dos grandes responsáveis pela massificação de comportamentos que em nada se relacionam ao nosso contexto social.

Analisando todos estes dados, chega-se a conclusão de que a TV pode divulgar ideologias com interesse de controlar a população, desde as crianças até os adultos, e para isso se utiliza de várias técnicas que ocultam a realidade e fazem com que o telespectador acredite que a verdade é o que ele está vendo. Betti (1998) diz que esta é uma linha de pensamento que classifica a televisão como conservadora e alienante, mas que existem também apontamentos que a tratam de outra forma, com um grande potencial para permitir uma ampliação do mundo aos telespectadores, que, por não serem passivos, interagem com as informações que recebem.

Wenzel (2002), apoiada nos estudos de Dorfmann (1978) menciona que os adolescentes enxergam os conflitos do mundo fictício da mesma forma como os vividos na vida real, devido ao reconhecimento de estruturas que compõem estes conflitos, e à frequência com que estes problemas são representados, e tudo isso transforma uma falsa aparência em realidade. A autora, ainda baseada nos mesmos estudos, diz que pelo fato dos programas em questão representarem tendências e ideologias presentes no mundo dos adolescentes, acabam por reforçar a ideologia capitalista, já muito presente na nossa sociedade.

Pacheco (1995) também faz uma reflexão excelente sobre o porquê e a forma de que se utiliza a mídia para influenciar o ser humano, citando que as necessidades estabelecidas como prioritárias pelo mercado são maiores do que aquelas de que os indivíduos realmente precisam. As necessidades reais poderiam atendidas facilmente através das relações entre as pessoas, ou, de forma abstrata, pela arte e cultura. Concluindo, a autora diz que embora o Homem seja, na abstração, dono de suas idéias, é exatamente nesta abstração que a mídia age, proporcionando uma satisfação idealizada das carências humanas.

Através das abstrações, pode-se perceber, então, que há como controlar as vontades e desejos dos indivíduos, principalmente as crianças (mais fáceis de serem manipuladas), de forma que atendam aos desejos do emissor (que podem variar desde uma maior audiência e consumo de produtos, até a divulgação de uma ideologia) sem qualquer tipo de questionamento ou contestação.

Betti (1998) cita em seu estudo Adorno e Horkheimer (1986), que acreditam que a TV busca a domesticação das fantasias das massas, e para isso, ao invés de satisfazer seus desejos e vontades, proporciona aos telespectadores apenas indícios destes (o perfume da flor no lugar da flor; a emoção do prazer no lugar do prazer...). Para eles, a TV impede a formação de indivíduos autônomos, capazes de julgar e decidir conscientemente.

Abaixo construímos um quadro com algumas das idéias de Wenzel sobre esta possível influência:

ALGUNS ASPECTOS MENCIONADOS POR WENZEL (2002), RELEVANTES PARA ESTE ASSUNTO:
Muitos estudos, alguns já antigos, alertam para o risco de exposição de crianças à programas objetáveis, devido à possibilidade de influência desse meio de comunicação sobre as pessoas
A TV influencia indivíduos de indistintas características individuais, com diferentes níveis de educação e classe social, de várias etnias e religiões, e é desta forma que atinge as pessoas física e psicologicamente, afetando a qualidade de vida de cada um. Muitos outros autores atualmente acreditam e mostram dados que provam essa relação entre padrões de conduta, modelos e reações apresentadas na TV e o comportamento e personalidade da criança.
Essa influência é explicada, com a ajuda de Pacheco (1995), pela predominância da ação neste tipo de programação, onde tudo acontece muito rápido, não permitindo uma reflexão sobre o que está acontecendo. É por causa disso que a criança e o adolescente só conseguem ler a mensagem através da identificação com alguma situação ou personagem, que carregam em si os valores da ideologia dominante, que serão transmitidos a ele.(vide figura 2)
A identificação emocional e cômica das crianças e adolescentes com as situações apresentadas, que levam à diversão momentânea, é que faz com que os valores dos personagens e situações, inconscientemente se mantenham depois do programa.
Essa identificação é a objetivação de uma experiência vivida que pode ser reconstruída quando o indivíduo consegue relacionar os elementos que constituem tal situação.

Tabela 3 – Adaptada de Wenzel (2002)



Figura 1 – Extraída de WATTERSON, 1991, p.20

Essa tira de história em quadrinhos, confirma, “talvez inocentemente”, o que dizem vários dos autores estudados, como Wenzel (2002) e Calazans (1998). Eles afirmam que as inúmeras mensagens são transmitidas num curto espaço de tempo, impossibilitando o

telespectador de refletir sobre elas, ou seja, não permitindo que exerça sua criticidade e fazendo-o absorver qualquer coisa que lhe for exposta.

Pacheco ainda diz que a criança começa a desenvolver a representação social através da interiorização de ações por ela realizadas, e também das ações realizadas por situações que ela observa. Essas atividades vão originar relações interpessoais que permitem uma nova significação das coisas e de suas relações. Com isso é que a criança começa a formar valores sobre si mesma e sobre o mundo.

Como os meios de comunicação também reproduzem relações interpessoais, a criança ao observar o que acontece em determinadas situações, se identifica com algumas delas (que se inserem em seu contexto), e passa a ter como verdades as atitudes que foram tomadas diante de tais situações, mesmo que estas não sejam as melhores opções. É assim que se vendem os produtos comerciáveis na TV, e que os dirigentes procuram pregar as suas ideologias com o intuito de mantê-las como dominantes na sociedade.

Entretanto, para observar as representações que a criança faz da sociedade e dela própria, devemos, além de observar o discurso verbal por ela feito, observar o seu comportamento no dia-a-dia, suas condições de vida e seu contexto social. Através destas observações pode-se verificar o quanto a TV tem influenciado a formação da criança.

Fusari (1985), citando os estudos de Caparelli (1980), diz que a forma de encontro entre a mensagem e o receptor está intimamente ligada a situação econômica na qual a mensagem circula e a situação política do receptor, influenciando assim, a forma de interpretação por parte deste.

“O aumento da passividade, como efeito da excessiva exposição à televisão, provem do fato de que o poder de impacto da mídia é forte demais para a subjetividade das crianças, obrigando-as a serem uma cópia fiel do que a propaganda, os pais e a escola delas esperam, e fazendo-as perderem a capacidade de procurar em si mesmas, tornando-as passivas e perigosamente imponentes, conformadas ao sistema, sem poder de crítica”.

(BETTI, 1998, p. 50)

Groebel (2003) em seu pronunciamento na abertura do seminário “A mídia e os direitos da criança e do adolescente”, feito em Brasília no dia 06 de agosto de 2003, e descrito no site da UNESCO, trata este assunto no aspecto dos filmes, da seguinte forma:

"os filmes individualmente não constituem o problema, mas a extensão e a onipresença da violência na mídia são semelhantes em todas as partes do mundo". Combinado com a violência real a que muitas crianças e adolescentes se vêem confrontados, há uma grande probabilidade de que "as orientações direcionadas para a agressividade sejam mais intensamente promovidas do que aquelas que incentivam comportamentos pacíficos".
(GROEBEL, 2003, in www.unesco.org.br)

Pacheco (1995) já discutiu o assunto baseando-se nos estudos de Himmelweit (1962) e, ao analisar essas representações, observa três variáveis principais: a natureza do meio de comunicação, o conteúdo das mensagens transmitidas por este meio e as características do espectador. Quanto aos efeitos, ele os classifica em: alienação, estimulação do desempenho escolar e conhecimento da criança (sobre a imagem que ela tem de seu meio ambiente, sobre a sua personalidade, seu comportamento, e sobre a imagem que tem de sua família enquanto unidade social).

Um outro problema em relação à grande exposição das crianças perante a TV é a formação de estereótipos. Bee (1984) diz o seguinte sobre este assunto:

“a TV pode mostrar uma perspectiva muito exagerada de papéis femininos e masculinos que levam e reforçam estereótipos – mulheres mais conformadas, dependentes e menos eficientes e menos fisicamente ativas – exposição afeta a visão que a criança tem dos homens e mulheres – presente também nos desenhos.”
(BEE, 1984, p.320)

Bee, também cita pesquisas com desenhos que apresentam esses estereótipos e, com outros sem este tipo de mensagem. Os resultados obtidos foram: as crianças que assistiram aos os desenhos onde havia a presença deste tipo de valores respondem com mais estereótipos do que as outras sobre as qualidades dos homens e mulheres

Outro argumento que deve ser levado em conta relacionado aos programas televisivos infantis e às crianças é o caso dos desenhos para adultos exibidos no meio da programação infantil, como é o caso dos Simpsons (desenho indicado como o preferido por crianças e adolescentes em pesquisa feita por Wenzel, 2002). Este desenho, segundo

Wenzel possui a seguinte filosofia: “questione a autoridade”, e é isso segundo ela, que se torna a maior causa para a rebeldia, principalmente para os adolescentes.

1.2 - AS MENSAGENS NOS PROGRAMAS INFANTIS

Para estudarmos as mensagens presentes nos programas infantis, temos que conhecer também um pouco sobre a história do desenho, sobre a subliminaridade (uma das formas, indireta, em que as mensagens se escondem na programação) além dos valores e ideologias explícitos na mídia (forma mais direta de mensagens). Juntos, estes fatores explicam o porque e como as mensagens estão presentes na programação televisiva.

1.2.1 – SUBLIMINARIDADE

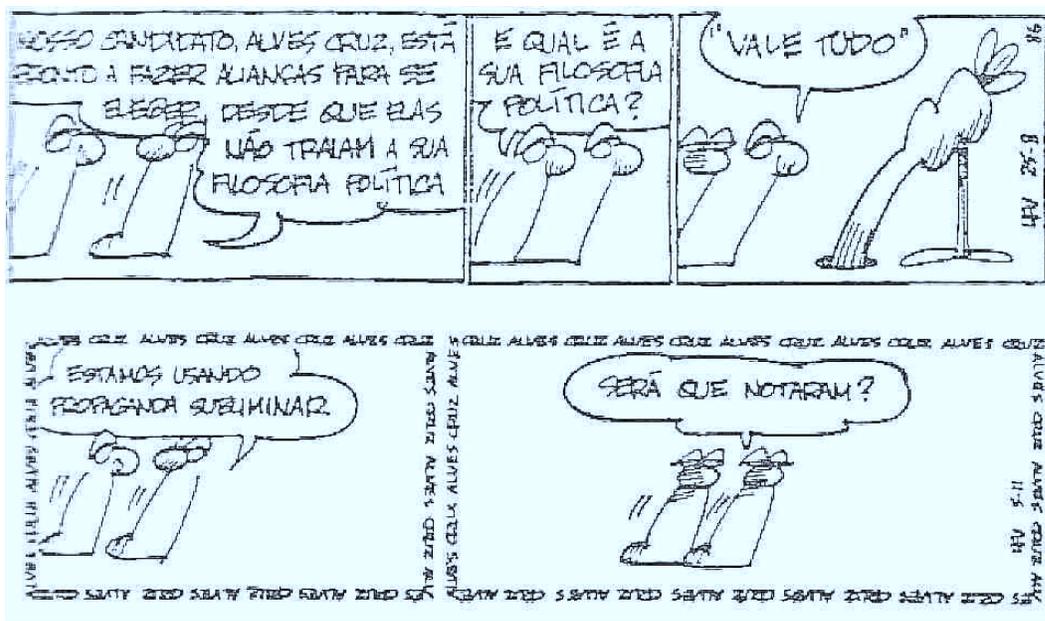


Figura 2 – extraída de CALAZANS, 1992

A palavra “subliminar” tem origem latina e deriva de duas outras: sub (abaixo), e limen (limiar), significando abaixo do limiar. Pode-se perceber tais mensagens, inconscientemente, e acredita-se, que elas podem influenciar os comportamentos de uma pessoa através do estímulo que provocam no subconsciente.

No site http://www.gnosisonline.org/Psicologia_Gnostica/Mensagens_Subliminares.shtml coloca-se que o conceito de mensagem subliminar é muito abrangente, e que de acordo com a psicologia, mensagem subliminar é todo estímulo produzido abaixo do limiar de nossa consciência, onde o cérebro trabalha na frequência Beta. As mensagens

subliminares podem ser principalmente visuais e auditivas, porém muito se tem investido no seu uso em outros órgãos dos sentidos.

Outra forma para definir mensagens subliminares, é considerando-as como informações ocultas, com poder de influenciar o comportamento, atitudes, motivação das pessoas, da capacidade de aceitação e escolha de um produto.

Esta última definição é a que podemos perceber nas palavras de Calazans em seu site www.calazans.ppg.br:

“subliminares são as mensagens que nos são enviadas dissimuladamente, ocultas, abaixo dos limites da nossa percepção consciente (medidos pela Ergonomia) e que vão influenciar nossas escolhas, atitudes, motivar a tomada de *decisões posteriores*.”

(CALAZANS in www.calazans.com.br)

Calazans compara tais mensagens a um “*vírus de computador*”, que fica latente e só é ativado na hora em que for requisitado.

Ferrez (1998) in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm considera subliminar:

“*qualquer estímulo que não é percebido de maneira consciente, pelo motivo que seja: porque foi mascarado ou camuflado pelo emissor, porque é captado desde uma atividade de grande excitação emotiva por parte do receptor, porque se produz uma saturação de informações ou porque as comunicações são indiretas e aceitas de maneira inadvertida.*”

Calazans (1999) explica fisiologicamente o processo que ocorre para a percepção das mensagens subliminares, da seguinte forma: o olho humano tem células chamadas bastonetes, que formam a visão periférica, e células chamadas cones, que constituem a fóvea (nosso foco de visão consciente). Tudo o que não é percebido pelo consciente-foco-fóvea-cones-figura é o subliminar-inconsciente-bastonetes-fundo! E o mesmo ocorre com as mensagens auditivas, onde o fundo musical é subliminar as falas e os gestos do personagem.

As propagandas subliminares são utilizadas com base em princípios da natureza psicológica. Ferrés (1998), explica que apesar da racionalidade dos Homens, estes tomam

suas atitudes baseados, na maioria das vezes, em estímulos inconscientes. Sendo assim, a televisão se utiliza das emoções para persuadi-los, deixando de lado o lógico e o racional. Ferrés explicita isso da seguinte forma:

“A influência da televisão, intencional ou não, consciente ou inconsciente, manifesta-se na esfera da emotividade. É desde a emotividade que a televisão pode condicionar a liberdade humana. É desde a emotividade que a televisão pode burlar a racionalidade. É desde a emoção que incide sob o inconsciente.”

(FERRÉS in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm)

Ferrés ainda diz que outra intenção da televisão é a socialização:

“Se as emoções (amor, temor, raiva, dor, gozo...) influem nas decisões e nos comportamentos, qualquer imagem que gere emoções será socializadora, no sentido de que terá incidência sobre as crenças e os comportamentos. Isto pretendem conseguir - ou conseguem sem pretendê-lo explicitamente - as mensagens subliminares.”

(FERRÉS in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm)

De acordo com Ferrés (1998) o entretenimento é uma das formas mais eficientes de comunicação subliminar, é persuasiva, justamente por ser quase incontestado. E leva vantagem sobre uma comunicação destinada ao raciocínio lógico, a via racional. Citando Ferrés :

“Para os profissionais da comunicação persuasiva, a via emotiva tem uma dupla vantagem sobre a via racional: é mais divertida, o que facilita uma atitude de abertura por parte do receptor, e não desperta receios ou mecanismos de defesa, porque o receptor não é totalmente consciente de que está sendo influenciado, pensa que está se divertindo, apenas.”

(FERRÉS in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm)

A televisão ainda trabalha com a criação dos estereótipos, que são visões simplistas e preconceituosas, baseadas no senso comum. Como diz Ferrés (1998):

“É um recurso eficaz em todo o processo de homogeneização na interpretação da realidade, homogeneização de idéias, princípios valores, crenças e comportamentos.” O autor cita como exemplos de estereótipos o discurso machista, escamoteado dentro de programas, filmes, seriados que possuem forte conotação implícita machista, além de programas onde ocorre a vulgarização da mulher, sendo esta tratada como mero objeto. Outros são as beleza física, as drogas e, principalmente, grupos sociais como gays, tão achovalhados por programas de humor como “Zorra Total”.

(FERRÉS in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm)

A informação é outra poderosa ferramenta de persuasão. Conforme Ferrés (1998) informação é poder, e a informação está cada vez mais concentrada nos grandes veículos de mídia. Diante disso, passa a existir um controle muito grande sobre que tipo de informação deve ser transmitida, de acordo com o propósito desejado, no caso, a manipulação implícita. Ferrés explica esta manipulação como uma forma de mascarar a realidade através da seleção de fatos, da distorção e descontextualização da informação transmitida, originando uma realidade que não corresponde à verdade.

Existem mensagens subliminares em toda a natureza. É praticamente impossível uma pessoa "normal" digerir todo esse bombardeio de informações.

Enfim, a atuação da mensagem subliminar consiste na associação significados importantes ao produto que se quer vender. Estes significados podem ser positivos ou negativos, pois para cada tipo de produto existe um tipo de consumidor, com um perfil psicológico diferente. Há casos em que se descobre, através de pesquisas psicológicas, que o consumidor típico de um produto tem tendências auto-destrutivas, e nestes casos, exibir símbolos de decadência e morte dá mais resultado do que exibir símbolos de vitalidade.

Através destas informações podemos perceber que objetivo maior da utilização das mensagens subliminares é a manipulação da mente das pessoas. Como o telespectador não percebe conscientemente as mensagens que lhes são transmitidas, ele não tem a opção de aceitá-las ou rejeitá-las, o que desrespeita um dos direitos do consumidor que é a liberdade de escolha.

As Mensagens Subliminares podem ser enviadas visual ou auditivamente, buscando a persuasão do consciente através de estímulos no inconsciente dos telespectadores. São consideradas um tipo de "arte" utilizada por publicitários para levar ao consumo.

Socializar, ditar modas, usos e costumes, fornecer modelos e estereótipos. Parecem ser essas algumas das principais funções da televisão enquanto meio de comunicação de massa. Devido ao seu enorme alcance, a televisão chega tanto ao cidadão mais rico do bairro mais nobre de uma grande cidade até o humilde morador da favela.

Sabe-se que as mensagens subliminares também podem ser utilizadas positivamente, mas é fato que atualmente elas são utilizadas não para despertar e alimentar a consciência humana, mas para manipulá-la. Calazans (1999) fala dessa utilização positiva nas áreas da saúde, onde mensagens subliminares são inseridas em filmes para auxiliar no tratamento de fobias, manias e compulsões, como medo de avião, roer unhas, bulimia e anorexia, e da educação, auxiliando na aprendizagem de idiomas, como nos populares cursos nos quais fitas tocam no travesseiro e aprende-se dormindo com sinais subliminares sonoros.

No site www.codelines.com/silentidea/suliminf.htm, também encontram-se exemplos do uso benéfico das mensagens subliminares na área da saúde, através da auto-hipnose, servindo de apoio para melhorar atitudes, hábitos e aprendizados, já que não adianta tentar mudar um hábito, se, no nível subconsciente, existe alguma resistência irracional a esta mudança. Para que esta mudança ocorra, deve-se submeter o indivíduo a mensagens subliminares que contrariam esta resistência, podendo vencê-la no seu próprio território: o subconsciente. O mesmo procedimento pode ser utilizado quando há falta de motivação para certas atividades ou comportamentos. Nestes casos, o poder das mensagens subliminares de invadir o subconsciente sem passar pelo nível consciente mostra seu valor. Não passando pelo nível consciente, as mensagens subliminares não disparam os mecanismos de fuga da mente. Submetendo-se diariamente a mensagens subliminares que escrevem a verdade racional e positiva em seu subconsciente, uma pessoa chegará a ponto de aceitar aquilo que normalmente não aceitaria mesmo sendo o óbvio.

Franco, em entrevista para o site da PUC – Poços de Caldas (www.comp.pucpcaldas.br, 2002) diz que as mensagens tem sido estudadas para serem utilizadas com um novo objetivo: uma forma sofisticada de armamento.

“Atualmente o subliminar tem sido estudado por militares de diversas partes do mundo como um possível armamento sofisticado, inspirados pelo famoso "pânico Pokemon", episódio ocorrido no Japão há alguns anos atrás, quando uma seqüência de cores emitidas em alta velocidade por um dos personagens do desenho animado Pokemon, induziu uma reação semelhante a de um ataque epilético em centenas de crianças japonesas que o assistiam pela televisão.”

(FRANCO in www.comp.pucpcaldas.br, 2002)

Diniz in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm (1999) diz que o bom anúncio não é aquele lembrado por todos. Para ele os anúncios que são conscientemente lembrados são considerados falhos, pois um bom anúncio serviria para motivar uma decisão de compra, dias, semanas, ou meses depois de ser percebido.

“Após estimulação subliminar o sujeito faz algo em resposta a determinadas mensagens sem conhecer a causa da sua conduta”

(DINIZ, in Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm,1999).

Algumas técnicas que propiciam a estimulação subliminar são as seguintes:

<u>Técnicas</u>	<u>Desenvolvimento proposto</u>
A figura e o fundo	Os publicitários aproveitam este fato para colocarem mensagens subliminares no fundo da imagem.
Embeding	É o processo de esconder uma imagem sob a forma de outra. Ex: em um copo com várias pedras de gelo (anúncio de um uísque), desenhando de forma sombreada uma caveira em uma das pedras, pois é provado que as pessoas que bebem têm uma atração pela morte.
O duplo sentido	O duplo sentido das palavras enriquece o significado virtualmente em qualquer estímulo simbólico.
A luz e o som de baixa intensidade	Um comercial em preto e branco (em meio a outros coloridos), chama mais a atenção das pessoas, assim como a falta de som também atrai mais a atenção em meio a tantos sons apelativos.
Os flashes de imagens e luz ou som de fundo	No caso dos flashes, há uma experiência bastante comentada, que foi a inserção de uma propaganda da Coca-Cola, no meio de um filme no cinema. A experiência causou uma reação curiosa nas pessoas que estavam assistindo o filme, cuja propaganda foi passada tão rapidamente que o cérebro só conseguiu captar de forma inconsciente, fazendo com que a maioria das pessoas comprasse uma garrafa de Coca-Cola durante o intervalo do filme.

Tabela 4 – Adaptada de Calazans (1992)

Segundo a declaração de Silva, Argenton e Cardozo no site Geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisãosub.htm frequentemente os publicitários utilizam a palavra SEXO, em forma de mosaico em textos ou imagens. Outras palavras usadas dessa forma são MORRE e MATA. Estas instruções podem ser perigosas, e em alguns lugares são proibidas.

De fato existe a percepção inconsciente, e as mensagens armazenadas no inconsciente permanecem na memória durante muito tempo e são capazes de influenciar a conduta de um indivíduo.

Toda essa informações sobre mensagens subliminares foram obtidas através de estudos que somente foram possíveis depois da década de 50, quando este assunto foi descoberto e transformou-se em uma grande polêmica. Desde então muito se discute sobre sua eficácia.

Muitos psicólogos e acadêmicos considerados sérios a tratam como sensacionalismo, o que leva a um grande descaso por parte da sociedade e dos governos que não se preocupam em criar leis que proíbam a manipulação gerada pela propaganda subliminar.

Um dos motivo para este descrédito, segundo Franco in www.comp.pucpcaldas.br (2002) é a associação das mensagens subliminares ao misticismo e/ou satanismo presentes em muitos sites amadores (o que segundo os estudiosos da área não passa de falácia).

“A mensagem subliminar age em nosso cérebro réptil, no limiar da mente inconsciente, isso está provado, ela é um fenômeno psicológico, atua sobre a nossa percepção inconsciente e é usada em mais de 90% dos casos para induzir o consumo. É contra essa indução que devemos lutar e não contra o Demônio. As mensagens invertidas em músicas de bandas como Led Zeppelin, Beatles e outras ajudaram a construir esse mito.”

(FRANCO in www.comp.pucpcaldas.br, 2002)

Em 1959, segundo Calazans, as pesquisas deixaram as universidades para atuarem diretamente nos cidadãos, eleitores e consumidores. Foi neste ano que o publicitário Jim Vicary colocou um taquioscópio (projeto de slides) no filme "Picnic", estrelado por Kim Novak, projetando frases como "drink Coke" numa velocidade de 1/3000 de segundo, imperceptíveis pela consciência, o que levou a um grande aumento nas vendas do refrigerante. Este experimento é conhecido como Experimento Vicarista.

Calazans ainda lembra que nos anos 70, a tecnologia subliminar foi levada para a televisão em um quadro (1/30 de segundo) do jogo infantil "Kusher Du", obtendo ótimos resultados. Desde então, capas de revistas, fotos de anúncios publicitários e propaganda eleitoral passaram a utilizar os subliminares sem nenhum controle, até que o psicólogo canadense, Wilson Brian Key, denunciou tais atos em uma série de livros.

Relacionando as mensagens subliminares às crianças, vemos que estas são, provavelmente, as mais facilmente induzidas por tais mensagens, uma vez que, como já vimos, passam horas na frente de uma televisão, e as mensagens subliminares estão embutidas até mesmo programação infantil.

<u>Outros exemplos são:</u>	<u>Como funcionam?</u>
Chevrolet	um jingle brasileiro com um ritmo melódico contendo um ciclo de 72 batidas por minuto, provocava, subliminarmente, memórias inconscientes do ritmo cardíaco da mãe o amamentando, persuadindo-o a amar e sentir-se protegido pelo automóvel-mamãe. Este jingle fazia o consumidor regredir a um estágio psicológico infantil, criando o desejo pelo carro anunciado, de modo a fazê-lo sentir-se culpado por não poder comprá-lo.
Empresas	Colocam vírus nos computadores do funcionários, que fazem piscar na tela (efeito flicker) frases como "trabalhe mais rápido" para aumentar a produtividade dos empregados.
Supermercados	Instalam som ambiente com as frases "sou honesto" e "roubar é errado" a fim de reduzir os índices de furtos entre os clientes.
Bancos	agem de forma semelhante aos supermercados para estimular aplicações financeiras.
Popay	num determinado período da história dos EUA, foi estimulado o consumo de espinafre na população, com o intuito de diminuir a uma onda de anemia. Foi quando criaram o personagem Marinheiro Popay e a Olivia Palito. A história mostrava como mensagem subliminar o espinafre, utilizado para o personagem ficar forte e enfrentar seus rivais. Outra mensagem subliminar presente neste desenho era o cachimbo do Popay que estimulava, o consumo do tabaco.
Pokemon	a utilização de técnicas hipnóticas em um dos episódios do desenho, através de luzes que piscam em grandes velocidades (54 vezes em 5 segundos, no caso), com o objetivo de aumentar a identificação do telespectador com o desenho, levou a explosão de uma nova doença, a epilepsia televisiva.
Bernardo e Bianca	A Disney assumiu, conforme Calazans informa em seu site, através de uma reportagem na Folha de São Paulo do dia 15 de janeiro de 1999, a inserção de dois fotogramas com fotos de mulheres com os seios nus neste desenho (o sexo, inconscientemente, causa uma sensação de atração nas pessoas).
Mtv	a emissora foi processada por divulgar a pedofilia em um dos seus comerciais, onde aparecia em um quadro a imagem de um homem conduzindo pelo cabelo uma garotinha nua (com duração de 1/30 d segundo, ou seja, imperceptível conscientemente.

Tabela 5 - Adaptada de Calazans (1992)

1.2.2 - HISTÓRIA DO DESENHO ANIMADO

Analisando também a história do desenho animado podemos perceber a presença dessas mensagens subliminares na sua própria criação, já que se acredita que o desenho começou através da criação de alguns brinquedos, na maioria de imagens circenses, que davam a ilusão de movimento aos olhos humanos; tais brinquedos provocavam um fenômeno ótico, que seria a persistência da imagem na retina durante um pequeno intervalo de tempo (aproximadamente 1/16 de segundo), após atingi-la. Descobriu-se assim que ao criar imagens fixas e seguidas, com uma pequena diferença de posição entre cada uma tem-se a sensação de que o objeto da imagem está em movimento, desde que o intervalo entre cada imagem seja menor do que 1/16 de segundo. Assim sendo, o desenho é na realidade a transmissão de uma mensagem que não existe de verdade, o movimento, e é da mesma forma que se transmitem valores.

Este movimento, que é a diferença marcante entre o cinema e a fotografia, dá aos documentos cinematográficos uma impressão muito forte de realidade.

O movimento no cinema é tão marcante que se chega a afirmar que o espectador percebe no filme o movimento como algo atual e não como vestígio do passado, como acontece com a fotografia. Neste sentido, Leirens citado por Metz (1972), desenvolve uma teoria na qual afirma que, ligado à impressão de realidade, está o fenômeno de identificação do cinema e que este fenômeno é de certa forma negativo, pois o espectador não faz do personagem um objeto de oposição como acontece no teatro, no qual o espectador toma uma posição com relação ao personagem ali presente em carne e osso. Também essa identificação, vemos como uma das funções da mensagem subliminar que facilita a aceitação do valor a ser transmitido ou do produto a ser vendido.

Walt Disney foi, segundo Wenzel (2002), um dos mais destacados artistas nesta área, e foi também o que deixou mais marcas ideológicas e políticas no cinema de animação americano, tendo como legado a construção de um verdadeiro império nas atividades de comunicação e lazer.

Seus desenhos, com exceção de “Fantasia”, foram feitos para crianças; essa foi, talvez, a razão de seu sucesso. Mas, não podemos deixar de observar que:

“Este fato acabou transformando seus filmes em veículos sutis e um tanto insidiosos da divulgação de valores culturais norte-americanos entre os “jovenzinhos” do mundo todo” .

(WENZEL citando TASSARA, 1996, p.27)

Mais uma vez podemos relacionar o desenho e as mensagens subliminares. Juntos, eles são utilizados para a transmissão de valores desejados com conseqüente transformação das pessoas em padrões a serem seguidos.

1.2.3 – VALORES PRESENTES NA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA **INFANTIL**

Alguns estudos procuram detectar nos programas infantis, valores e a intenção do produtor em transmitir estes valores é o caso de Wenzel (2002), Pacheco (1985) e Fusari (1985), que estudam os desenhos animados em particular. A seguir veremos alguns dos valores encontrados nestes estudos.

Nos desenhos e séries de Super - Heróis a sociedade é representada como uma, estática e harmônica, sem qualquer antagonismo; o homem é um ser padronizado. A “ordem natural” é quebrada apenas por vilões, que representam o mau. Os bons defendem essa legalidade “dada pelos superiores” sem questioná-la, o que leva a um maniqueísmo. Este maniqueísmo por sua vez, reduz todo e qualquer conflito entre o bem e o mal, sem considerar que em uma sociedade as pessoas e os grupos possam ter opiniões e interesses divergentes.

Segundo Fusari (1985), estes valores maniqueístas ainda reforçam a ideologia dominante, fazendo com que não haja qualquer questionamento sobre a ordem estabelecida, que na verdade nada tem de natural, já que é construída pelo homem e representa os interesses de uma minoria.

Estes programas, também pregam a impotência dos homens comuns, que têm medo e culpa por não poder interferir no seu destino, ao contrário desses “heróis”. Segundo Wenzel (2002), que se utiliza dos pensamentos de Mircea Eliade, o mito do Super – homem satisfaz as frustrações do homem atual que, se reconhece como limitado, e deseja, um dia, ser um herói.

Entretanto, analisando os atos deste herói pode-se perceber, que ele não passa de mais uma pessoa alienada, presa estereótipos estabelecidos para massificar a sociedade, de acordo com os interesses de alguns.

No universo dos desenhos animados, são grandes atrações às personagens antropomorfas, citando alguns famosos, “Tom e Jerry”, “Donald e seus sobrinhos”,

“Mickey”, etc. A partir da definição dada ao personagem – criança, por Chombart de Lawe e Bellan pode-se definir personagem antropomorfo como sendo:

“Um animal (ou outro indivíduo não humano) ao qual são aplicadas formas conceitos, linguagens, comportamentos semelhantes aos do ser humano. Esse personagem, então, passa figurar em uma narração, desempenhando um papel que lhe é atribuído em correspondência ao seu semelhante - humano e animal – numa sociedade real ou num mundo imaginário. E, passa a narrar, particularmente, uma totalidade, ou seja: o ser humano, mediado pelo animal (ou outro indivíduo não humano) contado e expresso em correspondência aos diferentes papéis esperados, tidos ou desejados e imaginados (por adultos) para esses seres humanos e animais (ou outro indivíduo não humano)”.

(WENZEL, 2002, p.32).

Comumente, não se mostram personagens mediando uma vida infantil, não apontando, portanto, uma apresentação da infância. Apontam, ao contrário, antropomorficamente mediadas pela expressão caricaturada, exagerada, acelerada de cinema de animação, significados de uma vida adulta como: a conquista de parceiros amorosos, a conquista de prêmios em dinheiro, os desempenhos profissionais na indústria, no comércio, nos serviços, e a recuperação, a manutenção da moradia e de aspectos da vida pessoal, quando se mostram ameaçados. Podemos, também, citar, como exemplo, as personagens Pica-pau e Pernalonga que protagonizam narrativas com esses temas. Nestes desenhos, as desavenças são tratadas como um jogo; e o que prevalece é a esperteza, a astúcia; jogo em que ser o mais forte, mais esperto, não significa, necessariamente, ser o maior.

Estas contradições do personagem de cartum, segundo Wenzel (2002), permitem sua identificação com a criança, um futuro adulto. Afinal, a criança pensa, fala, veste-se e comporta-se como o adulto, mas ainda não superou sua animalidade. Ela preserva sua sexualidade polimorfa enquanto imita a sexualidade de seus pais. Finalmente, a criança é gradativamente obrigada a tornar-se adulta e a abandonar seus instintos primários para não mais correr o risco de ser devorada.

Segundo Fusari (1985) os personagens desses programas infantis, em sua maioria, representam ambigüidades, com multiplicidade de significados, leituras e interpretações, que satisfazem as necessidades, as aspirações, e as projeções mais variadas das diferentes camadas sociais. Exemplificando, a autora se utilizou de alguns personagens como: Mickey

(poder individual, respeitador do poder institucional por seus méritos, qualidades e amigos leais); Donald (anti-herói é um indivíduo comum e simpático, meio preguiçoso, tentando sobreviver. É um fracassado); Tio Patinhas (herói/vilão. Venceu com o capitalismo por suas próprias virtudes e esforço); Peninha (assalariado da indústria cultural, imaginativo, preguiçoso, ingênuo e criador); e também os Peanuts (crianças que vivem e fracassam, agem e buscam respostas às questões). Em todos os casos, os personagens representam o comportamento de adultos.

Um outro valor, muito presente nos desenhos e séries infantis, principalmente nos atuais, é a agressão física e verbal, além da desonestidade. Alguns estudiosos consideram, por isso, essas produções como grandes responsáveis pelo aumento da violência por parte das crianças, mas alguns estudiosos lembram que os receptores de diferentes classes sociais recebem as mesmas mensagens de maneiras diferentes, o que influencia na forma de manifestação que cada um tem dessas mensagens.

Quanto a prática esportiva, ela também está muito presente nos programas infantis, que segundo Betti (1998), tratam do esporte da seguinte maneira: os mocinhos ou super heróis sempre possuem as características de atletas –fortes (às vezes usam atletas para combater o mal, e às vezes usam outros personagens, cuja imagem é de um atleta, mutantes por ex). Outros programas vivenciam situações que levam aos mesmos sentimentos provocados pelo esporte: experimentam frustração, desafios, tensão, cooperação, exigência dos adultos, exclusão, vitória e derrota, aqui poderíamos mencionar o personagem Pelezinho, de Maurício de Souza.

Uma nova tendência surge na arte do desenho de animação, os chamados “desenhos animados para adultos”: “South Park”, “Beavis e Butt – Head”, “Futurama” e “Os Simpsons”, todos eles comprados e veiculados pelas emissoras brasileiras. São produzidos nos estados Unidos e têm como gancho de audiência fazer com que os americanos riem de si próprios e de seu modo de vida. Esses programas transmitidos, na maioria das vezes, em horário de programação normal, têm características específicas: são sarcásticos, politicamente incorretos, mostram baixarias e preconceitos através de suas personagens. Mesmo destinando-se prioritariamente para adultos, cerca de 40% do público desses

desenhos são crianças. Isso fez com que surgisse uma polêmica a respeito dos possíveis efeitos nocivos desse tipo de programa nas crianças e adolescentes.

Resumindo, nestes estudos os valores citados são as relações de dominação através da hierarquia do trabalho, o mito do lar indevassável, o automóvel como condição de lazer e daí a grande necessidade das vias expressas, o mito do herói individualista. Enfim valores típicos da sociedade burguesa norte americana, além da violência também muito presente na sociedade atual.

Nos levaremos em conta outros valores, além desses: a padronização de costumes; agressividade; estímulo ao consumismo; mitificação e idolatria de personagens; internacionalização de hábitos; estereotipação de atitudes e da aspiração de um corpo ideal.

CAPÍTULO 2

A ESCOLA E ALGUMAS PESQUISAS E RELAÇÕES COM A PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA INFANTIL

Ao analisarmos os valores citados no capítulo anterior, surgiram algumas dúvidas:

- ↳ Será que são estes os valores que devem ser mostrados nos programas infantis?
- ↳ Mas já que são, como utilizá-los para uma melhor formação das crianças?

É neste ponto que encontramos o papel dos educadores, que devem ensinar os alunos a analisar criticamente o que recebem dos meios de comunicação, para decidir se devem ou não aceitar o que lhes está sendo transmitido.

Fusari (1985) sobre este assunto, diz que as pessoas que se utilizam dos meios de comunicação tem que aprender a saber como agir frente a estes, objetivando a formação de uma consciência crítica.

Essa conscientização frente aos meios de comunicação, que como já vimos, é papel do educador, não significa que devemos censurar ou regulamentar o que está sendo transmitido na TV, mas sim, que o telespectador deve aprender ao que escolher e como escolher o que vai assistir, afinal, a TV também tem pode ser muito bem utilizada.

Betti (1998), concorda com este pensamento, e diz que os educadores, por terem seu dia – a – dia invadido pela TV e por seus programas e conteúdos, deve desenvolver sua prática pedagógica baseada nesta influência.

Pacheco (1985) diz que a comunicação de massa pode ser bem ou um mal, e isto vai depender de quem vai usá-la, e também da forma e da finalidade para que vai usá-la.

Esta mesma autora sugere o uso da ideologia presente nesse meio de comunicação para a formação da consciência de um indivíduo, considerando a ideologia como um

instrumento essencial para a experiência, para a aquisição da consciência, e assim da relação entre estes dois itens: a experiência e a consciência.

Ela ainda aconselha que consideremos não só os meios de comunicação como vilões, mas também a escola, que tem tratado todas as crianças como se fossem iguais, e vivessem na mesma realidade, baseando-se no estilo de vida da classe média, e esquecendo que a grande maioria dos receptores pertencem a classe baixa. Entretanto a autora não acha que o método de transmissão deve ser substituído, mas que deve ser “individualizado” pois como já foi dito cada um recebe as mensagens de acordo com a sua realidade social.

Essa não individualização citada por Pacheco (1985) leva a uma sociedade massificada, composta por pessoas com os pensamentos, os gostos e os hábitos padronizados, homogêneos, o que, conseqüentemente, transforma os indivíduos em seres totalmente passivos, acríticos e facilmente controlados.

Os caminhos dos quais a escola e a televisão se utilizam para a formação deste tipo de cidadão são, segundo Wenzel (2002), os seguintes:

- ↳ A escola dita as balizas sociais, forma o homem infeliz que se distancia do processo de escolarização, do conhecimento de si mesmo. A ideologia passa a ser mais importante do que o saber nestas instituições. E é nas escolas onde ocorrem às prescrições do comportamento social.
- ↳ Os meios de comunicação (principalmente a TV), por sua vez, reproduzem e reforçam os ideais culturais necessários à sociedade de consumo, além de levarem à destruição do poder criativo e da auto – afirmação, transformando o ser humanos em acrítico, submisso, passivo, fracassado.

Enfatizando isto a autora diz o seguinte:

“Enfim, o homem é moldado socialmente pelos valores herdados que se redimensionam com as ideologias, valores adquiridos em sua época, e neste quadro, a educação formal, a escola; a informal, os meios de comunicação de massa, passam a ter função de inculcadores desses ideais, deslocadores da consciência, reforçando conceitos e preceitos. A escola arraiga valores tidos como científicos e, como ciência, construídos como verdades absolutas, destruindo dessa forma, a criatividade humana, O indivíduo vai sujeitar-se ao conhecimento outro, perdendo-se do conhecimento de si próprio”.

(WENZEL, 2002, p.13).

Wenzel (2002) se utilizou da TV para desenvolver a leitura crítica, sem negar sua função de lazer e entretenimento, mas com ele pretendeu permitir que as crianças pudessem ter uma maior compreensão de mundo através da análise das mensagens disfarçadas presentes nos desenhos. Como proposta à escola, a autora sugere que atue, de forma crítica e reflexiva, em cima da forma em que a TV vem sendo utilizada, que visa desenvolver um consumismo impregnado de valores e ideologias, através da exposição de situações similares ao cotidiano.

“ Desta forma, uma leitura mais profunda dos desenhos pode levar as crianças a compreender um pouco mais o seu mundo e a vida que se transforma na tela, vida esta que traz escondidas, características políticas, históricas e sociais da nossa sociedade”.

(WENZEL, 2002, p.10).

A autora considera a leitura crítica como a solução para este problema, pois permitirá ao homem um encontro consigo mesmo.

A escola pode permitir, com o auxílio da TV, a percepção dos alunos ao que esta a sua volta, exterminando a manipulação a qual são submetidos.

Quanto à Educação Física, por ser uma aula onde a criança se mostra mais facilmente, é um ambiente propício para a observação dos resultados da grande exposição das crianças à televisão, principalmente aos programas infantis.

Além disso, como toda matéria, também tratamos da educação das crianças como um todo. Através dos conteúdos dos programas, que muitas vezes se aproximam dos conteúdos da Educação Física (lutas e outros esportes, além de sentimentos como vitória, derrota) podemos discutir as questões das ideologias impostas pela sociedade presente nestes conteúdos, e com isso, podemos, também, trabalhar melhor as emoções e os conteúdos da matéria em questão.

A educação física, segundo Betti (1998), é uma área relacionada à cultura corporal de movimento, que além de sistematizar, também deve criticar seus conhecimentos, interferindo assim na sua prática científica e filosófica, e também sendo influenciado por estas. É, portanto, um campo de pesquisa, prática e reflexão.

Para este autor, a principal tarefa da Educação física é introduzir e integrar o aluno na cultura corporal, formando um cidadão crítico para produzi-la, reproduzi-la e transformá-la.

“O educador não pode negar-se o dever de, na sua prática docente, reforçar a capacidade crítica do educando, sua curiosidade, sua insubmissão”.

(FREIRE, 1996, p.26).

Considerando que também existe uma influência da TV sobre a educação física e a escola em geral, nós, como educadores, devemos estudar as relações existentes entre estas. As conseqüências advindas destas quando identificadas, se tornam conteúdos a serem discutidos para a formação dos indivíduos.

Freire (1998), sobre este assunto, considera que os educadores e a escola devem respeitar os saberes com que os educandos chegam à escola, independente da forma com que tais saberes foram adquiridos (cultura popular, de massa, entre outros, nos quais também se inclui a TV), mas que se deve discutir com eles a razão de ser desses conhecimentos relacionando-os com os conteúdos.

Betti (1998) ainda diz que a escola, assim como todas as suas disciplinas, devem utilizar-se da tv e de sua programação para ensinar, permitindo que o aluno veja sentido no que lhe está sendo transmitido. Para isso, sugere que os conteúdos culturais dedicados à infância sejam debatidos nas aulas; que haja uma introdução à aprendizagem da imagem, que permita aos alunos ter uma visão mais crítica perante os programas televisivos; que se estimule a manipulação das imagens pelos próprios alunos; e, por fim, que se fomente nas crianças a abertura para outros estímulos, buscando a recuperação do brinquedo “livre”.

“A educação física deve usar a Tv como ferramenta pedagógica que mobiliza para a intervenção na vida, ...contribuir para a formação de um espectador crítico, inteligente e sensível é mais uma tarefa que se impõe à educação física e a seus profissionais. O que lhes aumenta a responsabilidade como elementos dinâmicos da cultura”.

(BETTI, 1998, p.150).

Betti (1998), citando Babin e Kouloudjian, coloca como função da escola, dar condições para os alunos criarem as conexões entre o que aprenderam nestes programas e a sociedade real, e com isso, confrontar os dois. Freire (1996) coloca esta capacidade de

conexão, que ele define como uma forma de conhecer e intervir no mundo como um das “bonitezas da vida” (p.28).

Para ele, a educação física, como parte da realidade educacional, também deve participar deste processo de conscientização das crianças.

Bee (1984) também pensa desta maneira, para ela, o professor de educação física, como educador, também deve auxiliar na formação da personalidade dos alunos.

Pires (2002) concorda com esta afirmação, e coloca que a educação física deve, através de um programa de educação para a mídia, esclarecer para as pessoas, os conceitos estabelecidos pela mídia, principalmente os que se referem aos seus conteúdos, que vão desde exercícios físico, e saúde, até o esporte espetáculo e a criação de estereótipos corporais e suas conseqüências.

Algumas questões que devem ser feitas ao se pensar no processo educativo relacionado à educação física e à televisão, segundo Betti (1998):

- ↳ De que maneiras a TV influencia o caráter educativo e cultural da educação física?
- ↳ À educação física caberia outro papel que não o de selecionar atletas, e formar consumidores passivos do esporte?
- ↳ É possível ver a televisão somente como reprodutora do sistema comercial ou teria ela também outro papel?
- ↳ Quais os sentidos, que possam influenciar as crianças, e onde a educação física deve intervir, podem ser decifrados no discurso da TV?
- ↳ Quais as repercussões para a tarefa educacional da educação física do fato de seus conteúdos programáticos serem cada vez mais influenciados pela TV?

Para Pires (2002) o ensino da educação física deve criar situações que levem à construção da autonomia, que permitam ao aluno refletir sobre os interesses que envolvem sua participação nas atividades em questão. O autor considera que assim, a criança estaria capacitada “ a ser autora e atora da sua própria cultura...” (p.132), e que, consciente, estaria livre da manipulação e dos falsos interesses que levam a uma pseudo-satisfação.

Freire (1996), por sua vez, coloca o educador como um contribuinte para que o educando seja o próprio construtor de sua formação. Quando se trabalha com crianças, ele considera a responsabilidade ainda maior, pois se deve estar atento à passagem da

heteronomia para autonomia, tomando cuidado de auxiliar, ao invés de perturbar “a busca inquieta dos educando” (p. 70).

Ainda sobre o trabalho com crianças, mas priorizando a fase pré – escola (que é o alvo deste estudo), Bee (1984) cita que as principais funções dos educadores nesta fase são o desenvolvimento do autoconceito, da independência, da autonomia e dos limites próprios (todos estes itens são considerados muito importantes para a formação humana, e também, facilmente moldados pela intervenção externa, como já vimos ao falar sobre o desenvolvimento infantil). A educação física, por seu conteúdo, tem grande responsabilidade com todos estes tópicos.

Enfim, segundo Betti (1998), é tarefa da educação física, desenvolver o autocontrole no contato real com os outros seres humanos que competem num campo socialmente definido e, com regras claras, já que a educação deve ser ao mesmo tempo social psíquica e corporal.

Pires (2002), levando em consideração a mídia e seu poder de informação e formação de necessidades, considera a atividade educacional mais dificultada por estas influências, mas não impossível para se desenvolver uma pedagogia que leve o aluno a uma criticidade e esclarecimento.

Este autor atenta ainda que, não devemos procurar benefícios ou prejuízos relacionados ao crescimento da mídia, mas que devemos primeiramente compreendê-la de maneira crítica para que, através da educação física, possamos verificar as implicações diretas e indiretas desta realidade através das atividades propostas em aula, a fim de intervir neste processo, possibilitando a construção de crianças autônomas.

CAPÍTULO 3

APONTAMENTOS DA AVERIGUAÇÃO

ASSISTEMÁTICA

A averiguação assistemática consistiu da observação dos alunos durante o período das aulas e intervalos, e de duas rodas de conversa com estes.

Na primeira roda de conversa, foi perguntado às crianças sobre seus programas televisivos preferidos. Na segunda roda, discutimos, sobre os motivos de tais preferências. Optamos por essas questões, pois acreditamos que através dela poderíamos verificar se existe realmente a influência de valores presentes nestes programas sobre a formação das crianças.

Os resultados obtidos através desta pesquisa foram os seguintes:

Quanto à pergunta sobre qual o programa preferido:

↪ Oito alunas preferem as “meninas super poderosas” - Meninas super poderosas – são três pequenas garotas com a missão de salvar o mundo antes da hora de dormir.



↪ Cinco alunos preferem os “power rangers” - um grupo de cinco heróicos adolescentes escolhidos a dedo para combater o mal. Lutam contra monstros que se transformam em gigantes, contando, para isso, com a ajuda de um robô gigante que eles mesmos controlam.

↪ Dois alunos e uma aluna gostam de “os sete monstros” - É uma série sobre uma família de maravilhosos, estranhos e originais irmãos que, por acaso, são monstros. Com muitas gargalhadas e vários contratemplos, os Sete

Monstrinhos enfrentam os desafios da infância, mas tudo acaba bem porque uns sempre ajudam os outros.

- ↳ Dois alunos citaram os “cavaleiros do zodíaco” – cavaleiros com armaduras que representam as constelações do zodíaco combatem as forças malignas
- ↳ Um aluno citou o “homem – aranha” - típico “nerdi” que sempre se dá mal na escola é picado por uma aranha modificada geneticamente e adquire poderes especiais que o ajudam a combater o mal
- ↳ Um aluno gosta mais do “scooby – doo” - fala de um grupo de amigos que tenta desvendar mistérios, sendo constituído de uma garota muito inteligente, uma muito bonita, um garoto que é o líder, e dois amigos inseparáveis, o Salsicha e um cachorro chamado scooby, que são ambos, muito medrosos.

Quanto à pergunta sobre os motivos de gostarem de determinado programa:

- ↳ Meninas super poderosas: 6 alunas citaram motivos relacionados à aparência (porque são bonitas e se vestem bem, arrumam os cabelos de forma legal); 1 aluno disse que gostava porque uma das meninas não tomava banho.
- ↳ Power rangers: quatro alunos deram motivos relacionados à força física (eles são fortes); um aluno falou da aparência (usam roupas legais).



- ↳ Os setes monstrinhos: um aluno gosta porque eles comem bastante; dois alunos usaram como motivo o fato dos monstrinhos voarem engraçado.

- ↪ Cavaleiros do zodíaco: os dois alunos apreciam as lutas, e também falam sobre a força física e o poder.
- ↪ Homem – aranha: o aluno gosta dele porque solta teia.
- ↪ Scooby – doo: o aluno acha engraçado porque ele é medroso.

Quanto à observação dos materiais escolares, haviam na sala:

- ↪ Três mochilas da Barbie .
- ↪ Três mochilas do homem - aranha.
- ↪ Duas mochilas das meninas superpoderosas .
- ↪ Uma mochila do digimon.
- ↪ Uma mochila do sítio do pica –pau amarelo.
- ↪ Uma mochila do Wolverine.
- ↪ Uma mochila do Hulk.



Havia ainda vários cadernos com adesivos do homem-aranha, três meninas estavam sempre com a sandália das meninas super poderosas, um aluno com o tênis do homem – aranha e um com o do batman, e sempre tinham alunas com roupas das meninas super poderosas. Em conversa com as alunas, várias disseram possuir brinquedos das meninas super poderosas.

Essa observação dos pertences das crianças tinha o objetivo de analisar se os programas em questão poderiam despertar nas crianças o consumismo, ou não.

No início deste estudo, debatemos as vantagens e desvantagens da metodologia utilizada (ver Tabela 1). Em tempo de finalização, lembramos que as vantagens encontradas no decorrer do desenvolvimento do tema foram: a possibilidade de uma ampla variedade de fenômenos, já que observamos as crianças nas mais variadas ocasiões, desde trabalhando

em sala de aula até o horário para brincadeiras livre; a evidência de dados não constantes no roteiro elaborado, pois imprevistos sempre ocorrem, e nele podemos descobrir coisas novas, como veremos nas considerações finais; e a identificação de conceitos que os indivíduos não tem consciência, mas que orientam seus comportamentos e que, portanto, eles não poderiam nos transmitir em entrevistas, ou metodologias mais limitadas.

Quanto às desvantagens com que nos deparamos no decorrer da aplicação deste estudo podemos citar as seguintes: a dependência do nível de atenção e experiências iniciais no assunto do pesquisador; a criação de impressões favoráveis ou desfavoráveis no observador, o que depende de suas próprias experiências e valores; e também a impossibilidade de acesso a aspectos da vida cotidiana e particular do grupo estudado, o que pode influenciar, e muito, nos resultados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das limitações já citadas do método utilizado nesta pesquisa, pudemos observar vários fatores relacionados aos programas infantis exibidos na televisão, e vamos discutir se as crianças sofrem ou não a influência de cada um destes temas:

TEMA 1: Padronização de Costumes

Quanto à este tema, notamos que as crianças não sofrem muita influência, talvez pelo fato da maioria destes apresentar costumes de culturas internacionais que, não se aproximam da cultura das crianças, ou que não lhes é permitido devido à classe social a que pertencem.

TEMA 2: Agressividade

Não percebemos muitos traços de violência nos alunos, nem mesmo nos que preferiam os programas mais violentos. Entretanto, acredito que isso possa ser devido à faixa etária com que trabalhamos, pois segundo Bee (1984), as crianças desta faixa etária consideram as regras como imutáveis, e qualquer transgressão destas levará à uma punição. Já as crianças com mais de sete anos, enxergam as regras como mutáveis e arbitrarias. Sendo assim, se tivéssemos estudado esta faixa etária, talvez, tivéssemos notado influência dos programas relacionada a este tema.

Por outro lado, percebemos nos alunos, algumas atitudes, que apesar de não serem consideradas como violência direta, acreditamos que sejam uma forma de agressividade, como por exemplo a falta de confiança nos colegas (sempre que não encontravam alguma coisa, mesmo sem ter procurado direito, já começavam a falar que haviam sido roubados) e, também, o fato de os colegas ficarem se “dedurando” o tempo todo para a professora.

Contudo, nada se pode afirmar sem um estudo mais profundo, pois como mostra Bee (1984), outros vários fatores podem levar à agressividade nas crianças, como a frustração, a recompensa pela agressão em casa ou na escola., a imitação de modelos agressivos presentes em seu cotidiano, a rejeição e punição física, entre outros.

TEMA 3: Consumismo

Este tema foi, um dos que mais chamou a atenção, pois todas as crianças, por mais novas que fossem, possuíam roupas, calçados, brinquedos, e material escolar dos personagens dos programas citados, e comentavam de outras coisas que gostariam de comprar.

Tão importante é o consumismo, que afeta até mesmo a tradição cultural infantil, como cita Betti (1998):

“... a TV consolidou a posição da criança como consumidora, destruiu a autonomia de sua infância, tornou-a uma continua receptora, involuntária até, de mensagens estético culturais de valor artístico mínimo e de modelos alheios ao seu ambiente. Para as crianças com seus gostos estéticos ainda em formação, a consequência seria a ruptura com as tradições culturais infantis”.

(BETTI, 1998, p. 39)

Brincar de desfile de modas, como foi notado em um dos momentos, que consideramos como um imprevisto, entre as crianças deste estudo, penso que seja um exemplo desta ruptura com as tradições culturais infantis. Trazer de volta a essas crianças a cultura das brincadeiras realmente infantis é também uma função do professor de educação física.

TEMA 4: Identificação / Imitação de atitudes

Quanto a este tema, foi o que menos percebi, durante as observações feitas. As crianças, apesar de imitarem o que os colegas diziam ou faziam (ninguém queria ter uma

opinião diferente, mesmo que fosse a certa), não brincavam nem agiam conforme os personagens preferidos.

TEMA 5: Aspiração de um corpo Ideal Estereotipado

Este, com certeza, foi o maior problema que encontramos. Praticamente todas as crianças se identificavam com um personagem devido à sua aparência física. E em certo momento, todas meninas falavam dos desejos de se tornar modelo, e até mesmo no intervalo das aulas, a brincadeira delas se consistia em ensaiar para um desfile de modas (talvez essa influência não venha necessariamente dos programas infantis, mas seja um reflexo de toda a propaganda que se faz sobre o corpo, em todo e qualquer tipo de meio de comunicação e, que influencia tanto crianças quanto adultos, podendo ser percebida, inclusive, através das opiniões das crianças sobre os programas infantis).

Considerando a gravidade deste assunto (que leva desde problemas de aceitação até a distúrbios alimentares e inúmeras cirurgias que põem em risco a vida das pessoas) é necessário um grande esclarecimento para as crianças, sobre o que significa tudo isto, para que elas também não vivam buscando um padrão inatingível de corpo.

“ A construção social de um ideal de formas corporais – alcançou dimensões onde o diferente não é apenas isso, agora é descartável – com tudo isso perdeu-se o direito à dignidade de ser velho. Isso leva os que estão fora dos “padrões normais” ao isolamento social
(PIRES, 2002, p. 87)

A destruição destes padrões corporais é função da educação física, pois se trata do corpo, o objeto principal de estudo da área.

Temas como consumismo e costumes, principalmente, poderiam ser objetivos de investigação científica específica. Apenas apontamos esses temas pela relevância dos mesmos nessa averiguação assistemática.

Enfim, acreditamos que através desta monografia podemos perceber que existem forma de influência dos programas televisivos infantis sobre as crianças, principalmente em relação ao consumismo e, também, que apesar de não podermos afirmar a influência sobre

a busca de um padrão de corpo ideal neste tipo de programação, podemos, através dela, perceber que a mídia em geral tem influenciado as crianças neste sentido.

Não queremos dizer com isso que a TV deva ser banida de nossas vidas, pelo contrário, nós devemos utilizá-la e fazer com que os alunos percebam suas mensagens e as discutam com os alunos, permitindo que estes se tornem críticos perante elas.

Temos plena consciência das limitações deste estudo, que incluem desde a interferência do meu olhar assistemático sobre os acontecimentos (afinal o que é diferente para mim, pode não ser para os outros. A brincadeira de desfile de modas que tanto me chocou, pode ser que seja comum há muitos anos, mas que não esteve presente na minha experiência de vida particular) até a insuficiência de estudos na área específica (raras obras relacionadas à educação em geral foram encontradas, e praticamente nenhuma obra específica da educação física escolar). Entretanto o consideramos com um importante instrumento de trabalho, que deve servir de ponto de partida para novos estudos, devido à sua importância na prática pedagógica dos educadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEE, Helen. A Criança em Desenvolvimento. 3ª. Edição, São Paulo, Ed Harper & Row do Brasil, 1984
- BETTI, Mauro. A Janela de Vidro: Esporte, televisão e Educação Física. Campinas, Ed. Papyrus, 1998.
- BETTI, Mauro.; BATISTA, Sidnei R. A Televisão e o Ensino da Educação Física na Escola.- Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v 26, n 02, Campinas, Jan. 2005.
- CALAZANS, Flávio Mário de Alcântara. Propaganda Subliminar Multimídia. 5. edição, São Paulo, Summus Editorial, 1992.
(Coleção Novas Buscas em Comunicação, vol. 42)
- FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia. São Paulo, Paz e Terra coleção, 1996.
- FUSARI, Maria F. R. O Educador e o Desenho animado que a Criança vê na Televisão. São Paulo, Ed. Loyola.1985
- LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia Científica. 3ª. Edição. São Paulo, Ed Atlas. 1991
- PACHECO, Elza D. O Pica-pau: Herói ou vilão?: representação social da criança e reprodução da ideologia dominante. São Paulo, Ed. Loyola. 1985.
- PIRES, Giovanni D. L. O Discurso Midiático: Abordagem Crítico Emancipatória. Ijuí, Ed. Unijuí, 2002.

WENZEL, Maria C. R Desenho Animado: o discurso – imagem. Tese de mestrado. Campinas, Ed. Unicamp. 2002

WATTERSON, Bill. A Vingança da Baba. Vol. 1, Cambuci, Ed. Best News. 1997

WWW.ONLINE.UNISANTA.BR/2002/03-16/MIDIA-2.HTM Desenhos podem incentivar a violência por Cláudia Borges e Valéria Gonçalves Smith
ACESSO 06/07/04

WWW.COMP.PUCPCALDAS.BR/USERS/GARIEL.ALVES/SUBLIMINAR/ENTREVISTA.HTM Entrevista com o quadrinhista e mestre em multimeios pela Unicamp Edgar Franco.
ACESSO 06/07/2004

http://GROUPS.MSN.COM/HIPNOSECLINICA/MENSAGEM SUBLIMIN.MSNW
ACESSO 06/07/20044

WWW.JOVEMCRACIA.COM.BR/ENTREVISTA/MATERIA ASPX?SECAO=4&TITULO=ENTREVISTA&ID MATERIA=532.
ACESSO 06/07/2004

WWW.MENSAGEMSUBLIMINAR.COM.BR.
ACESSO 06/07/2004

WWW.CODELINES.COM/SILENTIDEA/SULIMINF.HTM .
ACESSO 06/07/2004

WWW.ECA.USP.BR/ALAIC/CONGRESSO1999/13GT/FLAVIO%20CALAZANS.RTF MIDIOLOGIA SUBLIMINAR: Propaganda Subliminar Multimídia - O Estado da Técnica ao raiar do ano 2000. por Flavio Mario de Alcântara Calazans. ACESSO 06/07/2004

WWW.GNOSISONLINE.ORG/PSICOLOGIA_GNOSTICA/MENSAGENS_SUBLIMINARES.SHTML .
ACESSO 06/07/2004

WWW.CALAZANS.PPG.BR/C_CI01.HTM Propaganda Subliminar Multimídia por Flávio Mário de Alcântara Calazans
ACESSO 06/07/2004

WWW.PAGINAS.TERRA.COM.BR/EDUCACAO/ISAACELIAS/MENSAGEM_SUBLIMINAR.HTM.
ACESSO 06/07/2004

WWW.GEOCITIES.YAHOO.COM.BR/INTERTEXTO/JORNALISMO/TELEVISAOSUB.HTM Televisão e Publicidade Subliminar: entrevista com Férrez e Diniz, por Elis Dutra da Silva , Filipe Argenton e Rodrigo Cardozo
ACESSO 06/07/2004

WWW.UNESCO.ORG.BR Pronunciamento: "Abertura do Seminário A mídia e os direitos da criança e do adolescente" - Brasília - DF, 06 de agosto de 2003.
ACESSO 09/08/2004

_____ Pronunciamento: "3º Congresso Brasileiro de Comunicação no Serviço Público" - São Paulo - SP, 26 de agosto de 2003.
ACESSO 09/08/2004

WWW.CALAZANS.PPG.BR Subliminar no desenho animado Bernardo e
Bianca. ACESSO 10/07/2004

ANEXOS

ANEXO 1 – exemplo de técnica subliminar

(técnica utilizada: a figura e o fundo)



Figura 2

**ESCHER — FIGURA / FUNDO
CIRCLE LIMIT IV (HEAVEN AND HELL)**

A gravura de Escher demonstra visualmente o princípio de figura/fundo da Gestalt. Enquanto a fôvea focaliza a figura dos demônios negros, o fundo branco é uma mensagem subliminar recebida pela visão periférica. Se, porém, a fôvea focalizar a figura dos anjos brancos, o fundo negro é uma mensagem subliminar periférica.

Escher realiza uma gravura que emprega a Gestalt para o envio de mensagem subliminar.

Fonte: M. C. Escher Catalogue 29, *Master prints*, Harry N. Abrams Publishers, Nova York.

ANEXO 2 – O caso Pokemon

A Biomidiologia Subliminar explica o Pânico Pokemon: Desenho animado causa epilepsia no Japão.

Flávio M. A. Calazans, Doutor em Ciências da Comunicação pela USP, Livre Docente pela UNESP.

Três eventos marcaram a história dos meios de comunicação do século XX: a transmissão radiofônica de "Guerra dos Mundos" por Orson Wells em New York, gerando fugas em massa e pânico; a experiência de Jim Vicary em um cinema de New Jersey enviando mensagens com tecnologia taquioscópica subliminar e aumentando em 60% a venda de produtos no intervalo e o Pânico Pokemon, Japão, que uniu os fenômenos de ambos os eventos precedentes, terror em massa e tecnologia subliminar-taquioscópica.

Quando os telejornais repetiram as cenas do desenho, houve nova onda de internações, confirmando o fenômeno horas depois, na mesma noite.

Embora as agências de notícias tenham sido vagas e contraditórias, graças a meu correspondente no Japão, Consultor em informática e automação industrial-Robótica, José Eduardo Junqueira Tavares, pudemos descobrir o que realmente aconteceu: 729 pessoas foram internadas, na maioria crianças e adolescentes, mas incluindo universitários e donas de casa das idades entre 3 e 57 anos, todos com sintomas de Epilepsia Fotossensível.

Em pesquisa oficial, 12.950 estudantes faltaram às aulas nos dias seguintes (dados apenas de Tóquio) e um grupo de pediatras e psiquiatras confirma ser o desenho a causa das crises em massa. Ora, a literatura médica registrou apenas meros 17 casos de epilepsia fotossensível de 1981 a 1997, cerca de um caso por ano, e naquela noite 729 internações em poucas horas na mesma cidade!

Em 1996 a Nintendo lançou o video-game apelidado "Pokemon", vendendo 8 milhões de cópias, com um mercado de 2 milhões de cds musicais vendidos, revistas de histórias em quadrinhos, 300 milhões de cards-figurinhas, bonequinhos, etc.. em uma fatia de mercado de 500 bilhões de yenes por ano.

Nesta semana antecedendo as esperadas vendas "record" do natal de 1996, o "Pânico Pokemon" derruba em 4,1% as ações da Nintendo na Bolsa de Valores de Tóquio, é fácil compreender a desinformação e censura às agências de notícias em cujos jornais, revistas e Tvs a Nintendo paga anúncios de seus produtos.

Tudo começou com técnicas hipnóticas para aumentar a identificação do telespectador, uma técnica que os desenhistas de animação nipônicos conhecem como "Shigueki", termo que designa um forte estímulo visual que prende a atenção; uma subdivisão desta técnica é chamado "Paka-Paka", o pisca-pisca, luzes de determinadas cores piscando em velocidade taquioscópica-subliminar, mais veloz que uma lâmpada de estroboscópio de dançeterias.

Quanto mais rápido as luzes piscam, maior a emoção, na Inglaterra é proibido por lei piscar luzes na TV mais rápido que 3 vezes por segundo; no Japão a cada episódio experimentavam luzes mais rápidas, ativando a glândula Pineal e liberando Melatonina que realiza a síntese do neurotransmissor Serotonina, quebrando cadeias de alcalóides do sangue.

Na noite do dia 16, o monstinho roedor amarelo "Pikachu" piscou suas bochechas 54 vezes em cinco segundos.

Aplicando-se minha fórmula de mensuração de subliminares, o dividendo quantidade de informação emitida (54 imagens) e o divisor tempo de exposição à mensagem (5 segundos), obtém-se o quociente de 10.8 imagens por segundo, ritmo taquioscópico subliminar.

Estas mais de dez imagens por segundo ocasionam um efeito que a MIDIOLOGIA SUBLIMINAR denomina "clutter", saturação, overdose, hipertelia, um processo cujo resultado foi a "Epilepsia Televisiva" conforme o psiquiatra Yukio Fukuyama, uma nova doença epidêmica ocasionada em massa via satélite pelo sinal da televisão.

As cores em sequência piscadas: Vermelho, branco e azul, nesta velocidade, causam o curto-circuito epilético, pois o vermelho (760 nanômetros) ondas longas, acelera batimento cardíaco e eleva a pressão sanguínea, libera adrenalina; o azul (450 nanômetros) ondas curtas, reduz a pressão sistólica, acalma e relaxa, este dilema subliminar de mensagens com efeitos opostos gera o efeito epilético chegando a alterar a química do sangue, um sinal subliminar que é uma agressão física aos órgãos sensoriais.

Outros desenhos animados empregam a tecnologia subliminar "Paka-Paka", Sazae-San e até mesmo Doraemon, entre outros, abusam de recursos computadorizados similares.

Como o estímulo subliminar incide binocularmente, tapando um olho com a mão pode-se bloquear o sinal, evitando, assim, o ataque epilético, única forma de auto-defesa ao pisca-pisca subliminar cromático. Porém, em novas tecnologias de imersão como a Realidade Virtual, como tirar os óculos ou bloquear o sinal a tempo? Ele ocorre em momentos de climax emocional e atenção focada ao extremo. Pokemon, pioneiro histórico nestas tecnologias taquiscópicas cromáticas, estréia nos USA em 1998 com grande sucesso.

Em 1999, fevereiro, a rede de televisão Record comprou os desenhos e ia pôr no ar no programa infantil "Eliana", ... mas como eu tinha apresentado minha pesquisa sobre Pokemon no Congresso Lápico da USP em 1998, fui entrevistado pela jornalista Mariana Castro, saindo na Revista CONTIGO da editora Abril, 2 de março de 1999, página 42, em reportagem-denúncia que consegue adiar a estréia, ao que somou-se outra entrevista minha ao jornal ESTADO DE SÃO PAULO de domingo, 14 de março de 1999, o adiamento desta estréia foi uma vitória histórica da cidadania no Brasil.

No Brasil, a Pokemania começou a ser discutida dentro das Universidades em Congressos por meio de meus "papers":- "impressionado com o fenômeno, um pesquisador brasileiro resolveu se debruçar sobre o assunto reunindo o maior número de informações. Quando a TV Record anunciou a compra de um pacote de 43 episódios da série para exibição no Brasil, a partir de abril deste ano, saiu uma matéria na mídia, onde o doutor em comunicação pela USP, Flávio Calazans falava dos efeitos do desenho nas crianças japonesas. A notícia acabou gerando o adiamento da estréia nas telas do país" (<http://fabiosouza.tripod.com/epilepsia.htm> capturado em 13 de agosto de 2002).

A jornalista Mariana Castro entrevistou-me sobre esta pesquisa de BIOMIDIOLOGIA SUBLIMINAR, sendo publicada na Revista Contigo, da Editora Abril, de 2 de março de 1999, matéria de página inteira -página número 42, uma semana antes da estréia.

A repercussão das denúncias na Contigo leva a Rede Record a adiar a estréia, e este fato inédito na Televisão brasileira leva o Jornal Estado de São Paulo a entrevistar-me em matéria do caderno de TV de Domingo, 14 de março de 1999, aquecendo mais os debates e retardando a estréia apenas para 10 de Maio de 1999.

Ainda em julho, a revista eletrônica MUNDI (<http://mundi.zaz.com.br/ciencia>) de 24 de julho de 1999 publica artigo meu sobre Pokemon, e a seguir a jornalista Leila Cunha entrevista-me e publica matéria sobre Pokemon também na Internet, no CADÊ: <http://aqui.cade.com.br/> em 19 de novembro de 1999, segundo a qual:

"Em estudo publicado este ano nos Anais de Neurologia, o dr. Shozo Tobimatsu, do Departamento de Neurologia Clínica da Universidade de Kyushu, em Fukukoa, Japão, confirmou a hipótese levantada por Calazans dois anos antes: os ataques foram provocados em crianças que nunca tinham tido ataques epiléticos".

A pesquisa citada foi publicada no "Annals of Neurology vol 45 n.6 june 1999" realizada sob patrocínio do Governo Japonês, e prova documentando com EEG (Eletro-Encéfalo-Grama) de 4 pacientes vítimas do evento original que um efeito pisca-pisca luminoso de branco, preto e cinza não obtém efeito fisiológico tão violento quanto o que emprega aquelas cores; neste "paper" foi registrada oficialmente, frente à comunidade científica internacional, mais uma nova doença, batizada pela equipe como "Epilepsia Sensitiva Cromática", outra contribuição à área da saúde desencadeada por Pokemon.

Esta página sobre Pokemon que reproduz o pisca mais lentamente e explica o caso, segundo a Midiologia Subliminar, e em um ano, cinco meses e cinco dias esta página obteve cerca de um milhão de visitas em fevereiro de 2000.

(http://www.calazans.ppg.br/c_pok.htm)